Universidad de Málaga
Facultad de Bellas Artes
Departamento de Historia del Arte
Programa de doctorado Bellas Artes, Diseño y Nuevas Tecnologías



El diseño gráfico en la Exposición Ibero Americana de Sevilla 1929

Tesis doctoral presentada por Ainhoa Martín Emparan

Director: Prof. Dr. Sebastián García Garrido

A Jaime y a Antonio, por el tiempo que les he robado



Agradecimientos

Al profesor Dr. Sebastián García Garrido, por su afecto, su dedicación, y por hacerme ver que esta investigación puede y debe ir más allá de este trabajo de tesis.

A mi marido, Antonio Rial, por su ayuda y colaboración, que han hecho que casi se haya llegado a aprender la tesis de memoria.

A mis padres, Antonio Martín Moreno y Aintzane Emparan Boada, quienes han contribuido muy activamente en reunir el material, buscando y comprando en librerías de viejo algunos de los documentos más valiosos.

A los coleccionistas particulares, que han evitado que desaparecieran muchos de estos documentos.

Í N D I C E

I. JUSTIFICACIÓN 13
II. OBJETIVOS 21
III. MATERIAL Y MÉTODO 25

PARTE I
Contexto teórico

1. Contexto Político y Cultural 37

2. Historia de la Exposición Ibero Americana 51
2.1. Organización y propaganda 53
2.2. El contenido de la Exposición 66
a. Pabellones 69
b. Contenidos de los Pabellones 75
2.3. Inauguración y fracaso de la Exposición 90

3. El diseño gráfico español entre finales del XIX y el primer tercio del siglo XX 95
3.1. Introducción 97
3.2. Publicidad Gráfica 111
3.3. Dibujantes y pintores 119
3.4. Periódicos y revistas 137

4. El diseño Internacional en la época de la Exposición 149
4.1. Industrialización, *Arts & Craft* y movimiento *Art Nouveau*. 151
4.2. *Art Déco* 161
4.3. La influencia de las Vanguardias Artísticas 171
4.4. La escuela *Bauhaus* 179
4.5. Tipografía Elemental y Nueva Tipografía 184

5. Función del diseño gráfico. Las normas de uso según los manuales de la época de la Exposición 191

5.1. Introducción 193

5.2. Principios psicológicos de la publicidad 196

5.3. Características del texto, la tipografía 211

5.4. Normas de composición de folletos y catálogos en la época de la Exposición Iberoamericana 217

5.5. Clases de papel 224

5.6. Métodos de impresión 227

PARTE II
Análisis del material recogido

1. Símbolo de la Exposición 239

2. Carteles 247

2.1 Introducción 249

2.2 Cartel oficial de la Exposición Ibero-Americana 256

2.3 Carteles de la Exposición General Española 260

2.4 Carteles fotográficos 284

2.5 Carteles de pabellones 291

2.6 Carteles de Fiestas de la Primavera de Sevilla, 1929-1930 295

2.7 Otros carteles e ilustraciones 305

3. Catálogos, folletos y otros impresos 315

3.0. Introducción 317

3.1. Propaganda promovida por el Estado, a través de la Unión Ibero Americana, el Patronato de Turismo y el Consejo de Enlace 325

3.1.1 Catálogo Oficial: *Libro de Oro Ibero Americano* 327

3.1.2. Pequeño folleto de la *Exposición General Española* 369

3.1.3. Folleto de la *Exposición General Española* 375

3.1.4. Pliego del *Patronato Nacional de Turismo para la Compañía de Ferrocarriles* 381
3.1.5. *Guía de Sevilla* del Patronato Nacional de Turismo 387
3.1.6. Folleto de *Sevilla* [editado en inglés en Nueva York (I)] 393
3.1.7. Folleto de *Sevilla* [editado en inglés en Nueva York (II)] 399
3.1.8. Folleto del proyecto de *Colegio Mayor Hispano Americano de Sevilla* 403

3.2. Propaganda promovida desde Sevilla por el Comité Permanente de la Exposición y por otras entidades locales 409
3.2.1. Folleto del Bosquejo del *Proyecto de la Exposición, 1909* 411
3.2.2. Folleto con la Memoria del *Proyecto de la Reforma de la Ciudad con motivo de la celebración de la Exposición, 1926* 415
3.2.3. Folleto de la *Exposición* editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para 1927 419
3.2.4. Folleto de la *Exposición* editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para el 15 de marzo de 1929 423
3.2.5. Catálogo Oficial de la *Exposición Ibero Americana* 427
3.2.6. Guía Oficial de la *Exposición Ibero Americana* 439
3.2.7. Folleto oficial de la *Exposición Iberoamericana* 451
3.2.8. Partitura con el *Himno oficial de la Exposición* 457
3.2.9. Folleto sobre los primeros trabajos de la Exposición 459
3.2.10. Plano de bolsillo de la *Exposición Ibero Americana* 461
3.2.11. Folleto de la *Cabalgata histórica de la Raza Hispano-Americana* 463
3.2.12. Guía de *Sevilla* editada por el Ayuntamiento de Sevilla en idioma alemán 467

3.3. Folletos y catálogos de los pabellones 473
3.3.1. Folleto: *Catálogo del Pabellón Real* 475
3.3.2. *Catálogo de la Sección de Arte Antiguo* 481
3.3.3 Folleto de la *Sección del Libro* 483
3.3.4 Catálogo de la *Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento de América* 489
3.3.5. Folleto del *Pabellón Colonial* 491
3.3.6. Folleto de la *Exposición de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir* 495

3.3.7. Folleto *Catálogo del Pabellón de Navarra* 501
3.3.8. Folleto del *Pabellón de la Seda* 505
3.3.9. Catálogo de *Estados Unidos de Venezuela* 509
3.3.10. Catálogo de la *República de Panamá* 513
3.3.11. Folleto *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile* 519

3.4. Propaganda promovida por empresas privadas y otras instituciones 525
3.4.1. Catálogo *Comercio Internacional. Anuario Seleccionado de la Producción Mundial. 1929* 525
3.4.2. Guía de *Sevilla* de ediciones Rápido 573
3.4.3. Guía de *Sevilla* de la editorial COB 583
3.4.4. Folleto del *Congreso Mariano Hispano Americano de 1929* 589

4. Suplementos monográficos 595
4.1. De revistas
4.1.1. Revista *La Exposición* 597
4.1.2. Álbum dedicado a la Exposición Ibero-Americana de Sevilla y a la Exposición Internacional de Barcelona 603
4.1.3. Suplemento de la revista *Laboratorio*: "España. Sus Exposiciones: Barcelona Sevilla. 1929-1930" 611
4.1.4. Suplemento de la revista *Blanco y Negro* 619
4.1.5. Suplemento de la revista *Vida Gráfica española* 625
4.1.6. Suplemento de la revista *Nuevo Mundo* 637
4.1.7. Revista comercial editada por las *Escuelas Profesionales Salesianas* 643

4.2. De periódicos
4.2.1. Suplemento de *El Diario Español* de Buenos Aires 651
4.2.2. Suplemento del periódico *La Nación* de Buenos Aires 661

4.3. Otros.
4.3.1. Suplemento de la Enciclopedia Espasa Calpe 669
4.3.2. Suplemento de la Hemeroteca Municipal de Madrid 675

5. Objetos promocionales **677**

5.1. Fotografías: Postales, álbumes y vistas panorámicas **679**

5.2. Álbum con ilustraciones de Francisco Povo **687**

5.3. Sellos conmemorativos **697**

5.4. Naipes **707**

5.5. Otros **711**

Conclusiones **717**

Bibliografía **731**

Apéndice **745**

I. Justificación

La Exposición Ibero Americana de Sevilla de 1929 ha suscitado numerosos estudios históricos, aunque ninguno de ellos ha investigado en las características técnicas del diseño gráfico de la promoción que generó la muestra. Probablemente el estudio más importante sobre el Certamen es el de Eduardo Rodríguez Bernal, que en su *Historia de la Exposición*[1] –fruto de su tesis doctoral–, analiza minuciosamente los documentos que aún se conservan del Certamen y establece una visión global de las investigaciones realizadas hasta 1992. Esta obra tuvo su raíz en otro trabajo del mismo autor realizado en 1978 en el que analizaba la génesis del proyecto a través de la prensa sevillana entre 1905 y 1914, que después fue completado por Encarnación Lemus López con la revisión de los periódicos publicados entre 1923 y 1929.

En 1987 la Escuela de Estudios Hispano Americanos del CSIC, celebró en La Rábida (Huelva) una sesión monográfica sobre la Exposición, de la que se publicaron las Actas. Se incluye la ponencia de Alfonso Braojos y 14 comunicaciones. Entre ellas, es especialmente interesante para nuestro estudio la denominada "Historicismo y Vanguardia en la Arquitectura de la Exposición Ibero Americana"[2]. En este artículo, Alberto Villar Movellán, sintetiza las ideas fundamentales desarrolladas en su Tesis doctoral *La Arquitectura del Regionalismo en Sevilla, 1900-1935*. Analiza las discrepancias que enfrentaron a los organizadores del Certamen sobre los valores estéticos que debían imperar en los pabellones, que estaban destinados a ser el principal escaparate de la Exposición.

Finalmente, la opción modernista que planteó en el concurso de proyectos, el arquitecto riojano Fermín Álamo fue descartada y se impuso la estética del sevillano Aníbal González, de un historicismo regionalista, propio del papel dominante que esta corriente jugaba en la sociedad española de la época. Hay que considerar, que en el concurso de proyectos para el Certamen todos los miembros del jurado (que después compusieron la Comisión Permanente de la Exposición) eran sevillanos y de ellos, sólo había dos voces

1. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *Historia de la Exposición Ibero-Americana de Sevilla de 1929*, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1994, pp. 183-199.

2. VV.AA., *La Exposición Ibero Americana de 1929*, Caja Provincial de Ahorros de Huelva, Sevilla, 1987, pp. 183-199.

expertas en este campo, el erudito José Gestoso y el pintor Gonzalo Bilbao, ambos favorables al regionalismo. Se llegó a consultar a la Real Academia de Bellas Artes de Sevilla, que nombró una comisión formada por dos arquitectos, dos pintores y un erudito, que dictaminaron un informe a favor del regionalismo calificando el modernismo de "regionalismo nórdico", "propio de países fríos y brumosos", y que "no se ajusta al límpido azul de nuestro cielo".

El debate estético sobre la Exposición tuvo uno de sus puntos calientes en el enfrentamiento de conservadores y republicanos en el ayuntamiento de Sevilla a cuenta de la elaboración del Reglamento del concurso de fachadas de casas de "estilo sevillano". Los conservadores ganaron la votación con argumentos beligerantes contra el modernismo, una corriente que se consideraba opuesta al academicismo, e incluso atentatoria contra la moral católica en sus excesos liberales.

Este análisis es particularmente útil a nuestra investigación ya que nos permitirá comprobar cómo la propaganda gráfica de la Exposición, intentó equilibrar ambas corrientes. El diseño de los carteles revela influencias del *Déco* y de las propuestas que años antes había planteado el *Noucentisme* catalán, con figuras principales que suelen ser mujeres, muchas de ellas ataviadas con trajes regionales españoles e iberoamericanos. En todo caso, el enfrentamiento Regionalismo-Modernismo, se estaba quedando obsoleto en el contexto internacional.

Frente a estas corrientes, en la Exposición que organizaba en la misma época Suecia (Exposición de Estocolmo, 1930) se primó la estética racionalista o moderna. Mientras el Modernismo trataba de integrar Arte e Industria y defendía la labor artesanal, el racionalismo abogaba por la belleza del puro producto industrial. El estilo racionalista se entendió como el estilo moderno tachándose de regresivo al historicismo. El Racionalismo entró en 1924 en el diseño de la Exposición de la mano del ingeniero francés Forestier que hizo el

diseño urbanístico del sector Sur del recinto, disponiendo un aprovechamiento geométrico de los espacios que, paradójicamente, darían cabida a los pabellones de las regiones, de estilo regionalista.

Sobre la arquitectura de la Exposición es imprescindible destacar el clásico libro de Víctor Pérez Escolano: *Aníbal González. Arquitecto (1876-1929)*[3]. También Manuel Trillo Leiva ha analizado el urbanismo de la Muestra en su Tesis doctoral *La Exposición Iberoamericana. La transformación urbana de Sevilla*. Alfonso Braojos ha aportado diversos trabajos sobre la ideología de la Exposición con: *José Laguillo. La Exposición Iberoamericana en el sentir de un periodista sevillano* y con *La Exposición Iberoamericana de Sevilla en 1929*. También consultamos la tesis del Dr. Manuel Márquez Ortiz, *Ornamentación y Decoración en la ExposiciónIbero Americana. Sevilla 1929*, depositada en la Facultad de Bellas Artes de Sevilla en 1992. Hay otros muchos aspectos particulares de la Exposición que han sido analizados ya, y que también constan en la bibliografía.

Novedad de la propuesta

Esta investigación pretende servir de aportación al corpus de conocimiento del diseño gráfico español en la época inmediatamente anterior a la proclamación de la II República. La creación del Patronato Nacional de Turismo el 25 de abril de 1928 nos permite asegurar que exploramos, desde la perspectiva del diseño gráfico, la que fue la primera gran campaña de propaganda turística que realizó un gobierno de España. Para ella, utilizó de forma masiva y sistemática los recursos y soportes de grafismo funcional que permitía la industria de principios del siglo XX. No obstante, los materiales de propaganda que analizamos no sólo los publicaba el Estado. La propia organización local del Certamen promovió también abundante documentación gráfica, cuyo estudio permanecía inédito desde

3. PÉREZ ESCOLANO, V., *Aníbal González. Arquitecto (1876-1929)*, Diputación de Sevilla, Sevilla, 1974.

la perspectiva del Diseño Gráfico. El análisis técnico y teórico de esta producción, poniéndola en relación con la que se llevaba a cabo en el contexto nacional e internacional nos ofrece una visión ajustada de las corrientes estéticas que adoptaban en esa época las imprentas españolas, haciendo también patentes las que, por unas u otras razones, eran rechazadas más o menos explícitamente.

Satué[4] se queja de los siglos de indiferencia y menosprecio que ha padecido el diseño gráfico español, que contó con unos orígenes vacilantes e inciertos. En verdad, la prospección de las fuentes primarias nos ha mostrado un escenario en el que queda mucho por hacer. Si bien, parte de los carteles relacionados con la Exposición están catalogados en el Archivo Histórico Municipal y en el Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla, estos no habían sido hasta ahora analizados desde la óptica del diseño gráfico. En cuanto a los documentos de promoción gráfica, el Archivo Histórico Municipal de Sevilla guarda una parte de ellos, sin que merezcan una consideración individualizada como colección.

La biblioteca de la Universidad de Sevilla sí reúne los suyos de forma particular. En todo caso, hay que anotar que la documentación del certamen sufrió en el pasado un trato degradante. Estaba alojada en unos locales de la Plaza de España que fueron adaptados para albergar a los damnificados durante la inundación de Sevilla de 1936. Buena parte de aquellos papeles históricos ardieron como combustible. Es por ello que desde el año 2.002 hemos realizado un trabajo de recuperación de parte de este material original, comprando de uno en uno, documentos de propaganda y publicidad gráfica que ponían a la venta particulares, anticuarios y librerías de lance. Aunque somos conscientes de que el corpus obtenido no alcanza, ni mucho menos, la totalidad de lo que debió de publicarse, sí hemos rescatado parte del material más valiosos para nuestro fin.

4. SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*, Alianza Forma, Madrid, 1997, p. 11.

Junto a los documentos que sí están conservados por las distintas instituciones, ofrecemos, por primera vez, una visión global de las características técnicas del diseño gráfico relacionado con la Exposición Ibero Americana de Sevilla. Consideramos que el cuerpo documental que forma este trabajo compone un buen sumario de la propaganda, publicidad y promción que se empleaba en nuestro país en el periodo previo a la proclamación de la II República.

Este trabajo responde, humildemente, al reto de Satué de ir reparando el formidable agujero histórico que presenta la historia del diseño gráfico en España[5]. Si la traducción arquitectónica del regionalismo en la Exposición Ibero Americana se ha estudiado profusamente, su aspecto técnico-gráfico, ligado a la propaganda, permanecía inédito hasta ahora. Resulta interesante comprobar que muchas de las imágenes destinadas a dar publicidad a la Exposición siguen contribuyendo a consolidar muchos de los rasgos más tópicos de Andalucía como parte de la identidad simbólica española.

En suma, tratamos con nuestra investigación de aportar un grano más a la extensa labor que queda pendiente para recuperar y analizar, en todos sus aspectos, el Patrimonio Histórico Documental español.

5. *Ibidem*

II. Objetivos

1. Recopilar una cantidad significativa de los documentos que se publicaron como material de propaganda y publicidad gráfica relacionada con la Exposición Ibero Americana de Sevilla de 1929.

2. Clasificarlos como:

- **2.1.** Símbolo
- **2.2.** Carteles
- **2.3.** Catálogos[1.]
- **2.4.** Folletos
- **2.5.** Otros impresos
- **2.6.** Suplementos monográficos publicados por diarios y revistas
- **2.7.** Objetos promocionales

3. Establecer un marco teórico de análisis de los documentos estableciendo como referencias históricas:

- **3.1.** El contexto político y cultural español en la época en la que se celebró la Exposición Ibero Americana
- **3.2.** La historia y las circunstancias que condicionaron la organización y desarrollo del certamen
- **3.3.** Las características del diseño gráfico[2] nacional e internacional durante la época de la Exposición Ibero Americana

1. Para nombrar el material de propaganda y promoción que no explicita en su cubierta o en su caso, en su portada, si se trata de un folleto, un catálogo o una guía, seguimos la reglas de catalogación que propone la extensión como elemento diferenciador entre documentos gráficos. Los folletos son los impresos no periódicos de más de cuatro y menos de cincuenta páginas, mientras los catálogos son de mayor extensión. En CARMONA, J.M; "Folletos Impresos", *Carel*, I, 1, Sevilla, 2003. En caso de incoherencia entre lo que pone la portada y su número de páginas, empleamos el criterio del número de páginas y entrecomillamos el texto de la cubierta. Los suplementos de periódicos y revistas los denominamos como tales.

2. En esta investigación empleamos la expresión "diseño gráfico" en su uso semántico actual, evitando las controversias históricas respecto al empleo del término "diseño" (ver el capítulo sobre la "Función del diseño").

3.4. Las normas de uso en diseño gráfico que manejaban los ilustradores y las imprentas en la época de la Exposición Ibero Americana[3]

4. Analizar cada uno de los documentos en relación con las características de diseño gráfico que presenten: composición, color, maquetación, tipografía, ornamentación, etc.

5. Analizar el diseño gráfico de cada uno de los documentos en relación con su grado de modernidad, entendida esta como la influencia de las corrientes de vanguardia estética nacional e internacional en este campo de conocimiento

6. Extraer conclusiones que aporten conocimiento sobre las características del diseño gráfico español en la época de la Exposición Ibero Americana

7. Realizar una aportación al conjunto de Bienes Patrimoniales relacionados con el Diseño Gráfico español

3. Obtenemos referencias de fuentes primarias: CHAMBONAUD, L-CARNICERO, A: *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos, Labor, Barcelona, 1927*, p. 17. Hay que anotar que este manual es el número VIII de una serie de diez tomos editados por la editorial Labor bajo el nombre genérico de *La Nueva Técnica de los negocios*. Biblioteca de Altos Estudios Comerciales. Todos ellos están escritos por técnicos en publicidad franceses, en colaboración, en algunos casos, con Alfonso Carnicero Barrio, al que presentan como Consultor en Publicidad y Ventas y ex profesor de estas especialidades en la Universidad Comercial de Deusto (Bilbao). También de PRAT, P.; *Publicidad Racional*, Labor, Barcelona, 1934.

III. Material y Método

Dentro del contexto histórico en el que se desarrolla la Exposición, el trabajo de campo comprende:

■ Recogida de material gráfico relacionado con la propaganda de la Exposición Ibero Americana de Sevilla

Una parte de los documentos, que denominaremos con las siglas "C.P.", forman parte de la colección de la autora de la investigación, y han sido adquiridos uno a uno desde el año 2.002 en anticuarios, librerías de viejo o comprándolo directamente a particulares.

También analizamos los documentos de propaganda gráfica que se conservan en el Archivo Histórico Municipal de Sevilla (que denominamos "A.H.M."), en la Hemeroteca Municipal de Sevilla (que denominamos "H.M.") y en la Biblioteca de la Universidad de Sevilla (que denominamos "U.S.").

Los carteles de las Fiestas de la Primavera están conservados en el Archivo Histórico Municipal y en el Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla, que también conserva parte de la serie fotográfica. Analizamos cuatro de los carteles fotográficos, aunque se editaron más, que incluímos en el capítulo dedicado a "otros carteles"[1]. Los de la Exposición General Española son de una colección particular y fueron reproducidos por Nicolás Salas en *Sevilla en tiempos de la Exposición Ibero Americana*. Todos ellos se publicaron en diferentes medidas, aunque las más frecuentes fueron 160x108 cm.; 97x70cm.; 72x50 cm.; y 40x27 cm. El de Bacarisas y los de las Fiestas de la Primavera de 1929 los imprimió Litografías Simeó-Durá de Valencia, los de 1930 Rieusset de Barcelona, la serie fotográfica estuvo a cargo de la barcelonesa Hueco-Grabado Mumbrú, mientras los de la Exposición General española los imprimió en Madrid Mateu y Mateu.

1. Encontramos en el catálogo en Internet de la libería Goya de Barcelona la reproducción de una parte de la colección de carteles fotográficos, que aparece como "vendida". Incluímos en esta sección, además, un cartel destinado a las líneas ferroviarias francesas e ilustraciones cómicas sobre la Exposición publicadas como cubiertas de la revista sevillana *El libro de Galerín. Sevilla en broma.*

Relacionamos el conjunto de documentos que analizamos, acompañando entre paréntesis la fuente:

Analizamos los carteles siguientes:

1. Cartel Oficial de la Exposición Ibero Americana
(firmado por Gustavo Bacarisas)

2. Carteles de la Exposición General Española (13 carteles):

- El de Pascual Capuz sirvió como ilustración de la cubierta del folleto de la Exposición editado por el Consejo de Enlace.

- Los otros 12 forman la serie del concurso convocado por el Consejo de Enlace. El cartel ganador es de Rafael de Penagos, que también es el autor de otro de ellos, editado en 1929. El segundo premio fue compartido para los de Francisco Hohenleitter y Ricard Fábregas. El resto de los premios menores fueron para Salvador Bartolozzi, Juan Miguel Sánchez, Vila de Nori, y Téllez. En otros cuatro carteles la firma es ilegible.

3. Carteles fotográficos. Analizamos técnicamente cuatro de ellos, que tienen como motivos: el Alcázar, el Palacio de Arte Antiguo, el patio del Palacio Central de la Plaza de España y una vista de la Plaza de España.

4. Carteles de pabellones. Analizamos el del pabellón de México y el del pabellón Colonial. Ninguno de los dos está firmado.

5. Carteles de las Fiestas de la Primavera de 1929 y 1930. Analizamos cinco carteles:

- De 1929: Primer premio del concurso: "Palomas de la Giralda" de Juan Manuel Sánchez. El segundo premio fue para "Coral" de Teodoro Miciano, que no está catalogado como tal. Al ser empleado como cubierta de la *Guía Oficial de la Exposición*, realizamos el análisis técnico en ese apartado de nuestra investigación.

- De 1930: Primer premio del concurso: "Bulerías" de Juan Parrilla. Segundo premio fue para "Rosas de abril" de Juan Balcera. Premio Extraordinario para "Triana" de Roberto Martínez Baldrich. De la convocatoria de este año analizamos también, por el interés artístico de su autor, el presentado por León Astruc.

Analizamos los catálogos, folletos y otros impresos siguientes:

Propaganda promovida por el Estado, a través de la Unión Ibero Americana, el Patronato de Turismo y el Consejo de Enlace.

1. Catálogo Oficial: *Libro de Oro* de la Exposición Ibero Americana. (A.H.M. y C.P.)
2. Pequeño folleto de la *Exposición General Española*. (C.P.)
3. Folleto de la *Exposición General Española*. (A.H.M. y C.P.)
4. *Pliego del Patronato Nacional de Turismo para la Compañía de Ferrocarriles*. (A.H.M., C.P.)
5. *Guía de Sevilla* del Patronato Nacional de Turismo. (A.H.M. y C.P.)
6. Folleto de *Seville* [editado en inglés en Nueva York (I)]. (C.P.)
7. Folleto de *Sevilla* [editado en inglés en Nueva York (II)]. (A.H.M. y U.S)
8. Folleto del proyecto de Colegio Mayor Hispano Americano de Sevilla. (U.S.)

Propaganda promovida desde Sevilla por el Comité Permanente de la Exposición y por otras entidades locales.

1. Folleto del *Bosquejo del Proyecto de la Exposición*. 1909. (U.S.)
2. Folleto con la *Memoria del Proyecto de la Reforma de la Ciudad con motivo de la celebración de la Exposición. 1926*. (U.S.)
3. Folleto de la Exposición [editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para 1927]. (U.S.)

4. Folleto de la Exposición [editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para el 15 de marzo de 1929]. (U.S.)

5. *Catálogo Oficial de la Exposición Ibero Americana.* (A.H.M., C.P.)

6. *Guía Oficial de la Exposición Ibero Americana.* (A.H.M., C.P).

7. *Folleto Oficial de la Exposición Ibero Americana.* (A.H.M., U.S.,C.P.)

8. Partitura con el *Himno oficial de la Exposición.* (C.P.)

9. Folleto sobre los primeros trabajos de la Exposición. (U.S.)

10. Plano de bolsillo de la Exposición. (A.H.M., C.P.)

11. Folleto de la *Cabalgata Histórica de la Raza Hispano-Americana.* (A.H.M., C.P.)

12. Guía de *Sevilla* [editada por el Ayuntamiento de Sevilla en idioma alemán]. (C.P.)

Folletos y catálogos de los pabellones.

1. Folleto: *Catálogo del Pabellón Real.* (A.H.M., U.S., C.P.)

2. Catálogo de la *Sección de Arte Antiguo.* (C.P.)

3. Folleto de la *Sección del Libro.* (U.S.)

4. Catálogo de la *Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento de América.* (C.P.)

5. Folleto del *Pabellón Colonial.* (U.S., C.P.)

6. Folleto de la *Exposición de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir.* (U.S.)

7. Folleto: *Catálogo del Pabellón de Navarra.* (C.P.)

8. Folleto del *Pabellón de la Seda.* (C.P.)

9. Catálogo de *Estados Unidos de Venezuela.* (C.P.)

10. Catálogo de la *República de Panamá*. (C.P.)

11. Folleto: *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile*. (C.P.)

Propaganda promovida por empresas privadas.

1. Catálogo: Comercio Internacional. *Anuario Seleccionado de la Producción Mundial. 1929*. (C.P.)

2. *Guía de Sevilla* de ediciones Rápido. (C.P.)

3. *Guía de Sevilla* de la editorial COB. (C.P.)

4. Folleto del *Congreso Mariano Hispano Americano de 1929*. (U.S.)

Analizamos los Suplementos monográficos siguientes:

De revistas.

1. Revista *La Exposición*

2. *Ibero América*. Álbum dedicado a la Exposición Ibero-Americana de Sevilla y a la Exposición Internacional de Barcelona. (A.H.M., C.P.)

3. Suplemento de la revista *Laboratorio*: "España. Sus Exposiciones: Barcelona Sevilla. 1929-1930". (C.P.)

4. Suplemento de la revista *Blanco y Negro*. (A.H.M., C.P.)

5. Suplemento de la revista *Vida Gráfica española* (C.P.)

6. Suplemento de la revista *Nuevo Mundo*. (C.P.)

7. Revista comercial editada por las *Escuelas Profesionales Salesianas*. (C.P.)

De periódicos:

1. Suplemento de *El Diario Español* de Buenos Aires. (C.P.)

2. Suplemento del periódico *La Nación* de Buenos Aires. (C.P.)

Otros:

1. Suplemento de la Enciclopedia Espasa Calpe. (A.H.M., C.P.)

2. Suplemento de la Hemeroteca Municipal de Madrid. (C.P.)

Analizamos los siguientes objetos promocionales:

1. Fotografías: Postales, álbumes y vistas panorámicas. (A.H.M., C.P.)

2. Álbum con ilustraciones de Francisco Povo. (A.H.M., C.P.)

3. Sellos conmemorativos. (C.P.)

4. Naipes. (C.P.)

5. Otros. (C.P.)

■ Análisis técnico del estilo gráfico de los carteles, anuncios, catálogos, folletos, etc. de la Exposición.

Se analizan los diferentes aspectos propuestos en los objetivos de esta investigación: tipográfico, color, composición, etc.

Para el análisis técnico seguiremos la propuesta de Frascara sobre los elementos y relaciones que constituyen el lenguaje visual del diseño gráfico[2] :

2. FRASCARA, J., *Diseño Gráfico y Comunicación*, Infinito, Buenos Aires, 2000.

Maquetación y tipografía[3].

- Número de páginas
- Dimensiones de la obra
- Número de columnas
- Tipo de párrafo
- Composiciones infrecuentes
- Tamaño de letra
- Interlineado
- Fuentes de letra: Describen influencias formales genéricas concebidas como categorías muy amplias que trazan vínculos subyacentes entre diversas tipografías:
  - Manuscritas
  - Romanas
  - De Palo Seco
  - Vernáculas (egipcias, jónicas, griegas, grotescas)
  - Decoradas/Pictográficas

En estas últimas describimos los atributos formales que las caracterizan en cada caso (construcción, forma, proporciones, modulación, espesor o grosor, remates o trazos terminales, caracteres clave, decoración).

3. Como referencias para el análisis tipográfico empleamos: BAINES, PH.-HASLAM, A.; *Tipografía: Función, forma y diseño*, GG, Barcelona, 2005; LUIDL, PH., *Tipografía Básica*, Campgrafic, Valencia, 2004; PATAU, J.-GARCÍA, D.-PENELA, J.R., Unos tipos duros. Teoría y práctica de la tipografía, <http://www.unostiposduros.com, 2007>. Para medir el tamaño de letra e interlineado empleamos un tipómetro manual de la marca alemana *Grafipress*.

Imagen[4].

- Componentes visuales[5]: Punto, línea, superficie, color, variables visuales
- Función[6]: Atraer, adornar, comunicar, significado explícito y simbólico
- Relaciones organizativas[7]: Integración y segregación de elementos, secuencia, equilibrio, simetría, ritmo, tensión

- **Análisis del contenido de las imágenes: elementos simbólicos y explícitos.**

- **Análisis teórico del material gráfico de la Exposición en el contexto de las corrientes nacionales e internacionales de diseño de la época[8].**

4. Como referencias para el análisis de la imagen empleamos: VILLAFAÑE, J.-MÍNGUEZ, N.; *Principios de Teoría General de la Imagen*, Pirámide, Madrid, 2000; SAUSMAREZ, M.; *Diseño Básico*, GG, Barcelona, 1995; DONDIS, D.A.; *La sintaxis de la imagen*, GG, Barcelona, 1997; ARNHEIM, R.; *El poder del centro*, Askal, 2001. y FRASCARA, J., *Diseño Gráfico y Comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2000, p. 91.

5. *Ibidem.*

6. *Ibidem.*

7. *Ibidem.*

8. Además de las fuentes secundarias citadss en la bibliografía y en el capítulo dedicado al diseño gráfico españok de la época, empleamos como fuentes primarias referencias del manual: CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A., *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos* (segunda edición), Labor, Barcelona, 1933. La primera edición de la adaptación española de los libros de Chambonnaud que manejamos se publicó en 1927 como documenta EGUÍZABAL, R.-GARCÍA-OCHOA, M.L., "La publicidad y los libros", *Documentos de trabajo*, 1, Universidad Complutense, 2001, p 16. Hay que anotar que este manual de Chambonnaud es el número VIII de una serie de diez tomos editados por la editorial Labor bajo el nombre genérico de *La Nueva Técnica de los negocios*. Biblioteca de Altos Estudios Comerciales. Todos ellos están escritos por técnicos en publicidad franceses, en colaboración, en algunos casos, con Alfonso Carnicero Barrio, al que presentan como Consultor en Publicidad y Ventas y ex profesor de estas especialidades en la Universidad Comercial de Deusto (Bilbao). También consultamos el manual de PRAT, P., *Publicidad Racional*, Labor, Barcelona, 1934. Además, sobre la psicología de la publicidad durante la época de la exposición consultamos CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A., *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos (Primera parte)*, Labor, Barcelona, 1926; CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A., *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos (Segunda parte)*, Labor, Barcelona, 1927.



El diseño gráfico en la Exposición Ibero-Americana de Sevilla. 1929.

PARTE I

Contexto Teórico

Ainhoa Martín Emparan

1. Contexto Político y Cultural. 1929

Entre 1929 y 1930 se celebraron las exposiciones Iberoamericana de Sevilla e Internacional de Barcelona, bajo el epígrafe común de Exposición General Española. Políticamente son una muestra del final de una etapa en la historia española, pues tras la dimisión de Primo de Rivera en enero de 1930 y las elecciones municipales de 1931, se instauraría la II República y con ella el final de la monarquía del Rey Alfonso XIII[1]. En ambas exposiciones el proceso de maduración y desarrollo fue muy largo; más en la sevillana, que comenzó a gestarse en 1909, que en la catalana, cuyos primeros pasos pueden fecharse en 1914. La situación política y social española durante esos años había estado marcada por la crisis que comenzó en las décadas finales del siglo XIX con la pérdida de las colonias españolas en América, y que se continuaría con el sistema político de partidos turnantes y, a partir de 1923, con el golpe de Estado del General Primo de Rivera y el establecimiento de un Directorio Militar hasta 1925 y de uno Civil hasta el año 30. No obstante, en Cataluña la situación era diferente ya que, en 1901, el ascenso en las elecciones municipales y parlamentarias de la *Lliga Regionalista* había roto la alternancia entre liberales y conservadores, otorgando relevancia a una clase burguesa que sería la raíz del autogobierno de la Mancomunidad que se suprimiría en los primeros años de la Dictadura.

En el contexto político internacional, la segunda década del siglo XX significó la recuperación económica y moral tras la Primera Guerra Mundial. Buena parte de la población de los países contendientes había quedado diezmada por el conflicto y era el momento de buscar fórmulas de escape y de evasión. La diversión de los "locos años veinte" estaban determinados por la ilusión de que un conflicto bélico de esa magnitud no podría volver a repetirse; y los acuerdos ratificados tras la Guerra y la extensión en los países avanzados del sufragio universal contribuían a cimentar esa convicción. Los progresos de la técnica hacían vislumbrar un mundo en el que el ocio iba a ser protagonista de una sociedad que relajaba sus viejas normas morales. Los deportes y el cine se convirtieron en los grandes acontecimientos de masas, y se fue creando una gran clase media, que adquirió una pro-

1. Recogemos información del trabajo de Víctor Pérez Escolano entorno al desarrollo arquitectónico de ambas exposiciones en: PÉREZ ESCOLANO, V., "Sevilla y Barcelona. Las Exposiciones de 1929 en España", *Separata del Homenaje al profesor Antonio Bonet Correa*, Madrid, 1994.

gresiva importancia para la economía y, por ende, para las empresas y la publicidad de masas. Mientras, una parte de los intelectuales advertían de que el fin de la guerra no era más que la muestra de la profunda crisis de una civilización basada en los valores capitalistas de la cultura occidental, y veían en la revolución rusa un ejemplo a seguir. En ese contexto, el 24 de octubre de 1929 se desplomó la bolsa de Nueva York y los precios de las acciones de Wall Street, cayeron drásticamente, abriendo un periodo de crisis económica en Estados Unidos que enseguida se contagió a Europa. Muchos ciudadanos estadounidenses que tenían sus ahorros en los Bancos, en depósitos a la vista, acudieron en masa a retirarlos para invertirlos en Bonos del Tesoro. Como consecuencia, los bancos y las empresas quebraron, y con las acciones por los suelos comenzaron a despedirse a millones de trabajadores.

En España, el comienzo del siglo XX está condicionado por dos actitudes nítidas y abiertamente enfrentadas: la nostalgia o la regeneración. Mientras en Cataluña se impuso el espíritu regeneracionista, en el resto de España, y particularmente en Andalucía, se produjo una defensa encendida de la grandeza perdida de España, lo que culturalmente se tradujo en el rechazo de cualquier innovación de índole cultural que llegase de más allá de nuestras fronteras.

Con esta perspectiva, no es de extrañar que mientras la Exposición de Barcelona tuvo una ambición europeísta y abierta a la modernidad, la de Sevilla asentó sus bases sobre una pretendida recuperación de la grandeza de la historia española y sobre el estrechamiento de lazos culturales y sentimentales con América[2]. Prueba de ello es que el arquitecto regionalista Aníbal González, responsable durante 15 años del diseño y ejecución de las obras de la Exposición, siguió la corriente historicista que dominaba la arquitectura española de la época. Como ejemplo de nostalgia historicista merecen señalarse los diseños del Pabellón de Industrias y Artes Arquitectónicas, inspirado en el arte árabe y neomudéjar; el Pabellón Real, basado en el neogótico; y el de Bellas Artes, que se levantó con un proyecto

2. *Ibidem.*

inspirado en el neorenacimiento. En 1925 la política de estatalización económica de Primo de Rivera, sustentada en la realización de obras públicas, hizo posible el impulso definitivo de las obras emprendidas en ambas exposiciones. Otro arquitecto regionalista, aunque más populista, Juan Talavera y Heredia fue designado para realizar el Pabellón de Agricultura; mientras Vicente Traver se encargó del Pabellón de Sevilla. A finales de ese año el militar José Cruz Conde, gobernador de la provincia, fue designado comisario regio y en 1927, el ingeniero Carvajal y el arquitecto Traver relevaron a Aníbal González en la dirección del proyecto.

A pesar del predominante empeño regionalista e historicista, la Exposición sevillana encontró un signo de modernidad en la jardinería *Déco* diseñada por el francés Forestier en el Parque de Maria Luisa, una propuesta ordenada y racionalista al estilo de las corrientes que dominaban el diseño y la arquitectura europea de la época.

En el contexto puramente cultural, la contestación a la situación política era notable en algunos campos. La literatura española se renovó a partir del modernismo y de la generación del 98, con ensayistas como Ortega y Gasset y novelistas como Gabriel Pérez de Ayala y Gabriel Miró que rompieron con el pasado inmediato y se abrieron a las nuevas ideas culturales que llegaron desde Europa. El comienzo del denominado "espíritu novecentista" hay que fijarlo en 1906 cuando, bajo el apodo de "Xenius", Eugenio d'Ors utiliza por vez primera la palabra *Noucentisme* en uno de sus artículos del periódico *La veu de Catalunya*; un año más tarde el Novecentismo castellano coincide con la publicación de *Tinieblas en las cumbres* de Pérez de Ayala. Política y culturalmente los novecentistas propugnaban mejorar la formación cultural de unas minorías que pudiesen emprender un proyecto de modernización a fondo del país que hiciera posible la instauración de la Segunda República[3]. Se trata de una nueva generación que se opone a la inmediatamente anterior y que políticamente propugna una revolución cultural desde el poder, la civilización urbana, el universalismo, el predominio de la inteligencia, el clasicismo, el cultivo de la ciencia general

3. Sobre los conceptos de Novecentismo y *Noucentismo* seguimos lo recogido por el profesor de la Universidad Complutense Félix Rebollo en REBOLLO, F., "El periodismo literario de los ensayistas y narradores novecentistas", *Espéculo*. Revista de Estudios literarios, Madrid, 2001. <http://www.ucm.es/info/especulo/numero 18/rebollo.html> Consultado el 20/04/2004.

y la preparación universitaria. En lo cultural defiende el arte puro dirigido a las minorías, y el distanciamiento del autor de la obra literaria; que debe ser autónoma. El Novecentismo alcanzó su pleno desarrollo hacia 1914; convivió con las vanguardias en los años veinte y declinó en los años treinta; si bien ya a partir de 1923 la dictadura de Primo de Rivera silenció las propuestas de reforma y modernización del país, expuestas a través de las revistas y periódicos como *España* (1915-1924), *El Sol* (1917), *La Pluma* (1920-1923), *Índice* (1921-1922) y *Revista de Occidente* (1923-1936).

Díaz Plaja[4] establece dos periodos cronológicos entre los que se sitúa el Novecentismo: el primero, entre 1906 y 1917, estuvo liderado por Eugenio d'Ors; y el segundo, entre 1917 y 1923, por José Ortega y Gasset. Este periodo estuvo condicionado por la crisis sociopolítica de 1917 y finalizó con el comienzo de la Dictadura de Primo de Rivera en 1923. Para este historiador, el Novecentismo no es ni modernismo ni noventayochismo, ni todavía vanguardismo; y confluirá en la Generación del 27. En 1911 Eugenio d'Ors propuso en la revista *Cataluña* un programa de intervención en la política cultural, que incluía la puesta en marcha de una Escuela de Altos Estudios, una Biblioteca y una Academia. Seis años más tarde, la Mancomunitat de Cataluña emprendió una parte sustancial de este programa con la creación de la Biblioteca de Catalunya, la Escola de Bibliotecaries, la red de Bibliotecas Populars, se reordenó el Institut d'Estudes Catalans y se puso en marcha un equipo filológico que promulgó las normas ortográficas del idioma catalán.

Para d'Ors los valores del *Noucentisme* pasaban por la defensa a la vuelta a los valores del clasicismo literario y a los ideales cívicos catalanistas: «Yo no he venido a instaurar la ley antigua. No quiero traeros revolución, sino continuación. Tu raza, Xenius, está hoy postrada por grande mal. Hay los largos siglos de servitud que han extinguido en ella la virtud antigua. Hay la corrupción de las artes, madre de las peores violencias. Hay los hombres furiosos que perpetúan la anarquía. Hay los decoradores frenéticos que han desacostum-

4. DIAZ PLAJA, G., *Un periodo por estructurar: el novecentismo español.* Madrid, Fundación Universitaria Española, 1975.

brado de toda armonía vuestros ojos. Hay los malos pensadores que tienen las vernaculares ocurrencias, y los malos periodistas que tienen confesionario el gusto, y los malos pedagogos, plagiadores de las torpezas más idiotas de los fumistas norteamericanos. Pero todo esto es también ceniza y polvo que cae de los ideales cuando suben al cielo. Todo pasará, y rápidamente, porque se acercan los tiempos y mil signos la plenitud anuncian. En verdad, sé decirte, Xenius, que la gloria futura de tu Raza ninguna criatura nacida en dolor será capaz de narrarla»[5].

La mayoría de los novecentistas escribieron ensayos políticos y ofrecieron orientaciones didácticas en los campos ideológico y artístico. Como ensayistas destacaron los mencionados Eugenio d'Ors y Ortega y Gasset; pero además hay que citar a Salvador de Madariaga, Claudio Sánchez Albornoz, Gregorio Marañón, Américo Castro, Manuel Azaña, García Morente, Cansinos-Assens o Guillermo de Torre, entre otros. En teatro hay que recoger los nombres de Max Aub, Concha Espina, Martínez Sierra o Eduardo Marquina. En novela Pérez de Ayala y Gabriel Miró. En poesía Gerardo Diego, con sus obras *Imagen* (1922) y *Manual de espumas* (1924); y Juan Ramón Jiménez, poeta paradigmático de su generación, según Ortega y Gasset. El propio Ortega, Juan Ramón y Pérez de Ayala fueron los impulsores de la revista *Actualidad y futuro*.

En 1914 José Martínez Ruiz "Azorín", se refirió a los novecentistas en estos términos: «Otra generación ha llegado. Hay en estos escritores más método, más sistema, una mayor preocupación científica. Son los que este núcleo forman: críticos, historiadores, filósofos, eruditos, profesores. Saben más que nosotros, ¿Tienen nuestra espontaneidad? Dejémosles paso».

Ortega y Gasset fundó la revista *España* el 29 de enero de 1915. Allí explicaba el espíritu que le impulsaba: «Los que hemos de escribir en sus columnas –gente ni del todo

5. D'ORS, E., *La bien plantada,* Planeta, Barcelona, 1981, p. 155.

moza ni del todo vieja– asistimos desde 1898 al desenvolvimiento de la vida española. Durante estos diecisiete años de experiencia nacional, raro fue el día en que la realidad pública no trajo otra cosa que impresiones ingratas. Cuanto más patriotas éramos, mayor enojo sentíamos...».

En el año 1917 Ortega puso en marcha el periódico *El Sol* y unos años más tarde, en julio de 1923, fundó y dirigió la *Revista de Occidente*, que acogió a los intelectuales del momento. Desde ella propuso una nueva concepción de España. La revista tenía como objetivo declarado abrirse a Europa, ponerse al servicio –como recoge ya desde el primer número– de ese estado de espíritu, que no sea ni meramente literario, ni ceñudamente científico, "pero que la información tenga un carácter intensivo y jerarquizado". La Generación del 27 tuvo en la revista uno de sus primeros vehículos de relieve. Rafael Alberti, Jorge Guillén, Pedro Salinas y Federico García Lorca fueron elogiados con las publicaciones de *Cal y Canto*, *Seguro Azar*, *Romancero gitano* y *Canciones*.

Para Ortega, lo intelectual no debe aspirar a mandar. En 1923 escribió en *Revista de Occidente* un artículo contra "La soberbia española": «Este vicio étnico se extiende por todo el territorio modulado en los giros más diversos, sólo aparente en unas tierras, sólo subterráneo en otras. Pero yo creo que en el pueblo vasco se encuentra su fórmula más pura y clásica. El que ha visto bien la soberbia vasca tiene una clave para penetrar en las demás soberbias peninsulares y puede abrir la puerta que cierra los sótanos de la historia de España». En enero de 1926 escribió en la misma revista: «La inteligencia sólo puede ascender a la plena dignidad de sí misma si llega a comprender su esplendor y su miseria y su limitación».

No obstante, la corriente política y cultural del Novecentismo encontró rechazos de renombre. En 1915 Miguel de Unamuno escribió una carta a Ortega y Gasset en la que decía: «En España hay todavía mucha cosa desvaída. Las cosas de nuestro amigo Xenius están demasiado fuera de lugar y de tiempo. Los que las lean, que serán muy pocos, aca-

barán diciendo: bien, ¿y qué? Un semanario no es una revista de filósofos, y ese preciosismo no entra aquí en las gentes. Valiera más que hablara de catalanismo, y en concreto».

A partir de 1917 comenzaron a llegar a España, de forma tardía, las estéticas derivadas de las vanguardias plásticas de entreguerras, que convivieron desde mediados de los años veinte con el movimiento racionalista que impregnó la cultura europea. No obstante, la entrada de ese soplo de aire internacional encontró el freno impuesto por la ideología conservadora de las instituciones oficiales, que determinaban como canónico lo dictado por normativa academicista oficial y por el naturalismo ochocentista[6].

El periodo comprendido entre 1918 y 1930 acoge en el ámbito cultural el desarrollo de las vanguardias artísticas. El término "vanguardia" nace en Francia procendente del término bélico "Avant-garde", y es una referencia a los frentes de batalla que abrían el camino en la Primera Gran Guerra; una metáfora de lo que los artistas pretendían hacer en el panorama de la cultura. El italiano Marinetti, con su "Manifiesto Futurista" de 1918 es el pionero; como lo son también en Francia Tzara entre los dadaístas, el alemán Trakl en el expresionismo, o Huidobro, y Gerardo Diego en el creacionismo y en el ultraísmo respectivamente.

En 1918 el primer manifiesto ultraísta se declara ya completamente en contra del novecentismo y propugna un "Arte Nuevo". La revista *Grecia* hizo de portavoz de este movimiento. Así en el número 11, del 15 de marzo de 1919 se publicó un manifiesto literario firmado por Xavier de Bóveda, César A. Comet, Fernando Iglesias, Guillermo de Torre, Pedro Iglesias Caballero, Pedro Garfias, J. Rivas Penedas y J. de Aroca. «Los que suscriben, jóvenes que comienzan a realizar su obra, y que por eso creen tener un valor pleno de afirmación (...) necesitan declarar su voluntad de un arte nuevo que supla la última evolución literaria: el novecentismo. (...) Jóvenes, rompamos por una vez nuestro retraimiento y afirmemos nuestra voluntad de superar a los precursores». En la misma revista, el 3 de junio

6. Recogemos las conclusiones de la investigación de Antonio Franco, director del Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz FRANCO, A.; "Pérez Rubio. El Arte Nuevo y las Exposiciones Nacionales (1926-1932)", *Roma y la Tradición de lo Nuevo, Diez Artistas en el Gianicolo (1923-1927)*, Residencia de Estudiantes, Madrid, 2004. (<www.seacex.es/documentos/roma_03_indice.pdf> consultado el 12/05/2006); que a su vez hace una revisión crítica de los extensos trabajos que sobre las vanguardias artísticas en España han firmado Jaime Brihuega, Valeriano Bozal y Juan Manuel Bonet. BRIHUEGA, J., *Las Vanguardias Artísticas en España*, Istmo, Madrid, 1981; BONET, J.M., *Diccionario de las Vanguardias Artísticas en España 1907-1936*, Alianza, Madrid, 1995; BOZAL, V., *El realismo plástico en España 1900-1936*, Península, Madrid, 1966.

Isaac del Vando-Villar escribió: «Platónicamente estamos exponiendo nuestra moderna doctrina ultraísta en las columnas de *Grecia* sin querer molestar a los fracasados maestros del novecientos». La revista *Grecia*, junto a *Ultra* y *Cervantes*, abanderaron el movimiento ultraísta.

El poeta chileno Vicente Huidobro llegó a España en 1918 tras su estancia en París, participando activamente en las tertulias de los artistas de vanguardia del momento contagiándoles del ambiente de renovación estética que ya calaba en Europa[7]. El creacionismo de Huidobro proponía una literatura que fuera completamente autónoma del mundo, en la que el poeta hiciera crecer sus poemas como la Naturaleza hace con los árboles. De tal manera, se superponen las imágenes sin hilo conductor claro, se suprimen los signos de puntuación, y se prescinde de lo descriptivo.

Gerardo Diego y Juan Larrea fueron los otros dos impulsores del creacionismo, que evolucionó hacia el ultraísmo. Los jóvenes artistas ansiaban romper con el realismo y la novela histórica de finales del XIX, que se combinaba con el relato modernista de experiencias de alucinación y locura. El ultraísmo suprime la rima y los nexos sintácticos y se carga de referencias visuales y auditivas. Además, experimenta con la tipografía para tratar de fundir plástica y poesía, juega con neologismos, palabras esdrújulas y metáforas ilógicas. En su gestación participó el sevillano Rafael Cansinos-Asséns, que le dio nombre al movimiento junto a un grupo de jóvenes que se reunían en el Café Colonial de Madrid para discutir sobre la necesidad de renovar la literatura y de superar el modernismo de Rubén Darío.

Entre los ultraístas caben citarse, entre otros, a Gerardo Diego, Pedro Garfias, Guillermo de Torre, Juan Larrea, Isaac del Vando-Villar, Pedro Garfias, Xavier Bóveda Adriano del Valle, José Rivas Panedas y Jorge Luis Borges, que en aquel tiempo residía en España.

7. Sobre las vanguardias literarias en España seguimos, sobre todo las investigaciones de José Lezama y de Javier Aristu. En LEZAMA, J., "La vanguardias en las revistas del siglo XX", *Luke,* número 75, junio 2006. <http://www.espacioluke.com/2006/Junio2006/lezama.html> Consultado el 02/10/2006; ARISTU, J; *Las vanguardias literarias del siglo XX*. <http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd99/ed99-0055-01/portada.html>Consultado el 02/10/2006

Los ultraístas reconocían su admiración hacia Ramón Gómez de la Serna, pionero de los juegos literarios humorísticos; pero también respetaban a Ortega y Gasset y a Juan Ramón Jiménez, al que atribuían la paternidad de la poesía pura. El primer núcleo ultraísta lo integraron Cansinos-Assens, el teórico De La Torre, que en 1923 escribió el único volumen de poesía ultraísta en *Hélice*, Gerardo Diego, Juan Larrea y Jorge Luis Borges.

En la revista *Grecia* apareció el primer Manifiesto Ultraísta en 1919, revelando conexiones evidentes con el dadaísmo y el futurismo. Además de *Grecia*, difundieron los principios ultraístas otras revistas como *Ultra*, *Cervantes*, *Tableros*, *Reflector*, *Perseo*, *Cosmópolis*, *Horizonte*, *Plural*, *Alfar*, etc. Borges llevó el movimiento a Ibero América, donde entre otros, tuvo eco en Piñero, Ortelli, o González Lanuza en revistas argentinas como *Proa* y *Prisma*, dirigidas por el propio Borges quien, años más tarde, en 1972 declaró: «El error del ultraísmo... fue el de no haber enriquecido, el de haber prohibido simplemente. Por ejemplo casi todos escribíamos sin signos de puntuación. Hubiera sido mucho más interesante inventar nuevos signos, es decir enriquecer la literatura... el ultraísmo fue una revolución que consistía en relegar la literatura a un sola figura, la metáfora...». El Ultraísmo perdió fuelle a partir de 1922, cuando dejó de publicarse la revista *Ultra*.

En todo caso, el ultraísmo no fue representativo de una generación, aunque sirvió para impulsar una nueva interpretación de la poesía, en la que cobró importancia la imagen y la metáfora y decayó el uso retórico.

En otoño de 1926, Emilio Prados y Manuel Altolaguirre habían fundado la revista *Litoral*, que aglutinó a los pintores y poetas de la que sería denominada como "Generación del 27". Todos ellos formarían parte del bando perdedor en la Guerra Civil: Federico García Lorca, Miguel Hernández, Rafael Alberti, Pablo Ruíz Picasso, Juan Gris, Francisco Cossio, Manuel de Falla. A partir de 1927 se editaron gran número de revistas literarias. En enero de ese año Guillermo de la Torre y Ernesto Jiménez Caballero fundaron en Madrid *La Ga-*

ceta Literaria. Tras ella caben mencionarse la sevillana *Mediodía*, la onubense *Papel de Aleluyas*, promovida por Fernando Villalón, la granadina *Gallo* de Garcia Lorca; además de *Parábola* en Burgos, *Meseta* en Valladolid, la coruñesa *Alfar*, o *Manantial* en Segovia.

Formalmente, los artistas que participaban en las revistas siguen las más variadas corrientes que van desde el surrealismo al cubismo, a la inspiración metafísica. Lo que sí compartieron todos ellos era la necesidad de responder a la ultra conservadora cultura oficial. Hay que anotar que los seguidores de estas revistas eran una minoría y el pueblo, en general, despreció las corrientes de vanguardia. A pesar de que las tiradas eran muy pequeñas y era difícil poder adquirir sus números, el fenómeno de la vanguardia literaria española traspasó pronto la frontera y sus autores fueron reconocidos en el circuito literario internacional.

En la cultura dominante no era habitual la correspondencia de las artes plásticas y la literatura; si bien sí puede hablarse de cierta comunidad temática como es el caso de la pintura costumbrista o la historicista[8]. En el caso de la actividad cultural crítica, la plástica y la literatura solían recalar en proyectos comunes incluso cuando una y otra alternativa no coincidieran exactamente. Tal es el caso de revistas como *Un enemic del Poble* o *Art Voltaic*, en las que lo literario y lo plástico se limitaron a coexistir. La identificación entre ambos campos fue más intercambiable en el caso del ultraísmo plástico y literario o en cualquiera de las variaciones del movimiento surrealista.

La revista era el canal por el que solía ensamblarse palabra e imagen. Entre ellas a principios del siglo XX caben citarse *Arte Joven* de Madrid, *Trocos* o *391*, que ya asumen en su tipografía y maquetación las influencias de las revistas de la vanguardia europea. En el único número de *Reflector* las interacciones pretenden ser más intensas con los caligramas de Vighi, o las reproducciones de Picasso y Lipchitz o los textos de Ramón Gómez de la Serna, si bien, según Brihuega[9] se trata de una simple convivencia de las "fuerzas renovadoras" que expresaba el mismo manifiesto de la revista.

8. BRIHUEGA,J. *op. cit*, pp. 428-429.

9. *Ibidem.*

Las ideas de modernidad no se implantaron con arrraigo en España hasta la proclamación de la República, si bien durante la dictadura de Primo de Rivera el racionalismo europeo permitió que en nuestro país el estamento oficial abriese tímidamente el debate entre modernidad y tradición, en el que la modernidad ya no se sustentaba en las vanguardias, de tal forma que artistas como Vázquez Díaz podían ser proclamados como modernos.

En 1925, la Primera Exposición de Artistas Ibéricos, celebrada en el Palacio de Exposiciones del Retiro, ya acogió a pintores que discrepaban de la Academia de Bellas Artes. No obstante, hasta la Guerra Civil se mantuvieron muy vivos, y en muy distintos foros, los debates entre aquellos que defendían una actitud inmovilista en el Arte y los que proponían ensayar experiencias innovadoras. Las Exposiciones Nacionales que convocaba el Estado cada dos años fueron el lugar ideal para escenificar esa tensión. La Exposición de 1926, además de a veteranos como Vázquez Díaz o García Maroto, acogió a algunos de los jóvenes que habían formado un año antes la Sociedad de Artistas Ibéricos, como los pintores Santiago Pelegrín, José Planes o José Frau. Además participaron algunos de los artistas que se habían formado en la Academia de España en Roma, como los pintores Pedro Pascual, Timoteo Pérez Rubio y Joaquín Valverde; los escultores Manuel Álvarez-Laviada y Vicente Beltrán; o los arquitectos Emilio Moya, Adolfo Blanco y Fernando García Mercadal.

La experiencia en Italia de este grupo fue muy relevante en la búsqueda en los años sucesivos de un nuevo orden estético español, a caballo entre el clasicismo y el movimiento moderno. En todo caso, el escritor Edgard Neville criticó irónicamente la Exposición del 26 calificándola como "Exposición de Arte Retrospectivo" y de "Exposición de 1890", subrayando su carácter anacrónico y su baja calidad. Y es que el ambiente oficial que se respiraba en la dictadura de Primo de Rivera se hizo evidente en los manejos de la derechista *Asociación de Pintores y Escultores* y en los principales premios y menciones de aquella cita, concedidos a obras de una estética de casticismo costumbrista y conservador.

La mayor parte de los críticos de la época denunciaron el envejecimiento y falseamiento de la tradición artística española, que se amparaba bajo el manto del casticismo y el exotismo, y que abiertamente rechazaba la modernidad o el "arte de última hora", como se le denominaba con desprecio[10]. En todo caso, junto a este tenso panorama artístico hay que subrayar que en el campo del diseño gráfico comercial la apertura a la influencia internacional fue algo mayor, y ello debido a que las empresas privadas sí fueron asumiendo, si bien de manera más gradual y compleja que en el resto de los países occidentales, el nuevo lenguaje plástico publicitario, que se extendía a la imagen, la tipografía, las viñetas, los logotipos o las portadas de los libros. Jaime Brihuega lo explica muy gráficamente cuando dice: "muchos empresarios de Europa y América hacían tragar a la burguesía cosmopolita la gran pirueta del *Art Déco*"[11].

«La razón que mueve la aparición de la mayoría de las alternativas plásticas hasta los años treinta habría que buscarla en los intentos de ciertos sectores de la burguesía española por solidificar un cierto patrimonio de cultura visual que, como atributo simbólico, estuviese más acorde con sus proyectos (o sus realidades) de protagonismo social (...) tendentes a modificar una parte de la ideología dominante (...) desde plataformas y objetivos igualmente burgueses (...) con proyectos de modificación, (como el del lenguaje visual), que no atentasen a las bases socioeconómicas del proceso productivo»[12].

10. FRANCO, A. *op. cit.*

11. BRIHUEGA, J. *op. cit*, p. 415.

12. *Ibidem*, p. 416.

2. Historia de la Exposición Ibero Americana

2.1. Organización y Propaganda

Las Exposiciones Internacionales tienen su raíz en las realizadas en Londres en 1757, organizada por la Sociedad para el fomento de las Artes, las Manufacturas y el Comercio y la de Praga (1791), que tenía un carácter exclusivamente industrial. En la segunda mitad del siglo XIX se vive una eclosión de exposiciones de este tipo: Londres (1851), Nueva York (1853), París (1855), Londres (1862), París (1867), Viena (1873), París (1889), Chicago (1893), París (1900, 1925). Todas ellas tenían el objetivo de mostrar al mundo el poder industrial de los países que las celebraban y, además, servían de excusa para emprender importantes obras de modernización de las ciudades organizadoras. Además descubrieron para las ciudades un nuevo negocio, el de recibir oleadas de visitantes en un periodo concreto, una práctica que los franceses denominaron *tourisme*, esto es, hacer un *tour*, dar una vuelta.

Los *touristes*, personas con alto nivel adquisitivo, encontraban en estos certámenes los mejores atractivos de cada país. En España se contaba con el antecedente poco relevante de la Exposición Universal de Barcelona de 1888, con una participación internacional menguada y casi simbólica. En Sevilla, cabe mencionarse, todavía en el siglo XIX las celebraciones de las Exposiciones Bético-Extremeña, de Flores y Plantas y de Cerámica. En 1905 se organizó la de Productos Sevillanos e Industrias Agrícolas, Vinícolas y Mineras de la Provincia. En 1907 el ayuntamiento propuso, por primera vez, la organización de una Exposición que sirviera para estrechar las relaciones entre España, Portugal y las antiguas colonias españolas. El municipio sevillano alegaba que "en siglos anteriores habían partido de ella las gloria expediciones que conquistaron tierras americanas y las que dieron, por primera vez, la vuelta al mundo".

La primera iniciativa para celebrar la Exposición Ibero Americana en Sevilla fue promovida en junio de 1909 por Luis Rodríguez Caso, con ocasión de un homenaje que recibió por ser el organizador un año antes de un acto de carácter patriótico denominado "Fiesta de España en Sevilla"[1]. El gobierno aprobó la iniciativa un año más tarde, aunque el presupuesto que requería y la primera guerra mundial fueron obligando a sucesivos aplazamientos. Definitivamente, se fijó su inauguración para el 9 de mayo de 1929.

Entre los inconvenientes que tuvieron que superarse, estaba la iniciativa de Madrid en 1905 de poner en marcha una iniciativa similar, para lo que se había llegado a fundar la Unión Ibero-Americana. En 1908 también Bilbao reclamó acoger la Exposición. Ambas iniciativas quedaron, finalmente truncadas, en favor de las de Sevilla y de Barcelona, una ciudad que también aspiraba a organizar un certamen internacional.

El gobierno le cedió a la catalana el protagonismo como certamen industrial, mientras Sevilla quedó enmarcada en un peculiar marco ideológico, que textualmente se expresa en el Real Decreto del 9 de noviembre de 1922: «El gobierno de V.M. estima de suma importancia fijar definitivamente el carácter general de dicha Exposición, que deberá responder a los designios que a la hora presente alberga el pueblo español, respondiente a los dictados de su geografía y de su historia. Ambas, de consumo, muestran a las claras cómo por encima de las diferencias nacidas de la separación de los Estados, los pueblos que conviven en el marco geográfico de la Península Ibérica, tienen en muchas direcciones de la actividad social ideales semejantes nacidos de comunes empresas realizadas en las pasadas centurias, que espiritualizan y funden en idénticos pensamientos en el crisol de los siglos y en modernas orientaciones que responden sin duda a direcciones aparentemente contrapuestas que en el fondo no lo son, y en todo caso, será obra provechosa, el estrechar relaciones y coordinar esfuerzos entre los que vivimos en el mismo solar y por multitud de razones debemos confraternizar, aunando nuestras respectivas labores».

1. Edición especial del artículo de la Enciclopedia Espasa dedicado a la Exposición Ibero Americana de Sevilla, Espasa-Calpe, Madrid, 1929, pp. 22-26. De la historia de la Exposición la fuente principal es RODRIGUEZ BERNAL, E., *Historia de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929*, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1994.

En este contexto, a diferencia de la de Barcelona y de las que se habían organizado en otros países, la Exposición Ibero Americana de Sevilla carecía del factor industrial característico de estos certámenes y fue promovida desde sus comienzos como un acto de propaganda de los valores nacionales y turísticos de España en general y de Sevilla en particular.

En el ámbito estatal se puso en marcha conjuntamente para las dos Exposiciones españolas una campaña publicitaria y promocional, por cuyos elementos de diseño gráfico nos interesaremos en este trabajo de investigación. En este sentido, y como detallaremos a continuación, por vez primera en la historia española, el gobierno utilizó de forma masiva, sistemática y organizada los recursos de diseño gráfico al servicio de la propaganda política. Lo hizo primero a través de la Comisaría Regia de Turismo creada en 1911 y después del Patronato Nacional de Turismo, puesto en marcha en abril de 1928. No podemos olvidar que con la revolución rusa de 1917 las vanguardias artísticas dejaron de ocupar una posición de resistencia y oposición a los gobiernos, para acabar sirviendo, de la mano del constructivismo, de instrumento de transformación social. Carteles, anuncios, libros o revistas fueron consideradas herramientas con el potencial de comunicar mensajes al servicio del poder[2].

El desarrollo técnico así lo permitía. El cartel moderno, ilustrado y a color, nacido de la mano de Jules Chéret, cubrió el último tercio del siglo XX en París y Londres. Chéret propone un canon que tendría éxito, el de la figura de la mujer como protagonista de la escena, como reclamo publicitario de la *Belle Epoque*.

La última década del siglo subrayó con Toulouse Lautrec el auge de los carteles. La invención de la litografía introdujo, además, respecto a la tipografía, dos novedades fundamentales en la historia del diseño: el artista podía dibujar directamente sobre la piedra caliza, primero, y sobre la plancha de zinc después, esquivando así la traducción al metal de los grabadores. Además, el procedimiento facilitaba la impresión a varios colores. Las imágenes publicitarias se extendieron como reclamo en los albores de la sociedad industrial.

2. SATUÉ, E., *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza Editorial, Barcelona, pp. 187 y ss.

La ciencia de la persuasión colectiva empezó a compilarse en 1874 con una *Historia de la Publicidad* editada en Londres[3], donde ya se ofrecían las mejores muestras de diseño gráfico internacional. El cartel comercial litográfico inundó los soportes del impreso comercial: libros, revistas, folletos, catálogos, embalajes y hasta materiales de hojalata. La industrialización y mecanización dejaron otro regalo antes de finalizar el siglo. Se trata de la reproducción mecánica de la fotografía iniciada en 1878, que permitió el desarrollo en cascada de nuevas técnicas como el fotograbado, el heliograbado, el fotolito y el fotocromo[4].

En España, con la industria gráfica bien desarrollada, sólo quedaba aguardar a un proyecto nacional de suficiente enjundia para aprovechar en todos sus soportes el potencial de propaganda que permitía el diseño gráfico de principios del siglo XX. La Exposición Ibero Americana de Sevilla fue el fruto histórico de la conciencia surgida a raíz de la profunda crisis que sufrió España en el proceso de Independencia de las colonias españolas en América, que culminó en 1898 con la pérdida de los restos del Imperio Colonial: Puerto Rico, Cuba y Filipinas. Vino impulsada por el éxito con que había organizado la capital andaluza las ya mencionadas Exposición de Productos sevillanos e Industrias Vinícolas y Mineras (1905) y la Fiesta de España en Sevilla (1908).

En el reglamento de esta última ya se anunciaba su papel de ensayo de otras exposiciones regionales venideras. Desgraciadamente su organización estuvo lastrada primero por la Primera Guerra Mundial, que obligaría a su aplazamiento; y por la crisis económica internacional de 1929, a la que hay que atribuir, en parte, la escasez de visitantes.

La citada celebración de la Fiesta de España en Sevilla conmemoró el centenario del inicio de la guerra de la Independencia y fue diseñada bajo el espíritu regeneracionista de exaltación del orgullo nacional, con un homenaje a la bandera y a la unidad de la Patria. En el acto central realizado en la Plaza de Toros de la Maestranza, grupos folclóricos de todas

3. *Ibidem*, p. 84.

4. *Ibidem*, p. 86.

las regiones españolas actuaron en honor de la enseña nacional que ondeaba junto a las de las regiones y a las Ibero Americanas[5].

Tras el éxito de público y crítica del festival patriótico sevillano, uno de sus promotores, el comandante de Artillería Luis Rodríguez Caso, como se ha dicho, abogó en un discurso pronunciado en 1909 por la creación de una Exposición Hispano Americana en Sevilla[6]. La idea contó con el rechazo inicial de los políticos y el intento de Madrid y Bilbao de apropiarse de la iniciativa. En 1910 el ayuntamiento, la diputación y la Unión Gremial ofrecieron las primeras subvenciones.

La rivalidad de Bilbao por organizar también una Exposición finalizó al abandonar esta ciudad el proyecto, concebido para su puesta en marcha en 1910. El respaldo del gobierno se produjo de una forma original[7]. Conociendo el alcalde de Sevilla, Manuel Halcón, que el rey era partidario de celebrar la Exposición en Bilbao, convocó una manifestación frente al Alcázar con motivo de la presencia allí de Alfonso XIII, que visitaba la ciudad junto al Presidente del gobierno, José Canalejas. Corría el 14 de marzo de 1910, y se congregaron unas 30.000 personas, encabezadas por el propio alcalde, el Presidente de la Diputación, el Arzobispo, y todas las fuerzas vivas de Sevilla. El rey comprometió ese mismo día su apoyo y el gobierno aprobó ese año la candidatura sevillana, enmarcándola en un utópico proceso de "reconquistar" América estrechando con las antiguas colonias las relaciones comerciales y culturales.

El 26 de diciembre de 1910 se publicó el Real Decreto del Gobierno en el que se regulaba la primera ayuda económica[8]. Al igual que la de Bilbao, la candidatura madrileña fue también perdiendo gas. Primero quiso organizarse en 1913, después se retrasó a 1916 y finalmente decayó en su pretensión. Y es que la llegada de visitantes se preveía escasa a

5. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *op.cit.*, pp. 43-45.

6. SALAS, N., *Sevilla en tiempos de la Exposición Ibero Americana*, RD Editores, Sevilla, 2004, p. 14.

7. RINCÓN, M.A., *Sevilla y su Exposición, 1929*, Ábaco, Sevilla, 1992, p. 62.

8. TRILLO DE LEYVA, M., *La Exposición Ibero-Americana. La Transformación urbana de Sevilla*, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1980, p 58.

causa de la crisis internacional que culminó con la Primera Guerra Mundial; un factor que también obligó a aplazar varias veces la fecha de celebración de la Exposición de Sevilla.

La organización de la Exposición estuvo primero gestionada por una Comisión iniciadora privada, pero en 1910 el ayuntamiento asumió el proyecto creando un Comité Ejecutivo, que abrió sus puertas a entidades ciudadanas en 1914, lo que lo hizo poco práctico. En 1923 se creó una Comisaría Regia y un Comité Permanente constituido por un grupo reducido de vocales que realmente llevaban el mando del proyecto.

Alfonso XIII, que reinó entre 1902 y 1931, asumió como propio el proyecto inicial de la Exposición Hispano Americana (1909-1922), después denominada Ibero Americana, otorgando al general Primo de Rivera, desde su golpe de Estado en 1923, el apoyo para que ejecutara el proyecto y las obras imprescindibles que debía de acometer la ciudad. El Presidente del Directorio, a su vez, designó en 1925 a José Cruz Conde como Comisario Regio y gobernador civil. Éste fue capaz de remover los obstáculos que el proyecto había arrastrado desde su origen y finalizó en poco más de tres años todas las obras pendientes desde 1909 hasta finales de 1925[9]. Sevilla debería servir, pues, de escaparate de la posición que España deseaba ocupar respecto a Iberoamérica en el siglo XX.

La Exposición fue concebida con un doble objetivo: por una parte serviría para emprender una reforma y modernización profunda de la ciudad, y por otra, sería útil para fomentar las relaciones con las repúblicas americanas. Fue diseñada entorno a tres ejes básicos: el artístico, el histórico y el industrial; si bien fueron los dos primeros en los que se hizo más hincapié, por haber sido Sevilla durante los siglos XVI y XVII una potencia artística que, a la vez, servía de puerta de entrada y salida de España con sus colonias.

Es por ello que en el aspecto industrial de la Muestra se subrayó singularmente el papel del libro como medio de comunicación cultural entre los países. En conjunto puede

9. SALAS, N., *op. cit.* p. 10.

afirmarse[10] que fue una Exposición histórica y cultural, un homenaje al pasado colonizador de España que, a diferencia de lo que ocurría en otras Exposiciones Internacionales, miró más al pasado que al futuro. Aspiró a revitalizar la Historia de España, lo que puede comprobarse en la ambición historicista de sus edificios y pabellones y en el hecho de que, a pesar de que estaba inicialmente previsto, finalmente se omitió organizar una gran exposición sobre Arte Moderno o sobre los adelantos técnicos de la época, como era habitual en otros certámenes. Se buscaba representar como símbolo a los pabellones americanos, cada uno con sus banderas, presididos por el pabellón español, o como fue la idea original: de la Corona Española[11].

En los comienzos del siglo XX, Sevilla mostraba para este objetivo un marco económico profundamente deprimido, sin industrializar, con escasas infraestructuras y sostenida sobre recursos rurales. No obstante, el recuerdo del antiguo esplendor sevillano había sido idealizado por los escritores románticos europeos del XIX que despreciaban el vigoroso proceso industrializador acometido más allá de los Pirineos y ensalzaban el paraíso perdido que creyeron hallar en España y particularmente en Andalucía.

Gracias a ellos se extendieron los tópicos que aún hoy perduran en muchos casos. Merimee, Byron, Stendhal, el Marqués de Custine, Gautier, y tantos otros contribuyeron a acuñar un retrato pintoresco de España y de los españoles. El romanticismo ensalzó el carácter del campesino español, de natural simpático y alegre; bien distinto, como sostenía Byron en *Childe Harold*, de los hoscos proletarios ingleses y franceses. El viajero romántico admiraba el abanico estético de los pueblos andaluces, marcados por conquistas y reconquistas. Los pintores viajeros, de los que fue pionero Richard Twiss (1747-1821) junto a Francis Carter, fueron los que distribuyeron en Europa una iconografía plástica que enfatizaba los personajes populares y la herencia arquitectónica de *Al Andalus*.

10. En las conclusiones de Rodríguez Bernal de su *Historia de la Exposición...*, *op. cit.*, p. 387.

11. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *La Exposición Ibero Americana en la Prensa Local*, Servicio de Publicaciones de la Diputación de Sevilla, Sevilla, 1981, p. 269 y ss.

Junto a esta referencia simbólica gráfica e ideológica europea que impregnaba los preparativos de la Exposición Ibero Americana, Primo de Rivera había hecho propios algunos de los postulados regeneracionistas que exigían que se emprendieran de inmediato en España reformas estructurales y económicas que permitiesen al país salir de la crisis tras la degradación del sistema político Canovista de la Restauración. "¡Pan y despensa!", reclamaba la generación literaria del 98 de los Unamuno, Ortega, Machado o Baroja; pero también más patriotismo, mayor aprecio por lo propio, por la tradición literaria y artística, por una auténtica independencia.

La obra gráfica relacionada con la Muestra responde a un espíritu propagandístico, sustentado desde la primera estructura interna del Comité Ejecutivo de la Exposición creado por el ayuntamiento (20 de diciembre de 1911) por una Comisión de Propaganda dirigida por José Benjumea Zayas. Bien es cierto que su actividad[12] hasta 1926 fue escasa y se limitaba a mantener las buenas relaciones con la prensa local, instándoles a que difundiesen una buena imagen del proyecto y abandonasen las críticas al Comité. En 1923 se creó una Comisaría Regia y un Comité Permanente constituido por un grupo reducido de vocales que realmente llevaban el mando del proyecto.

No obstante, destaca en nuestro campo la convocatoria de los dos primeros concursos de carteles, cada uno de ellos dotado de tres premios. El primero se publicó el 1 de marzo de 1912, para anunciar la Exposición Hispano Americana de 1914. En sus bases se establecieron tres premios de 3.000, 2.000 y 1.000 pesetas, respectivamente. Dejó los dos primeros premios desiertos, concediendo el tercero al presentado bajo el lema de "Cortejo". El segundo se convocó en marzo de 1923, cuando aún se anunciaba la celebración para abril de 1927. En este caso el primer premio y el tercer premio quedaron desiertos y se otorgó el segundo al cartel "Plus Ultra", de Federico Ribas. En 1924 se convocó un concurso de fotografías que tenía como motivo la Exposición y sólo acudieron autores lo-

12. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *La Historia... op. cit.* pp. 117-124.

cales. Ese mismo año se adjudicó a la editorial Mateu y Mateu un programa del Certamen, cuya portada diseñó el sevillano Santiago Martínez. El dibujo representaba una alegoría de la catedral y una vista de Sevilla rodeada de naranjos[13]. Desde el Estado tampoco se colaboró mucho a la propaganda y ello a pesar de que la Comisaría Regia de Turismo, creada en 1911 tenía entre sus fines: "Desarrollar por los medios más eficaces las relaciones espirituales, sociales y económicas que enlazan España con América". En 1912 el Comisario Regio de Turismo, Benigno Vega, fue nombrado miembro del Comité Ejecutivo de la Exposición. Su labor fue también pobre y estuvo más centrada en promover sus contactos en París con agencias de noticias que en poner en marcha una campaña eficaz y sistemática.

En 1926, bajo el mandato del nuevo Comisario Regio, Cruz Conde, se creó una Dirección de Propaganda dependiente de la Comisión Permanente, que invirtió 1.131.000 pesetas en dar difusión a la Exposición y 283.850 pesetas en los gastos de la propia oficina. Además, el gobierno puso en marcha un Consejo de Enlace (de carácter estatal y encargado de coordinar las Exposiciones de Sevilla y Barcelona) que impulsó una campaña de promoción y propaganda de las dos exposiciones nacionales bajo el epígrafe conjunto de Exposición General Española. El presupuesto inicial fue pobre y sumó hasta marzo de 1929 medio millón de pesetas. Incluyó para Sevilla la convocatoria del concurso nacional de carteles, que ganó Gustavo Bacarisas con una obra de inspiración *Déco*[14]. Para el certamen sevillano se fijó la inauguración el 12 de octubre de 1928 y la clausura el 30 de junio de 1929, una fecha que sufrió retrasos, hasta finalmente celebrarse entre el 9 de mayo de 1929 y el 21 de junio de 1930. La celebración de la de Barcelona se fijó entre el 1 de abril y el 31 de diciembre de 1929.

En Sevilla, el Comité de la Exposición no mostró mucho entusiamo por el arte moderno. La Muestra de Arte de la Exposición debía mostrar una doble manifestación de:

13. LEMUS LÓPEZ, E., *La Exposición Iberoamericana a través de la Prensa (1923-1929)*, Mercasevilla, Sevilla, 1987, p. 37.

14. Rodríguez Bernal en su *Historia de la Exposición*, p. 119, detalla los gastos: 208.000 fueron para consignación de oficinas, 23.992 para el periódico *The Times*, 7.500 para la imprenta Lorente por fototipias sellos, 106.115 para la imprenta Mateu por carteles, folletos y fajas, 42.193 para Ortega por carteles y transportes, 39.875 para Gráficas Reunidas por folletos, etc.; 1.164 al Sr. Amblés por propaganda extranjera;1.490 pesetas al señor Corrales por propaganda en cines, 356 pesetas por la instalación de la oficina de propaganda; y 18.750 pesetas por concurso de carteles.

"Arte Antiguo o retrospectivo" y de "Arte Moderno". Esta última, con Gonzalo Bilbao como organizador, tuvo un carácter secundario y de hecho, ni siquiera fueron nombrados los artistas que triunfaban en París como Picasso, Gris o Dalí. Finalmente la Exposición de Arte Moderno se redujo a una muestra de pintura regional, con obras de Bilbao, y pintores de su escuela como Julio Romero; además de una muestra de fotografía artística y daguerrotipos.

Desde el punto de vista del diseño gráfico, fue bien distinta la situación de la Exposición Internacional de Barcelona. Tal y como indica Raquel Pelta[15], a partir de la Exposición celebrada en 1888 en la ciudad condal, el Ateneo barcelonés organizó conferencias en las que se puso de relieve la importancia del diseño como parte de la identidad industrial catalana. Uno de los conferenciantes, Juan Tutau, aunó en su alocución el amor al trabajo del pueblo catalán "con el gusto artístico aplicado a las artes, tan necesario en esos años para poder competir con los productos de fuera".

Surgió así en Cataluña un movimiento que perseguía estrechar los lazos entre las enseñanzas artísticas y la actividad industrial con el objetivo de mejorar el diseño de objetos de uso y de adorno, uniendo así el interés económico con el cultural. Unos años después el movimiento modernista europeo halló en Barcelona fuertes aliados, como los arquitectos Gaudí, Lluís Domènech i Montaner o Puig i Cadafalch.

Los artistas del modernismo, que en Cataluña evolucionó hacia el *Noucentisme*, fueron apoyados por la burguesía y por el poder político, y extendieron sus actividades a todas las ramas de la producción industrial, desde la arquitectura al diseño de muebles o a las Artes Gráficas. El 15 de marzo de 1903 se puso en marcha el Fomento de las Artes Decorativas (FAD) una asociación que fue fundada con los fines declarados de proteger y dar instrucción sobre el arte decorativo, unos objetivos similares a los que en su día animaron el *Arts & Crafts* inglés o la *Werkbund* alemana. El FAD organizó cursos, concursos y exposiciones

15. PELTA, R., "Una parte esencial de la identidad barcelonesa", en *Barcelona, metrópolis mediterrània,* Barcelona, 2003. <http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm_diseno/bmm_disseny_14.htm> Consultado el 10/06/2005.

destinados a artistas y artesanos. En 1925 se hizo cargo de la representación española en el Salón de las Artes Decorativas de París, donde los expositores españoles obtuvieron más galardones que los franceses.

Entre 1914 y 1923, la Mancomunitat ejerció como órgano de dinamización y modernización de las infraestructuras catalanas, que ponía en la actividad cultural parte de su programa de regeneración social. La dictadura de Primo de Rivera, en 1923, suprimió la Autonomía, pero no consiguió detener el avance cultural y económico promovidos por los noucentistas. La Exposición Internacional de Barcelona sirvió de escaparate del movimiento moderno europeo con ejemplos paradigmáticos como el Pabellón de Alemania diseñado por el arquitecto Mies van der Rohe. Un año después de la Exposición, se fundó el Grupo de Arquitectos y Técnicos Catalanes para el Progreso de la Arquitectura Contemporánea, integrado entre otros por Josep Lluis Sert, Subirana o Sixt Illescas, que fundaron la revista *AC, Documentos de Arquitectura Contemporánea*, en la que difundieron las corrientes racionalistas europeas que abogaban por una producción industrial social en la que primara la economía de recursos y la funcionalidad.

Lo cierto es que si para el movimiento Noucentista catalán la Exposición fue una oportunidad para abrir las puertas a las nuevas corrientes culturales europeas, en Sevilla vencieron las tesis más tradicionalistas que ligaron la Muestra al Historicismo regionalista. Si esto ocurría de puertas adentro, la verdad es que la repercusión de las Exposiciones fuera de nuestra frontera se vio truncada por la crisis económica de 1929, lastrada por el *crash* de la bolsa de Nueva York. De hecho, la propaganda internacional promovida por el Gobierno español apenas tuvo eco. Se repartieron carteles y folletos entre las embajadas y consulados que, desgraciadamente, quedaron depositados en su mayor parte en las propias oficinas sin que se hiciera una distribución de los mismos. Además se les dio instrucciones para que, bien por ellos mismos o bien a través de agencias de viajes colaboradoras,

dieran información y servicios turísticos a quienes solicitarán visitar la Exposición. Pocos meses antes de la inauguración, en octubre de 1928, el Patronato de Turismo organizó en Sevilla, Madrid y Barcelona, el IX Congreso Internacional de Agencias de Viajes, con el fin último de divulgar las exposiciones entre los representantes de las agencias.

Hasta marzo de 1929 el medio millón de pesetas de los gastos de propaganda empleados por el Consejo de Enlace habían sido destinados, sobre todo, al concurso y a la edición y distribución de carteles; a la edición de folletos y a la propaganda en el periódico *The Times*.

En diciembre de 1928 una Real Orden exigió incrementar los servicios propagandísticos y establecer servicios ferroviarios y navieros circulares entre Sevilla y Barcelona. El 14 de junio de 1929, ante los pocos visitantes que llegaban a la Exposición, la Comisión Permanente propuso al gobierno un plan de Propaganda con un apartado nacional y otro internacional. Este último tenía un presupuesto de 925.000 pesetas e incluía anuncios en prensa extranjera, agencias de viajes y centros turísticos europeos. En España, con un presupuesto de 575.000 pesetas, la campaña recogía anuncios en prensa, en la Exposición de Barcelona y en balnearios y playas de Andalucía. La Comisión atribuía el fracaso en el número de visitas internacionales a las campañas políticas contra el Régimen de Primo de Rivera, que enfatizaban la inseguridad política que vivía España.

El Patronato Nacional de Turismo otorgó en julio de 1929 una ayuda de medio millón de pesetas al Consejo de Enlace para que lo destinase a propaganda. El propio Patronato, a medias con la Comisión Permanente, puso en marcha, a través de la Casa Caples de Nueva York una campaña turística en Estados Unidos, en la que se destacaban los atractivos de España, prestando especial atención a las exposiciones de Sevilla y Barcelona. En la quinta avenida de Nueva York el Patronato de Turismo instaló una central que encargó la edición de un especial del *New York American* de dos millones y medio de ejemplares

sobre España. También se contrataron publicaciones sobre el turismo español en otros periódicos norteamericanos y europeos y se instalaron carteles y fotografías sobre España en el centro de Nueva York. En Buenos Aires *La Nación* publicó un número especial dedicado a las exposiciones españolas y el ayuntamiento contrató una página entera por 5.980 pesetas. La Comisión Permanente encargó al *Morning Post* de Londres un artículo con fotografías y una página de propaganda al suplemento extraordinario *Spain*. En total se enviaron a agencias y consulados 400.000 publicaciones sobre España. Además se contrataron en diferentes periódicos, monográficos extraordinarios dedicados a propagar las bellezas turísticas nacionales. Se editaron ejemplares en español y en inglés, dedicándose algunas páginas exclusivas a cada exposición.

Se rodaron, además, películas sobre las dos exposiciones y se lanzó desde un avión publicidad de Sevilla en las principales capitales europeas. La Comisión Permanente compró cinco mil álbumes de fotografías, cuatrocientos setenta y cinco mil carteles, un millón de folletos y medio millón de sellos. Entre otros, se distribuyeron en la Exposición Internacional de Prensa de Colonia, en Alemania de 1928, y en el carnaval de Niza –en la Costa Francesa– de ese mismo año. Las compañías de tren *Wagons Lits* y de trasatlánticos *Navigazione Generale* firmaron sendos contratos para anunciar la Exposición General Española. Los coches cama y coches comedores que circulaban por las principales capitales europeas llevaron durante seis meses anuncios de la Exposición, que también figuraban en los prospectos horarios de los trenes de lujo. Las propias oficinas de *Wagons-Lits* mostraron en sus escaparates propaganda de las Muestras de Barcelona y Sevilla. En los barcos de lujo se expusieron carteles y se repartieron folletos en los camarotes.

A este material documentado y citado por Eduardo Rodríguez Bernal y Encarnación Lemus López, hemos de añadir el hallado en nuestra investigación, que incluye en Nueva York la edición de un número extraordinario en español e inglés de la Revista de *Comuni-*

caciones Internacionales, que se publicaba trimestralmente *The International Telephone and Telegraph Corporation*. Editado por esta misma empresa hemos encontrado dos folletos promocionales sobre Sevilla y la Exposición Ibero Americana. Uno denominado en su cubierta con los títulos: *Sevilla* y el otro *Seville*; ambos en idioma inglés. En Buenos Aires, además del suplemento extraordinario de *La Nación* hallamos otro del *Diario Español*. En España también encontramos monográficos editados por las revistas *Blanco y Negro*, *Vida Gráfica Española* y *Nuevo Mundo*. La Enciclopedia Espasa Calpe también sacó un número extraordinario monográfico, y también hizo lo propio la Hemeroteca Municipal de Madrid.

2.2. El contenido de la Exposición[16]

El conjunto de las instalaciones principales se alzaron en una superficie de unos dos millones de metros cuadrados entorno al Parque y los Jardines de Maria Luisa y De las Delicias, que quedaron dentro del recinto de la Exposición, limitando uno de sus extremos con el río Guadalquivir.

Cuatro fueron los centros del Certamen. Uno de ellos en torno a los Jardines de San Telmo, era el más cercano a la puerta principal, situada en la glorieta de San Diego. El segundo se ubicó en la plaza de España; que fue levantada con motivo de la Exposición, y que constituye la obra moderna más importante realizada en Sevilla hasta esa fecha. El tercero tuvo su centro en la plaza de América, junto a la cual se erigieron un conjunto de edificios. El cuarto centro de la Exposición comprendía una gran extensión a lo largo de la Avenida de América y en la plaza de Portugal; en esta zona se encontraban los pabellones de los países americanos. El arquitecto sevillano Aníbal González fue el responsable del diseño de la Exposición, así como de los edificios de las plazas de España y América, y del trazado urbano del Certamen.

16. Para este apartado hemos manejado como fuentes el propio *Catálogo de la Exposición de 1929*, además de la monografía que dedicó la Enciclopedia Espasa a la Exposición y las referencias de Rodríguez Bernal en su *Historia de la...*, pp. 201-213; y de Manuel Alfonso Rincón en *Sevilla y su Exposición*, pp. 64-172.

Entre los edificios permanentes, el más importante es el de la plaza de España, con una extensión de 50.000 metros cuadrados y constituida en forma de un semicírculo de más de 200 metros de diámetro que acogen en su centro una fuente central luminosa. El espacio está envuelto por una ría, sobre la que existen cuatro puentes.

El edificio central de la plaza tiene cuatro plantas, que se elevan en torno a un patio central y a otros cuatro de luz y ventilación. En la planta alta se instaló un paraninfo para celebrar congresos y asambleas. Además de la entrada principal porticada, la plaza tiene otra posterior a una rotonda que se une a la plaza de Portugal. El conjunto está rematado con dos torres de 80 metros de altura.

En la plaza de América se ubicaron el Pabellón Real, gótico; el Palacio de Bellas Artes, del más puro renacimiento español, y el Palacio de Industrias y Artes Decorativas, de arquitectura mudéjar sevillana. El Pabellón de Industrias Generales ocupaba una superficie de 7.500 metros cuadrados, idéntica a las Galerías Comerciales Americanas, destinadas a aquellos países que no erigieron pabellones propios. Con pabellón propio figuraban: República Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, República Dominicana, Estados Unidos, Méjico, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela. También se les dio carácter permanente al Pabellón de Marina, próximo al puerto, y al de Marruecos, de inspiración árabe. Cerca de los jardines de San Telmo y cerca de la entrada se edificó el Gran Casino de Sevilla, inspirado en el barroco andaluz. También tuvieron un objetivo de permanencia el Palacio del Aceite, que reprodujo los caseríos andaluces y el estadio, construido de cemento y hierro, con una capacidad para 20.000 espectadores.

Desde el principio se les otorgó carácter provisional al Pabellón Colonial, a los de Agricultura y Ganadería, al Campamento Militar –que albergaba una muestra de las industrias militares–, al Pabellón del Turismo español, al de Maquinaria, a los de Prensa e Informaciones, a las Galerías Comerciales, a las Tiendas de Lujo, o al Salón de Aeronáutica. Se

destinaron 15.000 metros cuadrados a los pabellones de las regiones españolas y otros 50.000 al Parque de Atracciones, en el que se edificó el Pabellón Chino, y a su izquierda una torre octogonal de 30 metros de altura y los pabellones Catalano-Balear; Vasco; Valenciano; de la Marina Mercante; el de la Compañía de Madrid a Zaragoza y Alicante; la Quinta de Goya; el Pabellón de la Cruz Roja; el de Jerez, varios pabellones particulares y un Barrio Moro, con su mezquita.

Dentro del recinto se podían visitar distintas exposiciones:

1. Exposición de Arte antiguo: En el Pabellón Real en la Plaza de América se alojó la exhibición de la Casa Real Española. En el Palacio de Arte Antiguo y Pabellón de Bellas Artes de la Plaza de América, y en los sectores de Navarra de la Plaza de España, se alojaron las Muestras de Arqueología, Artes Industriales Antiguas, Exposición retrospectiva de pintura y publicaciones y reproducciones artísticas.

2. Exposición histórica de la colonización española en América: En los sectores I y II de la Plaza de España.

3. Exposición regional: En la explanada del sector Sur.

4. Exposición histórica de Sevilla: En el Museo Industrial de la Plaza de España.

5. Exposición de Industrias generales, de Agricultura; de Comercio e Industria, de Maquinaria: En el sector Sur, entre la avenida Reina Victoria y el canal de Alfonso XIII.

6. Exposición Colonial: En avenida de Molini.

7. Exposición del libro: En el Museo artístico de la plaza de España.

8. Exposición de Turismo: En el sector Sur.

9. Exposiciones de América y Portugal: En los respectivos pabellones. En Jardines de San Telmo, Avenida Reina Victoria y Plaza de Portugal.

a. Pabellones

1. Del Comité Ejecutivo

Pabellón de Sevilla. Del arquitecto Vicente Martínez Tomás. De estilo neobarroco de inspiración levantina. Actualmente es el Teatro Lope de Vega y el Casino de la Exposición.

Pabellón de Turismo. De Vicente Traver. Reprodujo partes de varios edificios históricos españoles. Desaparecido.

Pabellón de Información. De Vicente Traver y José Granados de la Vega. Neobarroco. Hoy acoge el restaurane La raza.

Pabellón de la Prensa. De Vicente Traver y José Granados de la Vega. Estilo regionalista. Actual sede del colegio España.

Pabellón del Aceite. De Juan Talavera y Heredia. Reproducía un típico cortijo andaluz. Convertido en polvorín durante la guerra civil sufrió una explosión que lo destruyó.

Portada de la Exposición. De Vicente Traver Tomás. Arco de Triunfo de tres huecos neobarroco. Cada vano acoge una escultura. Se conserva actualmente.

Plaza de los Conquistadores. De José Granados de la Vega. Un gran espacio con fuente y esculturas alegóricas. Desaparecida.

Galerías Nacionales. De José Granados Vega. Neobarrocas. Desaparecidas.

Estadio. De Manuel María Smith e Ibarra. Parcialmente derribado para levantar sobre sus restos el actual Estadio Ruiz de Lopera.

Pabellón de Industrias Agrícolas y ganaderas. De Vicente Traver. Desaparecido.

Galerías. Naves de hierro, ladrillos y paños cerámicos. Tras la Exposición fueron destinados a almacenes e industrias que posteriormente desaparecieron.

Pabellón de Maquinaria Agrícola. De Vicente Traver y José Granados de la Vega. De estilo neobarroco. Desaparecido.

Pabellón de Industrias Agrícolas derivadas. De Vicente Traver y José Granados de la Vega. Desaparecido.

Campo de Polo. De Pedro Sánchez Núñez. Regionalista neobarroco. Desaparecido.

2. Pabellones oficiales

Plaza de España. De Aníbal González. Tiene forma semicircular (200 metros de diámetro), simbolizando el abrazo entre España y sus antiguas colonias. Orientada hacia el río como camino hacia América. Estilo regionalista. Su decoración se basa en ladrillos vistos, mármol y cerámica dándole un toque renacentista y barroco en sus torres. Bordeada por un canal cruzado por 4 puentes, que representan los 4 antiguos reinos de España. En su fachada se alinean bancos y ornamentos de azulejos con espacios alusivos a las 48 provincias españolas (mapas, mosaicos sobre hechos históricos, escudos de cada ciudad y a los lados columnas con nichos con comentarios sobre literatura, historia y arte de cada una de ellas). En la actualidad el edificio alberga la Delegación del Gobierno central en Andalucía y la Capitanía General de la Región Militar Sur.

Pabellón Real. Ubicado en la Plaza de América. De Aníbal González. Estilo gótico. Actualmente acoge dependencias municipales. Está destinado a albegar la colección de pintura andaluza de Carmen Thyssen.

Palacio de Bellas Artes. En la Plaza de América. De Aníbal González. Estilo renacentista. Actual Museo Arqueológico.

Pabellón Mudéjar. En la Plaza de América. Estilo mudéjar. Actual Museo de Artes y Costumbre Populares.

Pabellón de Marruecos. De José Gutierrez Lescura. Estilo historicista inspirado en la arquitectura islámica. Sede de la Delegación Municipal de Medio Ambiente.

Pabellón de Guinea. De Emilio Gómez Flores. Chozas de paja. Obviamente desaparecido.

Pabellón de la Cruz Roja. De Manuel de Cárdena. Neobarroco de fachadas blancas. Desaparecido.

Pabellón del Ministerio del Ejército. De Enrique Barrera. Recinto amurallado inspirado en la muralla de la Macarena. Desaparecido.

Pabellón del Ministerio de Marina. De Vicente Traver. Edificio de ladrillo con líneas rectas. Actual sede de la Comandancia de Marina.

Pabellón de la Compañía Telefónica Nacional de España. De Juan Talavera y Heredia. Estilo neomudéjar y neobarroco. Instalaciones de la Fundación Forja Siglo XXI.

Pabellón de la Compañía Arrendataria de Tabacos. De Vicente Traver Tomás. Actual Archivo de la Junta de Obras del Puerto.

3. Pabellones Extranjeros

Pabellón de Colombia. De José Granados de la Vega. Arquitectura religiosa colombiana. Actual Consulado.

Pabellón de Argentina. De Martín S. Noel. Arquitectura barroca hispanoamericana. Sede de la Escuela de Danza.

Pabellón de México. De Manuel Amábilis. Arquitectura indigenista, inspirado en los templos maya-tolteca de Yucatán. Sede de Tercer Ciclo de la Universidad de Sevilla.

Pabellón de Santo Domingo. De Martín Gallart. La fachada reproduce la Casa del Almirante Diego Colón en Santo Domingo. Instalaciones municipales.

Pabellón de Guatemala. De José Granados de la Vega. Con revestimiento cerámico de inspiración indígena. Cedido a la Escuela de Danza.

Pabellón de Perú. De Manuel Piqueras. Estilo neoperuano. Sede del Consulado de Perú. Sede del CSIC (Investigación sobre el Parque de Doñana).

Pabellón de Chile. De Juan Martínez Gutiérrez. Reproducción con volúmenes de las cordilleras andinas y la llanura costera. Sede de la Escuela de Arte.

Pabellón de Uruguay. De Mauricio Gravotto. Portada neobarroca. Oficinas de la Universidad de Sevilla.

Pabellón de Cuba. De Evelio Govantes y Félix Cobarrocas. Tuvo un edificio permanente y uno provisional. El primero reproduce elementos arquitectónicos cubanos. Sede de la Delegación de Gobernación de la Junta.

Pabellón de Venezuela. De Germán de Falla. No historicista. Desaparecido.

Pabellón de Portugal. De Carlos y Guillermo Rebello de Andrade. Neobarroco. Actual Consulado de Portugal. Sede del Festival de Cine de Sevilla.

Pabellón de Brasil. De Pedro Paulo Bernardes. Barroco brasileño. Instalaciones universitarias.

Pabellón de Estados Unidos. De William Templeton. Se erigieron tres edificios. Dos de ellos desaparecidos, el tercero se destinó a Consulado de Estados Unidos. Actualmente acoge una Fundación de Arte Contemporáneo.

4. Pabellones Regionales

Pabellón de las provincias vascongadas. De Diego Basterra Berástegui. Casa aristocrática vasca de estilo barroco. Hospital dependiente del Virgen del Rocío.

Pabellón de Asturias. De Enrique Rodríguez Bustelo. Casa asturiana de inspiración barroca. Desaparecido.

Pabellón de Barcelona. De Enric Sagnier y Villavecchia. Masía. Desaparecido.

Pabellón de Valencia. De Emilio Artal Fos. Casa rural valenciana. Desaparecido.

Pabellón de Aragón. De Pascual Bravo. Estilo regional aragonés. Desaparecido.

Pabellón de Murcia. De Manuel Martínez Chumillas y Ramón Aníbal Álvarez. Arquitectura regional. Desaparecido.

Pabellón de Castilla La Nueva. De Manuel Sánchez Arcas y Baltasar Hernández Briz. Casa Rural. Desaparecido.

Pabellón de Canarias. De Pelayo López. Estilo regional canario. Desaparecido.

Pabellón de Galicia. De Miguel Durán-Salgado. De estilo rural gallego. Desaparecido.

Pabellón de Navarra. De José Yarnoz. Reproducía en la fachada una portada románica de Estella. Desaparecido.

Pabellón de Extremadura. De Vicente Traver Tomás y Rafael Arévalo. Desaparecido.

Pabellón de Castilla La Vieja-León. De Pedro Sánchez Núñez. Reproducción de piezas de edificios históricos castellanos. Desaparecido.

5. Pabellones andaluces

Pabellón de Málaga. De Fernando Guerrero. Regionalista malagueño inspirado en el Palacio Arzobispal de la ciudad. Desaparecido.

Pabellón de Cádiz. De Juan Luis Romero Aranda. Barroco gaditano. Desaparecido.

Pabellón de Granada. De Leopoldo Torres Valvas. Inspirado en casas granadinas del XVI y XVII, con elementos nazaríes. Desaparecido.

Pabellón de Córdoba. De Carlos Sáenz Santa María. Con elementos de La Mezquita y reproducción de la Torre de San Nicolás de la Villa. Desaparecido.

Pabellón de Almería. De Mariano González Rojas. Reproducción de la Alcazaba. Desaparecido.

Pabellón de Huelva. Con reproducción de elementos de edificios colombinos. Desaparecido.

Pabellón de Jaén. De Luis Berges Martínez. Inspirado en construcciones de la ciudad del XV y XVI. Desaparecido.

Pabellón de Jerez. De Luís Fernández-Palacios. Regionalista. Desaparecido.

6. Pabellones comerciales

Pabellón Domecq. De Aurelio Gómez Millán. Regionalista. Destinado a oficinas municipales.

Pabellón Osborne. De Aurelio Gómez Millán. Regionalista. Desaparecido.

Pabellón Industrial Vasco. De Francisco Urcola. Regionalista inspirado en la arquitectura rural vasca. Desaparecido.

Pabellón de la Producción Valenciana. De Emilio Artal y Cayetano Borso. Neobarroco regional. Desaparecido.

Pabellón de Industrias de Cataluña y Baleares. De Jaume Mestres y Fosas. Copia del Pabellón de Lyon de Tony Garnier para la Exposición de París de 1925. Desaparecido.

Pabellón de la Marina Mercante. Volúmenes cúbicos y torre que recordaba a un faro. Desaparecido.

Pabellón Maggi. De Fernando de la Cuadra y Jesús Guinea. Estilo Moderno. Desaparecido.

Barrio Moro. De Pedro Sánchez. Reproducción de barrio típico de Marruecos. Desaparecido.

Pabellón de Uralita. Autor desconocido. Estilo Moderno. Desaparecido.

Pabellón El Eclipse. De Julio Jiménez. Estilo Moderno. Desaparecido.

Pabellón Gal. De Vicente Sáenz y Vallejo. Estilo Moderno. Desaparecido.

Pabellón de Fernández y Roche. De José Espiau. Neomudéjar. Desaparecido.

Pabellón Carbonell. De Juan Talavera y Heredia. Neobarroco. Desaparecido.

Pabellón de Hidroeléctrica Española. De José Granados de la Vega. Neobarroco. Desaparecido.

Pabellón de la Sociedad Española de Construcción Naval. De Vicente Traver. Desaparecido.

Pabellón Compañía M.Z.A. De Vicente Traver. Desaparecido.

Pabellón Miguel G. Longoria. De Vicente Traver. Desaparecido.

Pabellón Citroën. Actualmente Bar Citroën.

b. Contenidos de los pabellones

1. Principales contenidos de los pabellones españoles

El Estado, las regiones y las provincias dispusieron sus instalaciones permanentes y efímeras en el entorno del Parque de María Luisa y los jardines del sector sur. Los Palacios de las Plazas de España y América, los Pabellones de las Colonias, de Agricultura, de la Marina y del Ejército, de Turismo, los Regionales y los de carácter particular, albergaron una importante muestra de la riqueza natural industrial y artística de la España de la época.

El Catálogo oficial y la Guía de la Exposición fueron realizados antes de la inauguración y no detallan la mayor parte de sus contenidos. En líneas generales explican que el

Arte fue el eje vertebrador de los pabellones nacionales; si bien también se subrayaron los aspectos históricos y comerciales. El catálogo destacaba que el arte no sólo se podía observar en el interior de los pabellones, sino que se manifestaba en todos los aspectos del Certamen: en los edificios, en los jardines, en los elementos decorativos e incluso en las instalaciones comerciales.

En la Plaza de España se instalaron:

La Exposición de Arte Moderno. Pretendía contar con la concurrencia de artistas de todos los países participantes. Estaba prevista en las Galerías situadas entre el edificio central de la Plaza de España y la Puerta de Navarra. No llegó a celebrarse y muchos países incluyeron sus colecciones en sus propios pabellones. Gustavo Bacarisas organizó en el Ateneo, una muestra de autores españoles contemporáneos en el Pabellón de Brasil en 1930. Brasil había desmantelado ya sus propias instalaciones adelantándose a la clausura del Certamen.

Museo del Libro. Colección histórica de obras en idioma español, desde los códices mozárabes de Santo Domingo de Silos y las Cantigas de Santa María de Alfonso X "El Sabio" hasta la sección del libro moderno. Dispuso de la reproducción de un *scriptorium* con pergaminos monacales. Se organizó una Feria del Libro.

Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento y Colonización de América. Incluía documentos trascendentales, entre otros el *Diario de a bordo* de Colón y las *Capitulaciones de Santa Fe*.

Casa de Sevilla. Estaba constituida por tres partes: una Exposición histórica de la ciudad, un Museo de Tauromaquia y una reproducción de una casa sevillana típica del XIX.

Museo Industrial. La Torre Norte estaba destinada a albergar una muestra organizada por el Misterio de Trabajo, con talleres de fundición, calderería, electricidad, carpintería, etc. Tras el Certamen se ubicó allí el Real Colegio Hispalense de Formación Profesional.

Exposición de la Dirección General de Acción Social y Emigración del ministerio de Trabajo. Con documentos, libros, gráficos y fotografías que recogían detalles de la colonización española en América.

Dependencias del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes. Muestra de trabajos realizados por alumnos de las Escuelas de Artes y Oficios de varias ciudades españolas.

Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir. Con maquetas, fotografías y gráficos de obras realizadas o en proyecto

Dependencias de Instituto Geológico y Minero. Con colecciones de minerales, además de gráficos, mapas, etc.

Instalación del Ministerio de Fomento. Con maquetas de las principales Obras Públicas españolas.

Instalación del Instituto Nacional de Previsión y Cajas colaboradoras. Con maquetas y gráficos sobre su actividad.

Salón del Canal de Isabel II de Madrid. Con maquetas, gráficos y fotografías.

Sala de Prensa. Con dos secciones: una antigua y una moderna. Para la primera se aportaron ejemplares históricos de la Hemeroteca de Madrid. En la moderna se concentraban ejemplares de periódicos y revistas de España, Portugal y América.

Mapa Monumental de España. Mapa en relieve de gran tamaño.

Departamento del submarino Peral. Con una reproducción de la nave, además de planos, gráficos y objetos y documentos personales de Peral.

En la plaza de América se instalaron:

La Exposición de Arte Antiguo estaba distribuida por distintos pabellones.

Pabellón Real. En sus seis salas se mostraron los tesoros de la Casa Real española, raras veces expuestos al público. Esta colección estaba formada por cuadros, tapices, armas y porcelanas. El edificio se recubrió de azulejos y en sus cuatro vestíbulos se evocaron, por medio de cuadros cerámicos, las etapas más importantes de las cuatro principales órdenes españolas: Calatrava, Santiago, Montesa y Alcántara.

Palacio de Bellas Artes. En la sección de Pintura retrospectiva se expusieron quinientas obras de autores españoles y portugueses jamás reunidos hasta entonces bajo un mismo techo. La serie de pintura comenzaba en el siglo XVI y terminaba en el XIX y estaban representados, entre otros, pintores El Greco, Caravaggio, Murillo, Zurbarán, Valdés Leal o Goya; aunque había ausencias notables como Velázquez. También se incluyeron esculturas y artes menores, como muebles, armas, objetos de decoración, etc. Todas las obras fueron cedidas gratuitamente por instituciones oficiales o particulares. La falta de espacio motivó que la muestra resultase abigarrada y careció de orden cronológico.

Pabellón Mudéjar. Más de dos mil obras procedentes de catedrales, conventos e iglesias españolas. Careció de orden cronológico o temático.

Otros pabellones nacionales:

La agricultura y la ganadería tuvieron también una amplia representación. Se exhibieron muestras de aceite, aceitunas, vinos, conservas vegetales y animales, con atención preferente a la producción andaluza, que constituían el volumen más importante de la exportación es-

pañola. En producción industrial, los expositores mostraron los más variados productos, desde materiales de construcción a fármacos o muestras textiles y de madera. Merecieron particular atención las muestras naval, aeronáutica, minera, metalúrgica y ferroviaria. La representación española otorgó también especial relieve a los libros, con muestras de las más variadas representaciones y estilos literarios. Se concedió también importancia a la presencia de expositores con los grandes diarios, revistas y publicaciones periódicas en lengua española.

2. Principales contenidos de los pabellones extranjeros

Pabellón de Portugal. Este Pabellón, construido en un área de 5.000 metros cuadrados, terminó de levantarse el 9 de mayo de 1929.

El edificio constaba de dos partes, una provisional y otra definitiva. En la primera, un patio central con claustro daba acceso a los dos *Patios de Los Navegantes*, decorados con bustos de históricos navegantes portugueses. Las puertas eran de hierro forjado y las paredes se recubrieron con azulejos. El pavimento empedrado era de estilo portugués, con escudos de Don Juan V. En estos patios se instalaron las entradas, que daban acceso a las siguientes salas:

1. Sala de Conferencias y Cinematógrafo, con una capacidad para 350 espectadores, decorada con pinturas alegóricas a costumbres y danzas portuguesas.

2. Galería de Propaganda. En sus 200 metros cuadrados se dispusieron los expositores de los periódicos portugueses, y de diversas empresas públicas y privadas.

3. Salas de Comercio y de la Industria. Cada una disponía de 250 metros cuadrados y estaban ornamentadas con frescos decorativos de pintores portugueses. Se exponían piezas industriales y artísticas. Vidriería, cerámica, porcelanas, mármoles, calzado, tapicería, industrias extractivas...

4. Salas de Agricultura. Exponía aceites de oliva, aguas medicinales, conservas de

pescado, corcho, vinos de Madeira y Oporto, harinas, frutas, dulces, etc.

5. Sala de las Colonias. Sus 550 metros cuadrados estaban decorados con frescos representando paisajes y motivos relacionados con las Colonias de Portugal. Se exponían productos de Angola, Macao, Guinea, Cabo Verde, Santo Tomé y Príncipe, Mozambique y Timor.

6. Galería de Ventas. Exponía bordados regionales y joyas.

La parte permanente del Pabellón tenía su acceso a través de un salón de 150 metros cuadrados, con acceso al *hall* de entrada principal de 200 metros cuadrados. Su techo está decorado con los escudos de las principales ciudades portuguesas y de sus colonias. Junto al salón, dos pequeñas salas mostraban cuadros de antiguos pintores portugueses.

El salón estaba decorado con mobiliario portugués antiguo. En el primer piso, utilizado por el Consulado de Portugal, se ubicaron las exposiciones de cultura y de turismo.

Uniendo los dos cuerpos del edificio, el provisional y el permanente, en la fachada principal del Pabellón, se instalaron Galerías laterales circulares, una de las cuales estaba dedicada a Pruebas de los Vinos de Oporto con una pequeña sala de exposición del mismo vino. En la otra se dispuso el despacho de la administración Comisario General.

Pabellón de Brasil. Construido sobre un espacio de 1.500 metros cuadrados. El edificio contaba con un patio central de 400 metros cuadrados en el que se habían plantado árboles cafeteros y palmeras del Brasil. Las dos plantas del inmueble disponían de grandes salones destinados a exposiciones. El suelo del salón principal, de 300 metros cuadrados, estaba construido de madera de Pará, de diversos colores y dibujos. Se ofrecieron presentaciones de todos productos naturales y manufacturados (maderas, cereales, frutas, etc.). También se incluyeron muestras culturales y artísticas.

En el pabellón se ofrecían degustaciones gratuitas de café, tabaco y otros productos del país. Como particularidad, en uno de los salones colgaba un mapa de España fabricado en madera, en el que cada provincia estaba representada con un tipo distinto de madera. brasileña.

Pabellón de México. Se destinaron al pabellón casi 5.500 metros cuadrados, de las que el edificio ocupaba 1.300, estando cubierto el resto de jardines. El edificio consta de dos plantas entorno a un gran patio central desde el que se acceden a los salones de exposición, cuatro en la planta baja y otros tantos en la alta. La arquitectura del exterior sigue el estilo de los antiguos monumentos de México y es de inspiración tolteca. El edificio cuenta con cuatro fachadas simétricas, inspiradas arquitectónicamente en uno de los templos toltecas de Yucatán del grupo denominado "Sayil".

En la fachada principal, dos pilastras, a uno y otro lado de la entrada al recinto, están decoradas con motivos verticales que simbolizaban en la cultura tolteca las funciones humanas que impulsan: el trabajo y la espiritualidad. En el centro se muestra el escudo nacional de México rodeado de motivos indígenas. El friso está ocupado con el nombre de México, sobre el cual el grupo escultórico del tímpano está formado por cinco figuras que representan la solidaridad de todas las clases sociales, que fue uno de los ideales de la revolución mexicana. A ambos lados de esta alegoría destacan las reproducciones de estatuas monumentales de "Chacmool", el dios de las aguas y también el "primer hombre", encontradas en Yucatán y en Chichen-Itzá

Al margen del extraordinario valor del edificio, sus salas mostraban tanto las manifestaciones de arte e industria del país como sus productos naturales.

Pabellón de Argentina. Construido sobre un solar de 5.600 metros cuadrados, albergó exposiciones artísticas, agrícolas, industriales, ganaderas y de manufacturas. Dispuso

de un teatro con cinematógrafo y una biblioteca. Se construyó junto al edificio principal un pabellón anexo de 234 metros, que albergó los objetos de mayor peso o volumen. Como particularidad, se destaca que fue de los pabellones mejor iluminados y que dispuso de una instalación frigorífica que permitía mostrar carne congelada, que después fue repartida gratuitamente entre visitantes, establecimientos benéficos y guarniciones de la Marina.

Pabellón de Chile. El edificio tiene tres plantas y cuenta con una estrecha torre de 50 metros de altura. Ocupa un área de 2.600 metros construidos, que completa con jardines hasta ocupar un solar de 5.870 metros. Encontramos varios espacios:

1. Sala de turismo. Con fotografías y maquetas del país.

2. Sala de Prensa e Informaciones. Con los principales diarios, periódicos y revistas que se editaban en el país, entre ellos *El Mercurio*, decano de la prensa en lengua española.

3. Sala de vinos e industrias alimenticias. Muestra de vinos, licores y cervezas, así como conservas de frutas, legumbres, carnes y mariscos.

4. Salas de nitrato. Con una enorme maqueta explicaba la producción de salitre, un producto del que Chile es el principal productor mundial. Se acompañaba de fotografías, planos y mapas.

5. Sala de yodo. También se explicaba mediante gráficos, fotos y maquetas el uso del yodo en la ganadería.

6. Sala de Industrias. Albergaba muestras de productos químicos, tabaco, vidrios, textiles de seda, lana y algodón, cueros, cerámica, hierro, perfumes, polvos y jabones. Un tercio del salón de Industrias estaba destinado a la exposición de objetos de la Escuela de Artes y Oficios de Santiago.

7. Sala de Artes. Mostraba una colección de cuadros y esculturas de artistas chilenos.

8. Sala del Cobre. Chile es, después de los Estados Unidos, el mayor productor del mundo de este mineral. Mediante dos grandes maquetas presentaba la transformación del mineral en bruto hasta conseguir productos elaborados.

9. Sala de Aborígenes. Con productos elaborados por los indígenas araucanos. Tapices, joyas, vestimentas, instrumentos musicales, armas, etc. Además reproducía una "ruca" o choza indígena que albergaba un conjunto de figuras representando una familia aborigen rodeada de sus objetos de uso más cotidiano.

10. Sala del Bienestar Social. Mediante gráficos y fotografías se trataba de demostrar la atención del gobierno a la clase trabajadora.

11. Sala de Vías y Comunicaciones. Incluía maquetas de obras de ingenierías y del primer ferrocarril del Hemisferio Sur de América, puesto en servicio en 1850.

12. Sala de Educación. Con maquetas de los diferentes tipos de Escuelas públicas. Incluyó una muestra de objetos realizados por niños, mapas murales en relieve destinados a la enseñanza de Geografía y un gabinete completo de Ciencias Físicas.

13. Sala de Caza, Pesca y Bosque. Muestras disecadas de las principales especies de aves, peces y moluscos.

14. Sala de Agricultura. En pequeñas vitrinas, se mostraban los principales productos de la Agricultura chilena.

15. Sala de Minería. Con exposición de maquetas, gráficos y minerales como plata, cobre, magnesio, cinabrio, plomo y estaño. También se expusieron muestras de mármoles y ónice.

16. Sala de Historia. Dedicada a mostrar documentos relacionados con la conquista española y con el pasado aborigen. Incluía documentos, maquetas, planos coloniales, fotografías, cuadros al óleo, etc.

Pabellón de Colombia. La República de Colombia dispuso de dos pabellones, uno nacional y otro dedicado al café. El pabellón nacional estaba decorado con motivos de inspiración indígena tomados de las piezas de orfebrería, cerámica y de esculturas de piedra de

los Quimbayas y Chibchas. En sus expositores se ofrecía una muestra de las riquezas naturales del país, tanto agrícolas (café, caña de azúcar, cacao, tabaco, etc), como industriales y minerales (oro, cobre, petróleo, platino, etc.).

El salón que tuvo más éxito fue el de Las Esmeraldas, donde se revisaba la historia de este mineral desde su formación geológica hasta su transformación en joya. Un gran cofre blindado exponía una riquísima colección de joyas fabricadas con esmeraldas, cuyo valor se tasó en 40 millones de pesetas de la época.

Además, el pabellón colombiano dispuso de un espacio destinado al libro y al periodismo colombianos, y otros a la Instrucción Pública y a la Higiene. En la galería de pintura se exhibió una selección de las mejores obras de pintura y escultura de artistas colombianos desde la época colonial hasta el año 1929. La sala de arte precolombino recordaba el interior de un templo indígena y mostraba, entre otras joyas, el Tesoro de los Quimbayas. Había un salón decorado con paredes tapizadas de damasco rojo y techo artesonado en el que se colgaron los cuadros de los pintores de la época colonial, además de objetos de arte religioso de los siglos XVII y XVIII y trabajos de plata martillada, una industria que nació en la época de los virreyes.

Pabellón de Santo Domingo. En el pabellón reprodujo a escala el Alcázar de Diego de Colón, que fue el primer palacio construido en América por los conquistadores. El edificio disponía de tres salas en la planta baja y tres en la planta principal, con muestras de productos industriales y agrícolas.

Pabellón de Guatemala. Se trata de un pequeño edificio de 180 metros cuadrados recubierto por azulejos de colores blanco y azul con dibujos de inspiración Maya. Albergó una exposición de más de 80 tipos de café, así como una variada colección de maderas finas y productos agrícolas e industriales. A poca distancia del edificio se instaló una reproducción de un rancho típico en el se servía café al público.

Pabellón de Venezuela. Este pabellón fue relativamente pequeño y constaba de tres salones. El portal de la entrada estaba decorado con un escudo de Venezuela, fabricado por una industria sevillana. El patio, de inspiración colonial estaba pintado de colores alegres. Había fuentes en los jardines y en el centro de éste se exhibía un árbol en el que colocaron orquídeas, una flor que en aquella época era rara y de alto valor. Las tres salas estaban decoradas con fotografías y elementos artísticos y decorativos, albergaban:

Sala 1: petróleo, madera, artículos de fibra, carbón, mineral, sales, asfalto, licores, raíces y productos medicinales.

Sala Central: Bellas Artes, industrias varias, hilanderías y telares, tabaco, mantequilla, dulces, algodón, plumas de garza, especialidades farmacéuticas, dulces, carey, pieles, suela, moneda.

Sala 3: mosaicos, café, cacao, cereales y granos diversos, productos naturales y animales.

Pabellón de Cuba. Este pabellón, de estilo netamente colonial, es un edificio de tres plantas levantadas sobre un solar de casi 500 metros cuadrados. Todo los materiales de construcción fueron traídos expresamente de Cuba. La estructura del edificio es de acero, y la carpintería está hecha con maderas de caoba y cedro, estando compuesto el artesonado de dieciséis clases diferentes de maderas preciosas.

Además de objetos artísticos, se mostraban los productos agrícolas e industriales del país, con especial dedicación al tabaco. Mediante gráficos y fotografías se explicaba la atención que el gobierno dedicaba a la Salud Pública y a la Educación.

Como curiosidad, en un expositor se mostraba un puñado de arena de la playa en la que desembarcó Cristóbal Colón.

Pabellón de Uruguay. Se levantó sobre un área de 2.500 metros cuadrados. Sus salas recogen referentes a manifestaciones artísticas e industriales.

1. Salón de entrada. Exposición de mármoles nacionales, muebles antiguos, cuadros y fotografías.

2. Salón de Industrias. Muestras de papelería, cuero, calzado, papel, tejidos, alimentación, productos químicos, etc.

3. Salón de lanas. Muestra de este tejido, que era la primera fuente de riqueza del país.

4. Salón de Bellas Artes. Selección de pinturas y esculturas de artistas nacionales.

5. Frigorífico. Seis vitrinas con carnes y conservas.

6. Salón de Escuelas Industriales. Trabajos realizados por alumnos, tanto decorativos como industriales.

7. Instituto de Agronomía. Con gráficos, fotografías, mapas y planos del país.

Pabellón de Perú. El Pabellón es un edificio que ocupa una superficie de 1.700 metros a los que hay que sumar otros 2.300 de jardines. Sus tres plantas acogieron las siguientes salas.

1. Salas de Agricultura. Cuatro espacios acogieron muestras de los principales producciones agrícolas del país. Entre ellas, variedades de azúcar, maíz, algodón, trigo, arroz, coca, café, cacao, tabaco, etc. Incluyó muestras de productos tropicales, madera, fibras textiles y dos grandes vitrinas con ejemplares disecados de la fauna del país.

2. Sala de Industrias. Con muestrarios completos de tejidos de seda, lana, algodón, productos de aluminio, etc.

3. Sala de Arqueología. Incluyó colecciones de cerámica de las civilizaciones precolombinas *nazca*, *chimu* y *chancay*. También se mostraron maquetas de tumbas y sepulturas indígenas, vestidos, utensilios y comestibles.

4. Sala de Minería. Con minerales del país: oro, bismuto, cobre, plomo, zinc, vanadio, azogue, tungsteno, molibdena, carbón, azufre, mármoles, etc. Se incluyeron maquetas de instalaciones mineras y petroleras, así como mapas y estadísticas. En esta sala se reprodujeron diaporamas representando el Templo del Sol, el Jardín del Inca, la Cadena de Oro del Huácar y el Anda de Oro del Inca.

5. Sala de Auquénidos. Exponían ejemplares disecados de animales productores de lana: vicuñas,llamas, alpacas, reisos y guanacos. También se mostraban los productos textiles derivados.

6. Sala de lanas. En el centro del salón se situaron dos grandes pirámides de lana sin lavar. También se incluyó una exposición de productos textiles manufacturados.

7. Sala de Abonos. Con una muestra de fertilizantes: guano y salitre. Se mostraba una maqueta con las islas guaneras y aves marinas disecadas. De los excrementos de estos animales se obtiene el guano.

8. Sala de joyas y objetos artísticos. Trabajos de filigranas en oro y plata.

9. Sala de fotografías. Fotografías de paisajes y bellezas peruanas realizadas por los mejores fotógrafos del país.

10. Sala de industrias alimenticias. Con muestras de conservas vinos, aguardientes, aguas minerales, gaseosas, galletas, chocolates y bombones.

11. Sala de Pintura y escultura. Cuatro salones de la planta baja destinados a la exposición de obras de artistas peruanos. Albergaban también una biblioteca.

Instalaciones de El Salvador. La República del Salvador no construyó Pabellón propio pero dispuso de un amplio local en Galerías Industriales, donde preparó exhibiciones de sus productos agrícolas y particularmente dedicadas al café. También dedicó un espacio a las manufacturas textiles e industriales, con productos de cuero, en cera o en carey.

La parte artística estuvo representada por pinturas y dibujos de autores salvadoreños, bordados y una gran estatua de bronce que representaba al Cacique Atlacatl, el caudillo indígena que dirigió la lucha contra los conquistadores en Cuzcatlán.

Instalación de Panamá. Se utilizaron las Galerías Comerciales, ya que el país no dispuso de pabellón propio. Expuso muestras de maderas, riquezas naturales y manufacturas.

Mostraba, además, reproducciones de sus Actas de Independencia de 1821 y 1903 y gráficos demostrando sus avances en los servicios públicos.

Pabellón de los Estados Unidos de Norte América. El Gobierno de los Estados Unidos de América levantó tres edificios, dos efímeros y uno permanente que después fue destinado al Consulado del país en Sevilla. No contó con participación alguna de empresas privadas que dieran muestra de la industria o el comercio del país y sus exhibiciones tuvieron un carácter informativo y educativo. El inmueble principal fue denominado "Colonial Español", por el estilo arquitectónico en el que fue construido. En él se albergaron exposiciones de varios ministerios y servicios públicos (Instrucción Pública, Higiene, Aeronáutica, Marina, Correos, etc.)

El Pabellón de las "Exhibiciones", albergó tanto a expositores de secciones independientes del gobierno como a otras puramente gubernamentales (Hacienda, Comercio, Agricultura, Fomento). En él se instaló una gran instalación que suministraba música a los tres pabellones.

El tercer pabellón era el edifico de Cinematografía, donde gratuitamente se proyectaban películas a diario.

Actividades Paralelas

Entre los actos y festejos de la Exposición, caben destacarse la exposición de ganado, los concursos hípicos, o las fiestas de las naciones regionales y deportivas, dedicándose una semana de celebración para cada nación. Además se llevaron a cabo los siguientes congresos: Iberoamericano de Turismo; Farmacéutico Iberoamericano; Internacional de Ciudades; Asamblea Veterinaria Hispanoamericana; las sesiones finales del Hispanoamericano de Ciencias; Jurídico Iberoamericano; Internacional de Oceanografía; Mariano Hispanoamericano; Internacional de Agronomía Tropical y Subtropical; de Emigrantes; Nacional del Comercio Español en Ultramar; Nacional de Historia y Geografía Hispanoamericanas; Cultural Hispanoamericano; Bancario Iberoamericano; de Altos Estudios Militares.

2.3. Inauguración y fracaso de la Exposición[17]

La Exposición se inauguró el jueves 9 de mayo de 1929. El acto central se desarrolló en la plaza de España, en cuyo centro se montó una tribuna que en su respaldo había sido revestida de grandes tapices de la Casa Real. Fue presidida por los reyes de España y a ella asistió el gobierno en pleno y gran parte de las autoridades nacionales y locales. En contraste, la representación internacional corrió a cargo de los representantes diplomáticos en España de los diferentes países participantes. Al acto se le dio el máximo relieve y asistieron miles de personas. La ciudad se engalanó y el acto fue precedido de una carrera oficial de la comitiva regia desde el Alcázar hasta la plaza de España. A las mujeres del público se les pidió que fueran vestidas de mantón, mantilla o velo. A mediodía, tras la bendición del cardenal de Sevilla, Eustaquio Ilundain, pronunciaron los discursos inaugurales el director de la Exposición, José Cruz Conde, y el Presidente del Gobierno, Miguel Primo de Rivera, nombrado para la ocasión Alcalde Honorario de Sevilla. Los discursos[18] retrataron, en buena medida, la imagen simbólica y patriótica de unidad con Ibero América y de recuperación de la vieja gloria imperial perdida que el Gobierno español quiso transmitir con este certamen.

Las expectativas del Gobierno y de los organizadores, se vieron frustradas. Pocos días después de la inauguración, era muy escaso el público que acudía al recinto. El escritor británico Evelyn Waugh expresó así su estupor[19].

> *Se acababa de inaugurar y muchos de los edificios no estaban aún terminados. (...) La guerra ocasionó un retraso, pero después del conflicto los trabajos se reanudaron, pausadamente y a fondo. La solidez y permanencia fueron prioritarias. Los pabellones*

17. Rodríguez Bernal detalla con precisión el acto inaugural en su *Historia de la Exposición*, *op.cit.*, pp. 345-348.

18. Los recoge íntegramente Manuel Alfonso Rincón en *Sevilla y su Exposición*, *op. cit.*, pp. 75-85. (VER APÉNDICE).

19. WAUGH, E., *Etiquetas Viajes por el Mediterráneo*, Barcelona, 2002. Extractos recogidos en el catálogo de la Exposición "Setenta y cinco años en Sevilla. 1929-2004", en *ABC*, 2004.

no son simples edificios de listones y yeso, destinados a durar un verano seco, sino palacios macizos de ladrillo y piedra que, según tengo entendido, se utilizarán después para albergar una universidad andaluza. Al desembarcar nos entregaron un prospecto muy bien decorado y escrito en inglés, en el que decía: «Dentro de quinientos años los descendientes de quienes visiten esta Exposición verán con propios ojos estos mismos edificios, sazonados por el paso de los siglos, pero con la misma magnificencia de hoy en sus líneas y en su construcción maciza" (...) Me pasé una tarde deliciosa, totalmente sólo en las dos grandes galerías de arte. Una de ellas tenía una notable colección de pinturas de los astros españoles, Velázquez, Zurbarán, El Greco, Goya (...) La otra galería, que también estaba vacía, a excepción de un sacerdote muy joven y otro muy viejo, que la recorrían a paso vivo, uno al lado del otro, estaba lleno de objetos de las artes aplicadas (...) Pero toda la exposición era por el estilo. Hasta entonces no habían llegado turistas en cantidades apreciables y los sevillanos, tras dieciséis años de preparación, estaban hartos de la empresa, y en la desatención hacia ella había elementos de hostilidad. Consideraban que el precio de la entrada era demasiado alto y que al impedirles el uso de su parque favorito les habían estafado perversamente. No había ningún boicot organizado, pero daba la casualidad de que ningún sevillano visitaba la exposición. Había un ferrocarril a tamaño reducido, con una minúscula locomotora que daba vueltas una y otra vez al recinto con los vagones vacíos; había un parque de atracciones (...) había montañas rusas y trenes panorámicos cuyos vagones vacíos descendían bruscamente (...) Los chorros de agua de las fuentes luminosas centelleaban a gran altura, como fuegos artificiales insonoros e inextinguibles (...) La noche de mi visita no había un solo alma más en ninguna parte, y tenía la sensación de haber logrado el ideal no conformista de ser el único salvado en el universo, absolutamente solo en el paraíso (...) En vista del gran número de visitas que se esperan en Sevilla durante la Exposición, se han construido dos nuevos hoteles y dos ciudades jardín. Apropiadas por igual, dada su variedad, al bolsillo millonario

y a los bolsillos más moderados. Sevilla acomodará simultáneamente a unos 25.000 visitantes (...) Ciertamente, merecía la asistencia de 250.000, pero agradecí mucho la posibilidad de verla, como yo lo hice, antes de que llegara nadie más.

Tras veinte años de trabajo, el 21 de junio de 1930 cerró sus puertas la Exposición Ibero Americana de Sevilla sin los actos solemnes que tuvieron lugar en la inauguración[20]. Se desconoce con precisión el número de visitantes que acogió el certamen aunque, a través de los datos oficiales se conoce que estuvieron por encima de los 812.000; en todo caso muy por debajo de las expectativas. La baja venta de entradas fue achacada por la prensa a su precio elevado, a la falta de infraestructuras de transporte en España, a la escasa promoción y a la inseguridad política que vivía España. Como prueba de su poco poder de convocatoria cabe citarse que apenas acudieron jefes de estado extranjeros, salvo el de Portugal, en visita oficial, y el primer ministro noruego en visita privada. De América tan sólo acudió un ministro de Panamá.

El objetivo de Rodríguez Caso, de convertir de nuevo a Sevilla en puerta de América, había dejado muchos jirones en el camino, aunque lo cierto es que la ciudad transformó su imagen y con ella abrió la posibilidad de regeneración tras siglos de decadencia. La dictadura de Primo de Rivera, había convertido el Certamen en un proyecto de interés nacional, desviado del carácter local original. Uno de los grandes problemas que arrastró la Muestra fue de competencias entre el Estado y el Ayuntamiento de Sevilla; sobre todo a la hora de establecer cuáles eran sus respectivas obligaciones financieras.

En 1927 este enfrentamiento devino en una crisis municipal, que terminó con la destitución de todos los concejales y el nombramiento de una nueva Corporación identificada con las iniciativas y resoluciones planteadas desde el Gobierno central. Entre los concejales destituidos estaba el conservador Manuel Giménez Fernández, que una vez desaparecida la Dictadura en enero de 1930, regresó a su puesto en un Ayuntamiento presidido por Antonio

20. Se explican estos datos en las conclusiones de Rodríguez Bernal en su *Historia de la Exposición...*, *op. cit.*, pp. 385-387.

Halcón y Vinet, que le nombró representante municipal en el Comité de la Exposición Iberoamericana. De la crisis abierta entre ambas instituciones queda el testimonio de su Informe sobre las relaciones económicas con la Exposición y Propuesta para exigir responsabilidades por los acuerdos lesivos al interés municipal[21].

Según analiza Álvarez Rey[22], lo más destacado del informe de Giménez Fernández es que promovía la necesidad de incoar un procedimiento contencioso contra aquellos acuerdos que causaban un grave perjuicio para el ayuntamiento. Además exigió depurar responsabilidades «no ya sólo como ejemplaridad, sino como elemental medida de precaución, para que en lo venidero no se crea, como en esta ocasión, tarea fácil y exenta a riesgo derrochar los caudales públicos en obras descabelladas, con perjuicio del bien común». Por último, el informe pedía que se constituyese una comisión que comprobase la veracidad de su Informe. Ésta quedó aprobada en el pleno municipal del 3 de junio de 1930. Félix Peiró, Jefe de Administración del Ministerio de la Gobernación realizó un nuevo informe conocido como "Expediente Peiró", que promovió la interposición de un auto de procesamiento contra los concejales que entre 1926 y 1929 tuvieron responsabilidad en la organización de la Exposición. En 1934 el expediente, enviado a la Cámara de Responsabilidades de las Cortes, fue sobreseído por falta de pruebas.

Giménez Fernández, quién llegó a ser Ministro de Agricultura en el gobierno de la CEDA, sostuvo en una conferencia en el Ateneo sevillano que el Certamen constituyó una "empresa descabellada", en la que Sevilla había fracasado. Según su punto de vista las causas del "desastre" estaban en: «la falta de plan, la negligencia, los errores técnicos, las ampliaciones y modificaciones caprichosas e infundadas, el desorden administrativo, los errores contractuales, la falta de formalidades reglamentarias y de estudios técnicos básicos, las omisiones de obras en los presupuestos, las confusiones a la contabilidad, el favoritismo, causa de diferente trato a los contratistas, y el abandono que permitía granjerías a interme-

21. Reproducido íntegramente en GIMÉNEZ, M., *Sevilla y la Exposición de 1929. Controversias y Problemas*, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla, 1989, pp. 3-36.

22. *Ibídem*, pp. 1-2.

diarios poco escrupulosos, la falta de propaganda, el desconocimiento de la realidad, el afán exclusivista y el olímpico desprecio a la opinión».[23]

Las Cortes Republicanas aprobaron en 1934 la Ley sobre Auxilio Económico al Ayuntamiento de Sevilla, modificada parcialmente en julio de 1935, que pretendía compensar económicamente la quiebra en la que habían quedado las arcas municipales. La guerra civil cortó definitivamente su ejecución.

23. *Ibídem*, pp. 77-95.

3. El diseño español entre finales del XIX y primer tercio del siglo XX

3.1. Introducción

En España, 1929 es un año de transición desde el punto de vista del diseño gráfico. Todavía en las imprentas convivían los viejos formatos decimonónicos, los aires franceses del *Art Noveau*, y el espíritu de renovación impuesto en Europa por el *Art Decó*, la *Bauhaus* y las vanguardias artísticas. Pero la gran metamorfosis no cuajó definitivamente hasta la década de los años 30, coincidiendo con la proclamación de la República[1]. Y es que, a diferencia de otros países, a España llegó mucho más lentamente el proceso de industrialización que había modificado completamente el panorama europeo. Alemania y Francia fueron desde mediados del siglo XIX los principales proveedores de la industria española de las Artes Gráficas, renovando primero la tradición tipográfica artesanal del siglo XVIII y principios del XIX y permitiendo luego el desarrollo de la litografía, que más tarde se transformaría en offset.

Curiosamente, el negocio taurino es de los primeros en darse cuenta de las posibilidades de los carteles litográficos, y los dibujantes de Sevilla y Valencia fueron pioneros en la creación de estos carteles de gran tamaño. En el cambio del siglo XIX al XX es cuando se consolida en Europa la importancia del diseño gráfico, que fue de la mano de una sociedad más urbana y menos rural, en la que el consumismo demandaba nuevos recursos gráficos de comunicación, como carteles, rótulos, etiquetas o anuncios. Grandes pintores de la época se sumaron al movimiento de renovación que llegó desde Francia con el *Art Nouveau*, como Joaquín Sorolla, Carlos Ruano-Llopis o Cecilio Pla en Valencia; o Ramón Casas, Josep Triadó, Xavier Gosé o Alexandre Riquer en Barcelona.

En el último tercio del siglo XIX los artistas catalanes comenzaron a cuestionar los viejos modelos academicistas y se acercaron a las corrientes modernistas que llegaban de

1. GIRALT-MIRACLE, D., "Cien años de Diseño Gráfico en España", *Descubrir el Arte*, 14, abril 2000, pp. 34-39. Las fuentes principales de este capítulo son: SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*, Alianza Forma, Madrid, 1997; MORENO, F., *Veinte ilustradores españoles 1898-1936*, MECD, Madrid, 2004.

Francia[2]. La burguesía catalana comenzó a comprar cuadros como símbolo de distinción social y los pintores comenzaron a trazar en sus lienzos el camino del Romanticismo al *Noucentismo*. Los colores se hicieron más claros y la paleta más rica, el trazo más denso y las formas comenzaron a descomponerse.

El ambiente romántico, triste y naturalista cedió poco a poco el paso a artistas como Mariano Fortuny, Martí Alsina, su discípulo Modest Urgell y Joaquím Vayreda. Pronto emergió el Modernismo reivindicando la cultura propia. La modernidad artística se asentó en Barcelona a finales del XIX gracias, en buena parte, al cartelismo publicitario. Con una clara influencia del París de la *Belle Epoque*, y en particular de Lautrec, fueron símbolos del modernismo catalán Ramon Casas, Santiago Rusiñol o Pere Romeu, que siguiendo el modelo parisiense de *Le Chat Noir*, fundaron en 1897 la taberna *Els Quatre Gats*, que se convirtió en verdadero corazón de la modernidad artística catalana. Unos años más tarde, en 1903, la junta de Museos de Barcelona, compró una colección de 575 carteles, que suman una muestra significativa del cartelismo europeo de la época. En la nómina nacional destacan Casas, Rusiñol y Alexandre de Riquer y, entre los extranjeros, Chéret, Mucha, Steinlen, Hohenstein o John Hassall.

Al comiezo del siglo XX, el escritor Eugenio d'Ors lideró la reivindicación del cambio hacia un pensamiento cosmopolita y europeo, fraguándose en las artes plásticas el *Noucentisme*.

Para Eugenio D'Ors el modernismo, guiado por el criterio de "el arte por el arte" desperdiciaba los recursos que el ser humano había conseguido a lo largo de los últimos años. Era necesario , pues, transformar la sociedad con un proyecto educativo, al que denominó *Noucentisme*[3], que debía tener una dimensión política y otra artística. Denominó "arbitraria" a la nueva estética e "Imperialista" a la nueva política y ambas las sintetizaba en

2. GARCÍA, J.M., *Catálogo: De Gaudí a Tapies, Maestros Catalanes del siglo XX*, Caja España, Barcelona, 2000.
3. NUBIOLA, J., "La revolución de la filosofía en Eugenio d'Ors", *Anuario Filosófico 30* (1997): pp. 609-625.

un sólo concepto: "Civilidad". Para d'Ors la metafísica debía convertirse en el tronco del saber en el que se articulasen las ciencias y las artes. En el campo plástico, con Cezanne como modelo, se buscaba una identidad propia a través de la cultura, en general, y del arte, en particular. El *Noucentisme* perseguía el racionalismo, la serenidad, el orden y la claridad, valorando más la inteligencia que la sensibilidad. Se trata de un movimiento que reivindica las raíces mediterráneas griegas y romanas, pero vistas desde un mundo moderno en el que los ciudadanos deben aceptar el compromiso con la transformación social. Los cuadros se llenaron de predominio de líneas, de paisajes mediterráneos y desnudos femeninos.

Algunos autores como Mir y Nonell se incorporan desde el modernismo; otros crean sus obras de acuerdo con los nuevos tiempos, como Picasso, Joaquim Sunyer, Torres García, Ricard Canals o Durancamps. Son también representantes de este movimiento los carteles y los libros ilustrados por Apeles Mestres, Francesc d'Assís Galí, Josep Obiols. Josep Aragay o Xavier Nogués. Tras finalizar en 1918 la Primera Guerra Mundial, los países vencedores vivieron años de euforia económica y social. En los anuncios de publicidad esta transformación se simbolizó en un icono: el de la mujer joven, atractiva, dinámica y liberada, que sustituyó a las damas decimonónicas. En nuestro país triunfaron las ilustraciones de dibujantes que han pasado una etapa de sus vidas en París como Rafael de Penagos, Emilio Ferrer, José Segrelles, Federico Ribas, Eduard Jener o Emili Vilá, entre otros.

El *Art Déco* de la década de los años veinte, que se desarrolló fundamentalmente en Francia y en Estados Unidos hasta 1929, impregnó el diseño de la tipografía, la rotulación e incluso la arquitectura. Se caracterizó por el predominio de las formas geométricas, las líneas diagonales y las franjas, la oposición blanco-negro y la reducción de los perfiles[4]. En España[5] dentro de esta corriente artística destacaron los trabajos de Ballester, Penagos o Bartolozzi para la revista *Blanco y Negro*; de Lambarri y García Benito para la francesa *Vogue*, y de Roquetas y García Ferrer para las revistas *El Hogar y la Moda*, *Claros* o *D'Ací i*

4. ESQUEDA., X, *Art Déco. Retrato de una época*, Centro de Investigación y Servicios Museológicos, U.N.A.M., México, 1986.
5. PEREZ, J., *Art Déco en España*, Cátedra, Madrid, 1990.

d'allá. En carteles el estilo *Art Déco* predomina en el trabajo de Eduard Jener para la compañía de perfumes Myrurgia y de Federico Ribas para Gal; o la obra de Vila para la Exposición Internacional de Barcelona. La renovación tipográfica y el corte racionalista llegó, entre otras revistas a: *Ultra* (Oviedo 1919-20), *Grecia* (Sevilla 1918-20), *Revista de Occidente* (Madrid, 1924) o *Reflector* (Madrid, 1920).

La empresa de perfumería Gal fue pionera en crear su propia agencia de publicidad[6]. Federico Ribas fue contratado como director artístico de Gal tras vencer en el concurso de carteles de 1916, mientras Jener trabajó 30 años casi en exclusiva para Myrurgia. Pedro Prat Gaballí se trasladó de Barcelona a Madrid en 1928 contratado por Gal para reorganizar su empresa de publicidad. Además de mantener a Ribas contrató a Emilio Ferrer. Después Prat regresó a Barcelona, donde fundó su propia empresa y ocupó la cátedra de Publicidad y Estudios de Mercado de la Escuela de Artes y Estudios Comerciales, truncada después con la guerra civil.

Y es que en la década de los años veinte estaban surgiendo las primeras agencias publicitarias, en las que ya se ofrecía un servicio completo a los clientes, que incluía la elaboración de campañas en las que participaba personal técnico especializado. El mencionado Prat Gaballí y Rafael Roldós en Barcelona y Ernesto Pérez Durías y Pablo León en Madrid, fueron pioneros en este campo fundándose en Madrid las agencias Los Tiroleses y Helios, que se convirtieron en fuentes de empleo para los mejores ilustradores de al época. Para las agencias madrileñas Publicitas y Helios Publicitas trabajaron algunos de los cartelistas que después triunfaron en los años treinta, como el gaditano Antonio Moliné y el valenciano José Espert.

Los publicistas comenzaron a poner en práctica sistemas de investigación de mercados, relaciones públicas, y técnicas de sugestión psicológica para ayudar a vender los productos[7]. En 1927 se abrió en Madrid una sucursal de la agencia norteamericana J. Walter

6. MORENO, F. *op.cit*, p. 30.
7. SATUÉ, E. *op.cit*., p. 235.

Thompson, encargada de mantener en España la imagen de marca de sus clientes y en particular de la marca de automóviles General Motors. Dos años más tarde, se vio obligada a cerrar debido a la crisis económica causada por el *crash* de la bolsa neoyorkina. A diferencia de los anuncios europeos, que utilizaban ilustraciones y textos breves, los publicitarios norteamericanos eran más partidarios de textos explicativos y del uso de fotografías. Tal y como cita Satué, en 1928 Salvador Dalí, en nombre de los surrealistas, elogió así los anuncios publicitarios:

«El anuncio publicitario nos produce una emoción de orden infinitamente superior a la que nos procuran los kilómetros de pintura cualitativa que infestan nuestros salones. El anuncio comercial se rige por las leyes de la composición y economía que han gobernado las producciones de las épocas más florecientes. Nos referimos, naturalmente, al anuncio estrictamente comercial, antiartístico, con preferencia americano. El anuncio presidido por la sobriedad tipográfica más absoluta y totalmente virgen de inútil ornamentación, que nos emociona por la sola y exacta distribución de los elementos. El anuncio que no tolera otra ornamentación que la fotografía sabiamente dispuesta y exactamente repartida.»[8]. En 1929 Joan Miró utilizó el anuncio publicado en un periódico de un motor de la empresa Junkers para crear la figura del cuadro *La Reina Luisa de Prusia*.

El desarrollo de la técnica litográfica ya había dado, desde los últimos años del siglo XIX, un gran impulso a la industria gráfica de la mano del incipiente mercado publicitario. Las empresas comienzan a encargar a las imprentas etiquetas, carteles comerciales, folletos, catálogos o tarjetas profesionales y en la década de los años veinte las imprentas de Madrid y Barcelona se disputaron a los mejores dibujantes. Entre ellos, caben destacarse en Barcelona el cartelista valenciano Pascual Capuz, contratado por Seix y Barral, y que destacó por su técnica modernista; o a José Segrelles, reconocido como ilustrador de libros y colecciones de cromos, así como cartelista comercial. En Madrid destacaron, entre otros mu-

8. SATUÉ, E. *El diseño gráfico en España...*, *op.cit.*, p. 238.

chos el gallego Federico Ribas, director artístico de Perfumería Gal, que previamente había sido en París director artístico de la revista *Mondial*. También Salvador Bartolozzi y Rafael de Penagos habían pasado por París frecuentando un exquisito círculo de artistas españoles que también trabajaron el cartel. Entre ellos se encontraban Pablo Picasso, Juan Gris, Ramon Casas, Pere Torné Esquius, Santiago Rusiñol, Carlos Vázquez, Emili Vilá o Xavier Gosé.

En nuestro país también compatibilizaron la pintura con el cartelismo artistas como el madrileño Hipólito Hidalgo de Caviedes, el granadino Hermenegildo Sanz, los gallegos Alfonso Rodríguez Castelao, Arturo Souto, Martín Echegaray, Antonio Cebreiro o Carlos Maside; o los catalanes Enric Moneny, Josep Morell o el joven vanguardista Enric Crous-Vidal[9], posteriormente reconocido como uno de los mejores diseñadores y tipógrafos españoles, que colaboró tanto con clientes comerciales, como con talleres de artes gráficas. Uno de sus trabajos más reconocidos fue en 1908 el vanguardista y *déco* cartel del anís Infernal, fabricado en Lleida. Sus eslóganes eran también provocadores: "Anís Infernal, el peor del mundo", "Fabricado con los peores vinos del Priorato", "No es tónico, digestivo ni reconstituyente" o "No está premiado en ninguna exposición".

Los dibujantes profesionales de los años veinte acostumbraban a llevar siempre encima lápiz y papel para tomar apuntes que después, en muchos casos, acabarían siendo elaborados y publicados[10]. La presión que recibían debía de ser importante a tenor de lo que los propios dibujantes, como Federico Ribas o Rafael de Penagos, llegaban a decir: «Aquí hay ahora muchos dibujantes que lo podrían hacer muy bien, pero la vida es muy exigente y el lector de revistas no quiere pagar lo suficiente para que se pueda tardar seis o siete días en un dibujo nuevo, que es lo que requiere nuestro arte» (Penagos, en *ABC*, 31 de abril de 1931). «En un mercado tan restringido como el nuestro, (el dibujante) tiene que conceder mucho al gusto de quien le hace el encargo...», «No somos lo que creemos ser, sino lo que los demás han decidido que seamos. Ya conoce usted mi clasificación, mi

9. *Ibidem.*, p. 238.

10. MORENO, F. *op. cit.*, pp. 42 y ss.

encasillamiento: "Ribas es un dibujante frívolo.." estoy por creer que esto de la clasificación es algo grave» (Ribas en *La Esfera* 13 de agosto de 1927).

Los dibujantes debían además soportar la presión política de la época, que les llevaba a alinearse con uno u otro movimiento, condicionados, además por el medio o los medios en los que trabajaban. En el humorismo gráfico muchos de ellos padecieron la respuesta ácida de los estamentos oficiales. Los chistes de Junceda sobre el ejército español publicados en 1905 en *¡Cu-Cut!*, provocaron que un grupo de oficiales asaltaran y destrozaran la redacción de la revista. Además se suspendió su publicación durante cinco meses y el gobierno dictó la "Ley de jurisdicciones" que otorgaba a los tribunales militares la competencia de juzgar los delitos contra el ejército y la patria. Unos años más tarde el mismo Junceda sufrió las iras de la Liga Regionalista Catalana, después de publicar en *Papitu* un chiste en el que satirizaba que el partido de Lerroux hubiese obtenido más votos que Solidaritat Catalana. Lo cierto es que Junceda aprovechaba el margen de libertad que le permitían las publicaciones y colaboró con revistas de muy distinta índole que iban desde algunas de tono religioso a otras de las denominadas "sicalípticas", de alto contenido erótico.

El gobierno de Primo de Rivera llegó a prohibir los salones y exposiciones artísticas que se manifestaran en contra de su política. Mientras, algunos movimientos sociales reivindicaron con fuerza la necesidad de que la prensa gozase de libertad de expresión. La Sociedad de Artistas Ibéricos criticó duramente a la "generación del 27" por, a su juicio, estar sólo preocupada por aspectos estéticos y no por hacer crítica social a la dictadura de Primo de Rivera. Años más tarde, durante la guerra civil, se haría patente lo equivocado de la crítica cuando destacados miembros de este grupo llegaron a pagar con sus vidas o con el exilio su alineamiento al bando de la República[11].

Durante la Primera Guerra Mundial, buena parte de los dibujantes españoles de renombre publicaron dibujos contra el bando alemán. Sancha lo hizo desde Inglaterra; Casas, Ribas y Apa, entre otros 160 artistas, participaron en la Exposición para recaudar fondos

11. *Ibidem.*

para los legionarios que combatían con el bando aliado. La muestra estuvo organizada por el semanario *España* que había fundado Ortega y Gasset en 1915. Ribas y Opisso publicaron dibujos anti alemanes en *L'Esquella de la Torratxa*, Apa hizo lo propio en *Iberia* y Ferrer en *Un enemic del doble*, una revista de corte pacifista.

La mayoría de los dibujantes profesionales de la época fueron varones mientras las imágenes de mujeres idealizadas fueron las grandes protagonistas de los anuncios y carteles del Modernismo y del *Déco*. Bailarinas célebres como "Tórtola Valencia" posaron para Bosch y Penagos y "La Argentina" hizo lo propio para Sáenz de Tejada y Salvador Bartolozzi. Parece que Gaspar Camps se inspiró en su novia (y después mujer) Julia para dibujar sus "manolas", mujeres que se envolvían en mantones de Manila, y que fueron una figura repetida hasta la saciedad durante el primer tercio del siglo XX.

El *Déco* heredó el gusto por retratar mujeres, aunque en este caso se trataría de jovencitas estilizadas y audaces que se convirtieron en protagonistas principales del cambio social de los años veinte. Rafael de Penagos y Federico Ribas propusieron en sus ilustraciones de los años veinte modelos de chicas modernas, más o menos vestidas, que conducían, jugaban al tenis, llevaban el pelo corto y fumaban. El mismo Penagos explicaba en *La Esfera* el 4 de septiembre de 1926: «Ni lo puedo ni lo quiero remediar... Me gusta mucho dibujar señoras. Y siempre desnudas. Porque yo intento que las líneas del cuerpo se adivinen debajo del vestido».

En el texto que acompañaba a una Exposición de Federico Ribas organizada por el Círculo de Bellas Artes de Madrid en 1926 se comenta: «Federico Ribas, uno de los dibujantes mejores de estos tiempos; el que pinta unas señoras ligeras de cascos y de ropa, y las pinta con tanta picardía que dan ganas de comérselas». También tuvieron éxito las "mujeres Méndez-Bringa" y las dibujadas por Opisso. Cliente habitual de cabarets, a donde acompañaba desde niño a algunos de sus familiares, el mismo Opisso explicó: «Los prime-

ros dibujos fueron pantorrillas; así empecé yo, siendo un frívolo. Con este primer bagaje artístico fui a parar nada menos que a la Sagrada Familia, bajo el rigor de Gaudí que era un místico» (*Diario de Barcelona*, 5 de enero de 1951)[12].

París era, en la época, punto de paso obligado para quien quería aprender las últimas tendencias gráficas, y por allí estuvieron, con mayor o menor fortuna, buena parte de los grandes dibujantes de la época: Ramón Casas, Mestres, Ribas, Bartolozzi, Penagos, Anglada, Sáenz de Tejada, Opisso...

La escenografía del teatro empleó también a algunos de los grandes ilustradores: Inocencio Medina, Emilio Freixas, Bartolozzi, Mestres, Federico Ribas, Emilio Ferrer... En todo caso, la experiencia teatral pasaba desapercibida para el gran público que, sin embargo, sí buscaba en las publicaciones los dibujos de sus artistas favoritos, llegando a ser algunos de ellos muy populares[13].

La actividad editorial estaba concentrada, sobre todo en Barcelona y en Madrid[14]. Los dibujantes catalanes estuvieron, en general, más abiertos a la renovación estética que los madrileños y ambos grupos estaban muy condicionados por los movedizos gustos del público que no siempre preferían lo mejor. Federico Ribas llegó a reconocer que podría ser considerado por algunos como pasado de moda. También Apeles Mestres fue criticado por dibujar obras demasiado realistas y como contestación editó en 1907 *Liliana*, un libro con texto e ilustraciones suyas, en las que adaptaba su estilo al *Art Nouveau*.

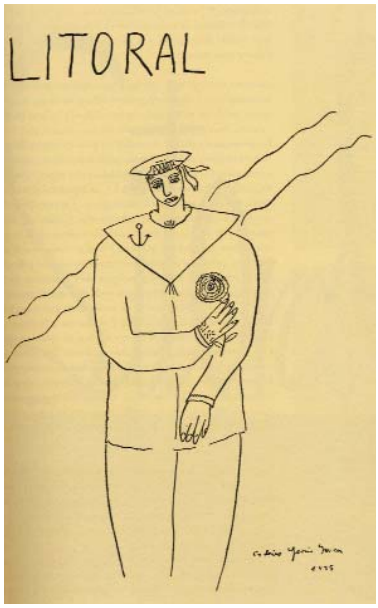
Según Andrés Trapiello, las revoluciones tipográficas modernas comienzan por los cantones de los poetas[15]. En el diseño gráfico español de los años veinte hay que destacar el aire de renovación que aportaron las revistas literarias. Si el ultraísmo acercó a España los juegos caligráficos propios del dadaísmo y el futurismo, la generación literaria del 27

12. *Ibidem.*
13. *Ibidem.*
14. SATUÉ, E., *op. cit*, pp. 199 y ss.
15. TRAPIELLO, A., *Imprenta moderna. Tipografía y literatura en España, 1874-2005*, Campgrafic, Valencia, 2006.

también trajo un soplo de aire fresco al panorama gráfico de la época. Hay que citar obligadamente el trabajo de la Imprenta Sur de Málaga, y particularmente la edición de la revista *Litoral*, dedicada a la poesía, el arte y el pensamiento[16]. La revista, fundada por Emilio Prados y Manuel Altolaguirre sacó a la calle su primer número en otoño de 1926. En su portada aparecía el dibujo de un pez saliendo del agua del pintor Manuel Ángeles Ortiz. El artista resolvió así la petición que le hizo por escrito Emilio Prados para que la revista evocase el mar.



Manuel Ángeles Ortiz. Pez saliendo del agua. Portada otoño 1926



Dibujo de Federico García Lorca. 1925

En la imprenta, cercana al puerto de Málaga se utilizaban tipografías importadas de Inglaterra, Francia y Alemania y componían manualmente los poemas de lo que después se conoció como "Generación del 27". Ya en el primer número publicaron Federico García Lorca, José Bergamín, Jorge Guillén o Gerardo Diego. El propio Altolaguirre recordaba así la imprenta: «Nuestra imprenta tenía forma de barco, con sus barandas, salvavidas, faroles, vigas de azul y blanco, cartas marinas, cajas de galletas y vino para los naufragios. Era una imprenta llena de aprendices, uno manco, aprendices como grumetes, que llenaban de alegría el pequeño taller, que tenía flores, cuadros de Picasso, música de Manuel de Falla y libros de Juan Ramón Jiménez en los estantes...».

La revista *Litoral* se impregnó desde el principio las vanguardias literarias y artísticas europeas. En el segundo número colaboraron Luis Cernuda y Ramón Gómez de la Serna y en el tercero, publicado en marzo

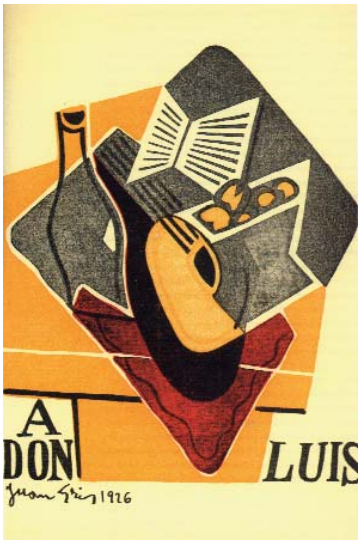
16. La historia de la revista litoral está publicada en la página web de Ediciones Litoral. <http://www.edicioneslitoral.com/general/historia.html>, consultada el 05/10/2006. También en AAVV., *Litoral, Travesía de una revista, 1926-2006*, Diputación de Málaga, 2006.

de 1927, escribieron Vicente Aleixandre y Dámaso Alonso. Su portada está decorada con uno de los primeros dibujos publicados por Federico García Lorca: un marinero con la palabra "amor" escrita en la gorra y una rosa sobre el corazón. Históricamente es muy relevante que los primeros siete números de la primera etapa de *Litoral* se cerraran con la revista publicada en octubre de 1927 como homenaje a Luis de Góngora.



Dibujo de Pablo Picasso en el número homenaje a Góngora. Octubre de 1927

A la generación de jóvenes escritores se unieron las colaboraciones gráficas de Pablo Picasso, que publicó un dibujo; de Salvador Dalí y de Juan Gris, que envió un bodegón cubista para la portada. Además en este número también publicaron obras gráficas otros artistas plásticos como Benjamín Palencia, Cossío, Bores, Joaquín Peinado o Gregorio Prieto. Para rematar el elenco, Manuel de Falla, participó publicando la versión musical autógrafa del soneto *Córdoba* de Góngora. *Litoral* dejó de publicarse durante 1928, aunque en esta época la imprenta publicó suplementos de la revista, además de libros como el primero de Vicente Aleixandre: *Ámbitos*, al que siguieron *La Toriada* de Fernando Villalón y *Jacinta la pelirroja* de José Moreno Villa.



Cubierta de Juan Gris. Octubre 1927

Tras esta breve etapa, en 1929 *Litoral* dejó de salir a la calle, aunque sus promotores trataron en vano de reanudar su publicación con una orientación surrealista. En 1931 Ediciones Ulises publicó en Madrid la primera



Cubierta de la primera edición de Poema del cante Jondo



Simón. 1929



J.L.Rey. 1928



Cartel para colgar en la pared de Barceló y Torres

edición de *Poema del cante Jondo* de Federico García Lorca, cuya cubierta es un puro juego caligráfico.

En Andalucía el desarrollo del cartel en las primeras décadas del siglo XX estuvo ligado a los anuncios de corridas de toros, a la promoción turística de las ferias y la Semana Santa, y a la propaganda de los sectores agrícolas e industriales más potentes. En todos ellos se proyectaba imagen más costumbrista y folclórica de Andalucía. También merecen mencionarse las iniciativas turísticas de ayuntamientos como el de Cádiz, que ha dejado el legado de una importante colección de carteles, como el de Simón que anuncia el *Gran Premio de Motociclismo de 1929*, o los que anuncian las temporadas veraniegas de 1928 y 1929 firmados por J.L. Rey y Romero Escagén[17].

Los primeros carteles de los que se tiene constancia en España fueron los editados en 1761 para anunciar espectáculos taurinos en la Real Maestranza de Sevilla[18]. En el sector manufacturero merecen destacarse el del aceite y la aceituna en Jaén, Córdoba y Sevilla y el vino en la comarca de Jerez y en Málaga, donde también es reseñable la propaganda gráfica que se generó entorno a la producción de pasas y frutos secos. En Cádiz hay que destacar en las primeras décadas del siglo XX los carteles anunciadores de las líneas marítimas[19].

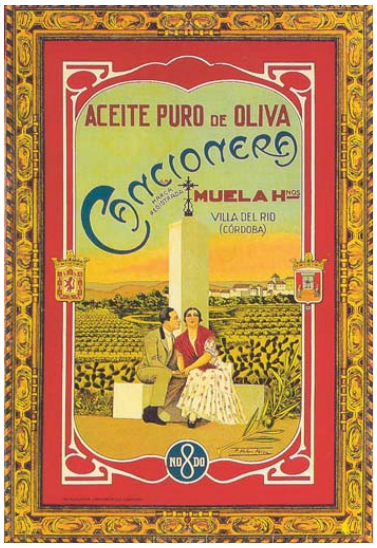
17. AA.VV., *Diseño gráfico en Andalucía.* 1980-2000, Consejería de Obras Públicas y Transportes, Sevilla, 2000, pp. 15-19.
18. COSSÍO, J.M., *Los toros. Tratado técnico e histórico, II*, Espasa Calpe, Madrid, 1982.
19. AA.VV., *Diseño gráfico en Andalucía*, *op.cit.*

A los concursos de carteles de las fiestas de primavera de Sevilla acudieron los más reconocidos pintores y cartelistas como José García Ramos, ganador del certamen de 1912, Gustavo Bacarisas el de 1917 y Salvador Bartolozzi, creador del cartel que anunció la Semana Santa y la Feria en 1922. Bartolozzi también firmó el cartel de las fiestas del Corpus de Granada al año siguiente, cuando también ganó el concurso para diseñar el cartel de la bodega Marqués del Mérito[20].



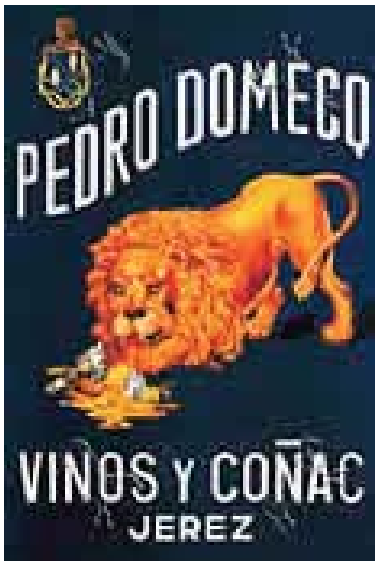
Romero Escagen. 1929

En el marco de Jerez existió desde finales del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX un vigoroso tejido industrial vitivinícola que empleó la comunicación gráfica como instrumento de promoción a través de la fabricación de etiquetas, carteles, envases, etc. Desgraciadamente, está dispersa en manos de coleccionistas privados la mayor parte de las piedras litográficas del siglo pasado y comienzos de éste, que se utilizaron para editar este material. Entre las etiquetas y carteles de vinos y licores más célebres en la época cabe destacarse el "Don" de la bodega jerezana Sandeman creado en 1928 por el escocés George Massiot-Brown. Pocos años después de la Exposición, en 1935 el jefe de publicidad de González Byass, el burgalés Luis Pérez Solero diseñó la etiqueta de la botella de Tío Pepe, con el personaje vestido con traje corto y gorro cordobés. El Taller de pinturas Gómez de Jerez fue uno de los más activos en



Anuncio de aceite. Hacia 1920

20. VELA, D., *Salvador Bartolozzi (1881-1950). Ilustración Gráfica. Escenografía. Narrativa y Teatro para niños*, Biblioteca digital Miguel de Cervantes, 1996, p. 116.



Taller de pintura Gómez. Hacia 1920



Carlos Ruano Llopis

el diseño de etiquetas para marcas de vinos y realizó el célebre león con el que Domecq decoró etiquetas y carteles. El reconocido Federico Ribas fue el autor de la etiqueta de la marca de vinos y Coñac Marqués del Mérito, y a Teodoro Miciano se atribuye el cartel de El Jerezano de la bodega Sánchez Romate Hermanos. Los valencianos Rafael Raga, Vicente Climent, José Mongrell o Carlos Ruano Llopis también realizaron carteles y etiquetas de vinos y licores andaluces. Este último fue el autor del anuncio de Domecq en el que aparecía un maletilla acosado por un toro. Años más tarde, en 1956, el diseñador portuense Manuel Prieto creó la pieza iconográfica que se ha convertido en una referencia internacional: el toro de Osborne[21].

En la industria agrícola española es también obligado mencionar que en Valencia proliferaron en las primeras décadas del siglo XX los carteles y etiquetas de su sector más potente, el de las naranjas, que en 1930 ya exportaba un millón de toneladas anuales. El regionalismo folclorista de su promoción gráfica se diseñaba en numerosos talleres gráficos valencianos, que llegaron a ser punteros en España en el sector de la impresión[22].

21. *Ibidem.*

22. SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España*, *op. cit.*, p. 63.

3.2. Publicidad Gráfica

Desde finales del siglo XIX el desarrollo de la litografía provocó que las ciudades se inundaran de carteles. La nueva técnica había permitido a Jules Chéret en 1880 comenzar a estampar sus imágenes en piedras litográficas. El modernismo cartelista tuvo uno de sus ejes en el checo Alphonse Mucha, que marcó las pautas del estilo en 1894 con su *Gismonda*, un cartel encargado para el teatro por Sarah Bernhardt. Los precedentes de ese nuevo arte, denominado después *Art Nouveau*, hay que buscarlos en el prerrafaelismo inglés[23].

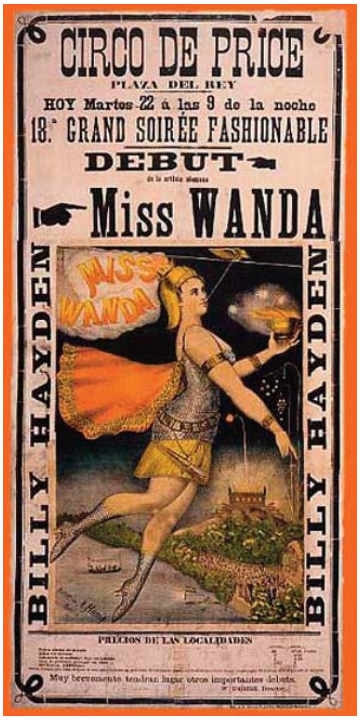
Los primeros carteles que se hicieron en España[24] estuvieron destinados a anunciar corridas de toros. José María de Cossío explica que se desconoce la fecha en la que su publicó el primer cartel, aunque se sitúa en Sevilla en torno a 1761. Los primeros carteles taurinos eran tipográficos y en blanco y negro, aunque sobre 1782 comenzaron a estar ilustrados con viñetas en las que se mostraban las suertes del toreo. En torno a 1830 comenzaron a editarse carteles de corte neoclásico y a mediados de siglo XIX ya mostraban, junto a ilustraciones realizadas para la ocasión, motivos geométricos o arquitectónicos. A finales del XIX los carteles taurinos adecuaron su estilo a los puramente comerciales, excepto en algunas corridas de la beneficencia en las que se recurría a artistas, en algunos casos de renombre como Joaquín Sorolla.

Los carteles comerciales que utilizaban la técnica de litografía en colores, desarrollada en 1796 por Aloys Senefelder, llegaron a España diez años después de la mano de uno de sus alumnos, Carles Gimbernat; así como del madrileño Rafael Cardano. La Corte Real de España estableció un anexo a la Imprenta Real, donde Goya trazó en 1819 las primeras litografías originales. En 1875 Francisco Ortega dibujó un conjunto de carteles comerciales para la empresa madrileña Chocolates y Dulces Matías López, que se han exhibido hasta

23. BARNICOAT, J., *Los carteles su historia y su lenguaje*, Gustavo Gili, Barcelona, 1995, p. 2.
24. SATUÉ, E., *op. cit.*, pp. 295 y ss.



Francisco Ortego, 1875



Anuncio de circo de finales del siglo XIX

hace poco tiempo en tiendas y en la estación de tren de El Escorial, la localidad en la que se asentó la fábrica.

Los carteles litográficos en color permitían hasta veinte tintas y un formato clásico de cartel mural de 70 x 100 cm. e incluso superiores, llegando a doblar las medidas mediante la superposición de dos piezas. Como novedad los cartelistas podían dibujar sobre el molde litográfico de piedra (más tarde de zinc), evitando a los intermediarios encargados hasta entonces de transportar el dibujo a la madera o el cobre[25].

La publicidad gráfica tuvo que desarrollarse con rapidez, adaptándose a una sociedad condicionada por la producción industrial y el consumismo. Se trataba de recordar las marcas a los consumidores, pero también se perseguía convencerles de la calidad de los productos. Para ello las Artes Gráficas empezaban a contar con nuevos medios técnicos que permitían mayor versatilidad. Además, el auge de la prensa abría la posibilidad de la difusión de los anuncios a gran escala. Los periódicos y las revistas ilustradas fueron medios naturales para la difusión de los anuncios. Las empresas que fabricaban productos para la salud, las de cosméticos y las de alimentación iban a la cabeza en cuanto a inversión publicitaria.

25. Sobre las técnicas de litografía hemos consultado entre otros, VIVES, R., *Del cobre al papel. La imagen multiplicada*, Icoria Editorial, Barcelona, 1994; VICARY, R., *Manual de litografía*, Tursen; Hermann Blume, Madrid, 1993; MALTESE, C., *Las técnicas artísticas*, Cátedra, Madrid, 1987; BLAS, J.; *et alt*, *Diccionario del dibujo y la estampa: Vocabulario y tesauro sobre las artes del dibujo, grabado, litografía y serigrafía*, Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Madrid, 1996.

A principios del siglo XX aún abundaban los anuncios que estaban confeccionados únicamente con elementos tipográficos, pero pronto las firmas se dieron cuenta de que si querían llamar la atención debían recurrir a las ilustraciones, y pronto los mejores dibujantes fueron reclamados por las firmas de mayor solvencia económica. La inversión publicitaria se hizo esperar en las revistas semanales, y ello a pesar de que estas estaban destinadas a perdurar más tiempo en las casas de los posibles clientes y de que la calidad del papel era mejor. El propio Torcuato Luca de Tena[26] confesó que los anunciantes tardaron cinco años en invertir en *Blanco y Negro*, y ello a pesar del éxito de la publicación. Aunque las ilustraciones empleadas en los anuncios eran muy variadas, el *Manual Práctico de la Publicidad* (Editorial Cultura, 1928) aconsejaba que no se empleasen tiras cómicas, ya que con ellas se acababa vulgarizando los productos.

Otro medio de difusión publicitaria fueron las tarjetas postales[27]. Las primeras, diseñadas en 1873 por Joaquín Pí y Margall sólo llevaban como ilustración un sello de correos estampado. La situación cambió una vez que en 1886 el gobierno autorizó a las empresas privadas a editar tarjetas postales. Los talleres madrileños de fototipia de Hauser y Menet se especializaron en este producto gráfico, llegando a producir una década más tarde mil modelos de tarjetas con una tirada anual de seis millones de ejemplares. Artistas célebres como Ramón Casas, Gaspar Camps, Alexandre de Riquer, Rafael de Penagos o Federico Ribas, ilustraron estos soportes de cartón en series que tuvieron gran éxito. En 1906 un Real Decreto, reguló que las tarjetas tuviesen la división que hoy conocemos: una cara de uso libre y el dorso dividido en dos partes una de ellas destinada al franqueo y la otra al texto de los mensajes. Durante los años posteriores, abundaron las tarjetas en las que se reproducían fotografías de monumentos y paisajes urbanos y poco a poco las tarjetas fueron dejando de ser soporte de anuncios publicitarios. Poco después, el entusiasmo por la postal comenzó a ceder y, además, la fotografía –sobre todo de paisajes urbanos– se adueñó de la mayor parte de la producción.

26. MORENO, F., *op. cit.*, p. 30.
27. *Ibidem*, pp. 30 -33.

Las tarjetas postales fueron un soporte cumplidamente utilizado para publicidad. Su tamaño manejable y el coste moderado, aconsejaron imprimir en este formato numerosos anuncios comerciales que también tenían su lugar, con diferentes dimensiones, en las páginas de la prensa o en las amplias superficies de los carteles. También es obligado citar como soporte publicitario a los cromos, abreviatura de cromolitografías, que en realidad eran pequeñas estampas, independientemente del sistema de reproducción por el que se hubiesen obtenido.

Desde finales del XIX se propagó la afición por coleccionar cromos troquelados y recortables. A principios del siglo XX, fueron sobre todo firmas chocolateras catalanas como Amatller o Juncosa las que invirtieron en este soporte. Las calles se convirtieron desde finales del XIX en un escaparate ideal para colocar carteles de publicidad, que en esa época respondían a los cánones modernistas del momento, buscando la belleza a través de las líneas curvas, las decoraciones florales y los colores suaves.

Pronto la presión de las empresas afectó a los cartelistas, que comenzaron a simplificar sus mensajes gráficos haciéndolos más directos y sintéticos, eliminando los fondos y las decoraciones superfluas e iluminándolos con colores más vivos. Los carteles de publicidad tardaron más en llegar a nuestras ciudades que al resto de las grandes capitales europeas y estadounidenses debido, en buena medida, a que eran pocos los talleres litográficos capaces de imprimir en tamaño grande. De hecho, en muchos casos, tenían que recurrir a imprimir carteles fraccionados que había que componer posteriormente sobre soportes.

Entre los primeros cartelistas comerciales españoles[28] hay que citar a Gaspar Camps, formado en la Francia del *Art Nouveau*. Otro gran cartelista, Ramón Casas, comenzó a pintar carteles en 1897. Unos años antes, en 1893, había regresado de estudiar pintura en París, estando su obra muy influenciada por Toulouse-Lautrec. Entre sus premios destaca el primero y los dos accésit que obtuvo en 1898 en el Concurso convocado por la empresa

28. SATU, E., *op. cit.*, pp. 295-333; MORENO, F., *op. cit.*, pp. 26 y ss.; CAMPÁS, J., *L'Art Modernista*, Ajuntament de Barcelona, 1993.

Vicente Bosch para anunciar el Anís del Mono. Estas ilustraciones tienen resabios modernistas, pero también elementos propios del casticismo madrileño. El premio, de 1.000 pesetas era astronómico para la época. Riquer se llevó las 500 pesetas del segundo premio.

Satué subraya el singular estilo modernista de Casas en este cartel, ya que utiliza la imagen de una chula castiza con mantilla y peineta acompañada de un mono, una imagen alejada en principio de las preferencias burguesas y nacionalistas de los empresarios catalanes de la época. Además, recurre a tipografías de palo seco y romana, que nada tiene en común con las letras ondulantes y los estilos florales de los modernistas franceses en boga en la época.

Al año siguiente, la iniciativa de Anís del mono fue seguida por la empresa de cava Codorniú, que incluso sube el premio por el primer cartel a 1.500 pesetas y ofreció por el segundo 500. El madrileño José Tubilla ganó el concurso y Ramón Casas obtuvo el segundo premio.

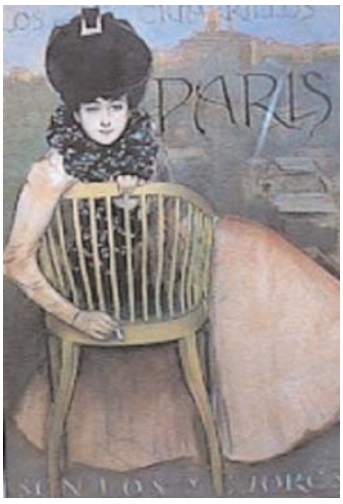
En 1902 Casas obtuvo el tercer premio en otro de estos concursos de bolsas generosas, el de Cigarrillos París, convocado por una industria tabaquera argentina cuyo propietario era catalán.



Ramón Casas. 1898



José Tubilla. 1899



Ramón Casas. 1902



Aleardo Villa. 1902

La obra de Casas no ganó debido a que no se destacaba suficientemente la marca, lo que demuestra, según Satué[29], el tradicional menosprecio demostrado por los cartelistas artísticos a la tipografía. El argentino Aleardo Villa fue el ganador del concurso con un cartel en el que tipografía es mucho más legible.

También tiene aire modernista el cartel con el que Casas anunció el "Sanatorio para sifilíticos del Dr. Andreu", donde una mujer ofrece con una mano el lirio que simboliza la inocencia, mientras que con la otra oculta una serpiente. Las grandes empresas se animaron a convocar concursos de carteles para publicitar sus productos.

También instituciones como el Ayuntamiento de Barcelona convocó concursos de carteles en 1896 y 1898 para promover la Exposición de Bellas Artes. Generalmente buena parte de los originales que se presentaban a los certámenes se mostraban al público en salas culturales como la Parés, de Barcelona, una de las pioneras en apreciar los carteles como obras artísticas. Unos años más tarde, a principios del siglo XX, también convocaron concursos de carteles el semanario *Blanco y Negro* y el periódico *El Liberal*. El madrileño Círculo de Bellas Artes, también publicitaba con carteles sus bailes de máscaras de Carnaval, que se celebraban en el Teatro Real. Al principio, estos carteles se encargaron directamente a artistas de prestigio, pero unos años más tarde, comenzaron a convocarse concursos que se restringían a cartelistas que fuesen socios del Círculo. Obtener algún premio en este certamen daba prestigio a los dibujantes.

Rafael de Penagos dominó sobradamente esta cita artística, ganando los concursos de 1909, 1910, 1912 y 1916. El cartel de 1916, en el que dibujó a una bailarina célebre en

29. *op. cit.*, p. 306.

la época, fue nuevamente utilizado para la difusión del baile de máscaras de 1927, cuando no se convocó concurso. En este caso hubo que modificar los rótulos sobre el original, cambiando la fecha y el lugar de celebración que se había trasladado al Palacio de Hielo. A través de la evolución de este concurso también se puede apreciar el hartazgo que llegó a provocar el casticismo madrileño, y uno de los miembros del jurado propuso que se rechazasen los carteles donde apareciesen mujeres vistiendo mantones de Manila (*Nuevo Mundo*, 21 de febrero de 1929).

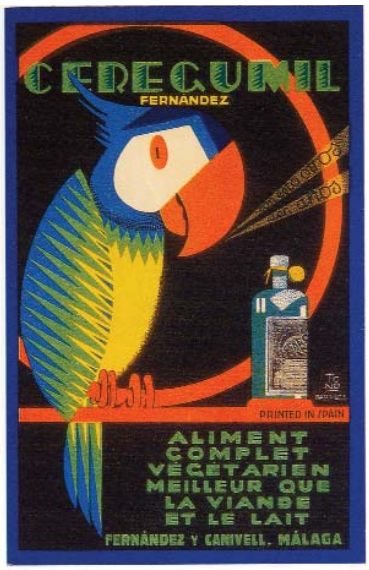
Los otros dos grandes cartelistas de la época, Salvador Bartolozzi y Federico Ribas, también consiguieron primeros premios en el certamen del Círculo de Bellas Artes. Como curiosidad, el cartel de Bartolozzi premiado en 1919 no se llegó a imprimir ni a reproducir en la calle, ya que algunos miembros del Círculo consideraron ofensivo el tratamiento gráfico que el artista había dado al emblema de la institución.[30]



Anuncio de Federico Ribas para Gal

La Perfumería Gal apostó con fuerza por las posibilidades publicitarias de los carteles. Disponía de su propio taller gráfico donde se editaba la revista *Pompas de jabón*. Además la empresa acabó poniendo en marcha la agencia de publicidad Veritas, que se hizo cargo de los anuncios de empresas como Galletas Ártica o Firestone.

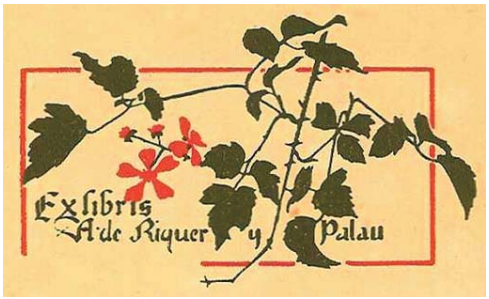
Más de un centenar de artistas concurrieron a otro de los concurso de carteles célebres, el organizado en 1925 por la empresa malagueña Fernández y Canivell



Bartolozzi y Tono. 1925

30. MORENO, F. *op. cit.*

para publicitar su alimento vegetariano Ceregumil. Bartolozzi, junto a Tono, consiguieron el segundo premio con el cartel *Matusalén*.



Ex-libris de Alexandre de Riquer

Estéticamente los carteles comerciales fueron más innovadores y dejaron atrás el academicismo decimonónico. En todo caso se distingue en esta época entre los cartelistas artísticos, más preocupados por los elementos figurativos que por la tipografía, y los cartelistas arquitectónicos, que aplican en sus imágenes principios estéticos racionalistas de composición y geometría.

En el primer grupo hay que situar a Alexandre de Riquer, que tras viajar por Inglaterra y Francia regresó a España en 1896 convirtiéndose en uno de los máximos exponentes del modernismo catalán, con obras en las que predomina la ornamentación floral y el lirismo modernistas.

3.3. Dibujantes y pintores[31]

Los dibujantes más renombrados de los años veinte del siglo XX como Rafael de Penagos, Federico Ribas, Salvador Bartolozzi o Emilio Freixas, entre otros, renovaron la manera de dibujar e ilustrar, asumiendo muchas de las directrices del *Art Déco* y de la *Bauhaus*: tintas planas, economía de líneas, angulaciones y eficacia formal. Pero la innovación no llegó de golpe, sino paso a paso y de la mano de artistas que fueron abriendo las fronteras a las nuevas tendencias que llegaban de Europa. Las fuentes consultadas señalan a estos como los más destacados:

Apeles Mestres [Barcelona 1854-1936]. Fue dibujante principal en *La Campana de Gracia* y colaborador y autor de la cabecera de *L'esquella de la Torratxa*. Colaboró con sus dibujos en infinidad de semanarios y fue ilustrador de ediciones de *El Quijote*, *Los episodios Nacionales* o *Los cuentos de Andersen*, entre otras muchas. Mestres, que también fue dramaturgo, poeta y músico, comenzó haciendo dibujos de humor, y fue considerado un dibujante naturalista, al abundar en sus dibujos elementos de ambientación de la Naturaleza. Por ello se le considera uno de los pioneros del movimiento modernista.



Apeles Mestres. Claveles de España. Partitura musical. Ed. Emporium 1930

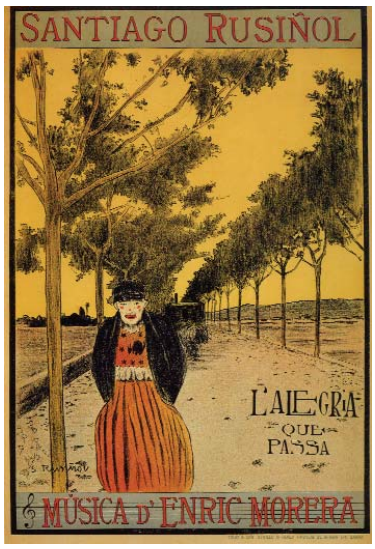
Alexandre de Riquer [Calaf, Barcelona, 1856-Palma de Mallorca, 1920]. Su primer periodo artístico, entre 1880 y 1894 estuvo ligado al esteticismo o premodernismo, con una técnica en la que predomina la



Riquer. Cartel de estilo modernista ortodoxo. Barcelona 1899-1900

31. La mayor parte de los datos biográficos están recogidos de MORENO, F., *op. cit.*, pp. 57-188; además de CASADO, P., *Diccionario biográfico de ilustradores españoles del siglo XIX*, Ollero y Ramos, 2006; FRANCÉS, J., *Los dibujantes e ilustradores españoles contemporáneos*, Publicaciones de la Escuela de Artes y Oficios, Madrid, 1945; FERNÁNDEZ, V., "Un siglo que pudo ser de oro", *Cien años de Ilustración Infantil*, Instituto Virtual Cervantes, 2006; y SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España*, *op.cit.*

mezcla de elementos tradicionales y realistas. Su periodo más reconocido es el modernista, que se extendió entre 1894 y 1906, con carteles a la japonesa de formato alargado, caracterizados por el decorativismo simbólico y colores apagados en manchas sin relieve, separadas por líneas espesas. Recibió influencias de Alphonse Mucha y de los cartelistas belgas Edmond Meunier y Privat-Livemont. Además de dedicarse al diseño gráfico y a la pintura decorativa, también diseñó mobiliario, vidrieras, forja, ebanistería y elementos decorativos como juegos de naipes y lámparas. Ilustró numerosos libros y revistas y creó una escuela de grafismo, destacando sus ex-libris. Por el diseño de muebles recibió una medalla de oro de la Exposición Universal de Chicago.



Santiago Rusiñol. Partitura, 1898

Santiago Rusiñol i Prats [Barcelona 1861-Aranjuez 1931]. Uno de los máximos representantes del modernismo catalán. Destacó como pintor y escritor. En 1884 presentó su primera exposición en la Sala Parés, junto con sus amigos Ramón Casas y el escultor Enrique Clarasó. Junto a Casas realizó el célebre *Viaje en carro por Cataluña*. Se instaló en París en 1887, donde vivió la bohemia y se convirtió en uno de los frutos del movimiento modernista. Todavía en París, en 1890 comenzó a colaborar en el periódico *La Vanguardia* con sus artículos "Desde el molino", y sus "Impresiones de Arte". En 1897 viajó a Granada descubriendo los jardines, que fueron el tema de su última época.

Ramón Casas [Barcelona 1866-1932], hijo de un burgués que hizo fortuna en Cuba, Casas se formó desde los quince años en el taller parisino de Carolus

Durán. A su regreso a España residió en Granada, donde pintó temas taurinos. En 1889 se hizo célebre por los dibujos de la serie "Desde mi carro" que fue publicando en *La Vanguardia*. En 1890 regresó a París y unos años después, ya en Barcelona, financió la cervecería y sala de arte *Els Quatre Gats*, y fundó la revista del mismo nombre, que después fue sustituida por *Pel & Ploma*. Retrató a unos dos mil personajes ilustres. En 1903 un millonario norteamericano ejerció de mecenas y viajó con él por todo el mundo. Aunque encuadrado como modernista, Casas tenía un estilo personal y no recurrió en sus dibujos a muchos de los elementos característicos del *Art Nouveau*.



Ramón Casas. Papel Boer. Cartel

Narciso Méndez Bringa [Madrid 1868-1933]. Desde 1876 fue colaborador de los cuentos de Saturnino Calleja. Era especialista en recrear tipos ambientes, lo que le ganó la confianza de muchos escritores, que le reclamaban ilustraciones para sus textos. Abanderado de la ilustración realista, en 1929 llegó a decir: «Todos esos señores que hablan del futurismo y cubismo son una pura filfa y una mentira. Lo único que hay es arte bueno y malo». Con más de 3.500 dibujos fue el más prolífico ilustrador de *Blanco y Negro* y más tarde de *ABC*.



Méndez Bringa.Feliz año nuevo. Revista *Blanco y Negro*. 4 de enero de 1925



Gustavo Bacarisas. *Cartel oficial de la Exposición Ibero Americana*. 1928



Gustavo Bacarisas. *Sevilla en Fiestas*. Museo de Bellas Artes de Sevilla

Gustavo Bacarisas [Gibraltar, 1873-Sevilla, 1971]. El autor del cartel ganador de la Exposición Ibero-Americana de Sevilla se dedicó fundamentalmente a la pintura. Aunque no puede encuadrarse entre los vanguardistas, sí quiso superar los convencionalismos de la pintura del XIX, aceptando las influencias modernistas e impresionistas, y sobre todo del arte *fauve*. Tenía preferencia por los cuadros de ambiente nocturno. Tras un periodo de formación en París, Bacarisas se instaló en Sevilla en 1914 y tres años más tarde realizó el cartel de las Fiestas de la Primavera de 1917, que en su día fue considerado innovador por el uso de las tintas planas y colores llamativos. Dos años más tarde diseñó un tipo de caseta de feria con pañoletas anudadas que fue aceptada como modelo para dar uniformidad al Real. Trabajó también como escenógrafo y fue el autor de los decorados del espectáculo que presentó la Argentinita en París en 1926. La modernidad de la pintura andaluza vino de la mano de artistas como el propio Bacarisas, José María López Mezquita, Gonzalo Bilbao y Julio Romero de Torres, quienes influidos por el Impresionismo, el Simbolismo o el *Fauvismo*, plasmaron en sus obras el nuevo estilo regionalista.

Francisco Sancha Lengo [Málaga, 1874-Oviedo 1936]. Comenzó a formarse en la Escuela malagueña de San Telmo, completando sus estudios en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando de Madrid como discípulo de Moreno Carbonero. Pese a obtener buenas críticas en Exposiciones Nacionales, su mala situación económica le empujó a buscarse la vida en París, donde le contrataron revistas como *Le rire* o *Frou-Frou*, entre otras. Tras regresar a Málaga, primero y después a Madrid, inició en 1898 sus colaboraciones en *Blanco y Negro*, y después en *Nuevo Mundo*, *La Esfera* o *Alegría*. Sancha se caracterizó por la crítica social, con dibujos de corte expresionista. En 1914 se instaló en Londres, donde se sumó a las campañas gráficas contra Alemania, país rival del Reino Unido en la I Guerra Mundial.



Libro de horas amargas compuesto por refrenes españoles. Sancha 1917

Gaspar Camps [Igualada, 1874-Barcelona, 1942]. Fue denominado el "Mucha catalán" y probablemente el mejor representante español del modernismo. Formado en París, donde fue discípulo de Constant y de Laurens, a su regreso a Barcelona colaboró en las revistas *Álbum Salón* y *Hojas Selectas* para las que realizó dibujos con la característica ornamentación modernista; si bien en la misma época también publicó otros completamente realistas. Después fundó la revista *Pluma y Lápiz* e ilustró portadas de libros. En 1905 regresó a París, donde obtuvo gran éxito, siendo contratado por la em-



Gaspar Camps. Revista "Álbum Salón". 1900

presa de publicidad Sirven. Esta firma instaló una delegación en Barcelona encargando a Camps la dirección de los talleres.

En Madrid no tuvo éxito el movimiento modernista. Alexandre de Riquer llegó a decir (*Madrid Cómico*, 30 julio 1898): «El espíritu catalán está preparado para toda clase de transformaciones, el castellano está encerrado en su concha contento con su hermosa tradición.» Riquer criticaba así que, en revistas como *Blanco y Negro*, siguieran imperando las ilustraciones que empezaban a considerarse demasiado académicas. A estos ilustradores se les llegó a denominar "realistas anecdóticos", o "historicistas" por el esmero que ponían en documentar gráficamente escenas del pasado.

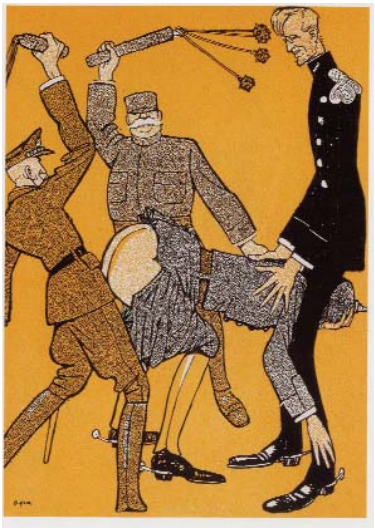


Inocencio Medina Vera. *Los Cuervos*. 1916

Inocencio Medina Vera [Archena, (Murcia) 1876-1918]. Considerado uno de los últimos pintores costumbristas, tenía capacidad tanto para hacer caricaturas como para realizar ilustraciones de carácter realista. Se hizo célebre a raíz de la publicación del poemario *Aires murcianos*, en el que dibujó numerosos tipos regionales de corte realista, e incluso fotográficos. También trabajó escenas taurinas y anuncios e historietas publicitarias que contenían guiños irónicos. Fue colaborador de las grandes publicaciones de su tiempo: *Blanco y Negro*,

ABC, *Mundo Gráfico*, *La Esfera*, *Alegría*, etc. En 1912 se instaló en Argentina, donde se hizo cargo de la dirección artística de *La Semana Universal.*

Feliu Elias i Bracons "Apa" [Barcelona, 1878-1948]. Habitual de los heterónimos, sólo firmaba con su nombre los óleos y los textos de mayor importancia. "Apa" era su firma como dibujante, mientras que suscribía como Joan Sacs las críticas de arte y los textos breves. Colaboró en *¡Cu-Cut!* y en *El poble Catalá* y en 1908 fundó la revista *Papitu*, crítica con la liga regionalista y con el anarquismo. Después trabajó para *Revista Nova*. Sus viñetas antigermanófilas le valieron la concesión de la Legión de Honor francesa. Colaboró con las revistas infantiles *Virolet* y *Dominguín*; y fue profesor y crítico de Arte. Contrario a las vanguardias artísticas, su estilo se caracterizó por trazos sintéticos y cuidadas ambientaciones. Tras la guerra civil se instaló en Francia donde trabajó junto a la resistencia anti alemana.



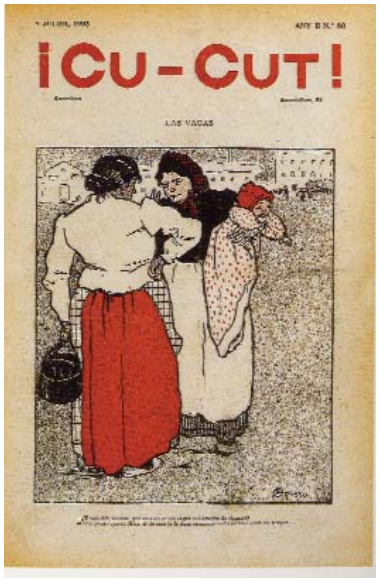
Apa. "Kameradem". *Libro recopilatorio.* 1915

Máximo Ramos López [A Graña-Ferrol, (La Coruña). 1880-Madrid, 1949]. Entre 1907 y 1913 viajó por América donde se ganó la vida como pintor y decorador. A su vuelta a España fue designado director artístico de *La Ilustración Española y Americana* y posteriormente colaboró en buena parte de las publicaciones de la época y fue también ilustrador de cuentos infanti-



Ramos López. Portada de *La novela de hoy.* "Un pobre hombre". 1927

les. Sus primeros dibujos expresaron denuncias sociales con imágenes de gente pobre. Después sus trabajos tomaron un tinte más fantástico, siendo buenos ejemplos los dibujos que ilustraron durante los años veinte los textos escritos por el "Coronel Ignotus" para la *Biblioteca novelesco-científica*. Durante la guerra civil hizo carteles de propaganda del bando nacional y trabajó para las revistas de Falange. Máximo Ramos fue muy versátil realizando ilustraciones de muy diferente estilo que iban desde el realismo historicista hasta un particular *Decó*, precursor de los dibujos contemporáneos de ciencia ficción.



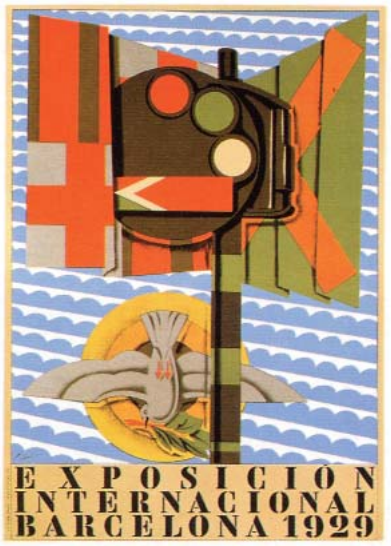
Ricard Opisso. "Las huelgas". Revista *¡Cu-cut!* 1903

Ricard Opisso [Tarragona, 1880-Barcelona, 1966]. Miembro de una familia de pintores y escritores, entró a los 12 años al taller de Antonio Gaudí, sirviendo como modelo de uno de los ángeles de la fachada del Nacimiento de la Sagrada Familia. Más tarde renunció a su puesto como delineante y comenzó a colaborar en las revista modernistas *Luz* y *Quatre Gats*. Tras un breve paso por París, comenzó a publicar en *¡Cu-Cut!*, *L'Esquella de la Torratxa*, y en revistas francesas. A Opisso se le reconoce como el mejor dibujante de multitudes, pero fue muy prolífico y realizó desde anuncios comerciales a historietas infantiles en *TBO*, o a dibujos eróticos firmados bajo el seudónimo de "Bigre". Rechazó frontalmente las vanguardias artísticas y el *noucentismo* y llegó a discutir públicamente con Dalí sobre el futurismo.

Francisco d'Assís Galí [Barcelona, 1880-1965]. En España también se dejó notar la influencia de las vanguardias gráficas que llegaban de la nueva Rusia y de la *Bauhaus* alemana, donde cobró vigor el uso de la fotografía y el gusto por un estilo geométrico sustentado en la racionalidad arquitectónica. Profesor de la *Escola d'Art* de Barcelona, fundada en 1906, Galí es, según Satué[32], el mejor representante del cartelismo arquitectónico. Como docente dejaban huella los años que pasó estudiando arquitectura y defendía un estilo antimodernista, de colores vivos, ritmo gráfico en las perspectivas y en los planos, formas cercanas al cubismo, y una figuración pretendidamente mediterránea, con predominio de arquetipos femeninos y personajes populares marineros y campesinos.



Francisco d'Assis Galí. Cartel para la Exposición Internacional de Barcelona. *1929*



Francisco d'Assis Galí. Cartel para la Exposición Internacional de Barcelona. 1929

En la *Escuela d'Art* de Barcelona, estudiaron entre otros Joan Miró o Emilio Ferrer. Galí obtuvo en 1926 el primer premio en el concurso de carteles convocado por Coñac Barbier. En 1929 realizó tres carteles dos generales y uno temático para la Exposición Internacional de Barcelona. En los de temática general propuso como elemento central el personaje literario de Eugenio D'Ors *La Bien Plantada* como arquetipo de la nueva mujer catalana que se eleva en el aire sobre la Barcelona industrial.

32. Satué, E., *El diseño gráfico en España*, *op. cit.*, pp. 314-315.



Junceda. *Aventuras del capitán Botalón*. 1915

Joan-Enric García Junceda [Barcelona, 1881-Blanes La Selva (Girona), 1948]. Adscrito también a la corriente novecentista, trasladando escenarios de novelas célebres de aventuras como *La Cenicienta* o *Los Viajes de Gulliver* a escenarios catalanes. Trabajó para las revistas *¡Cu-Cut!*, *D'ací*, *Dominguín*, *Virolet*, *En Patufet* o *Cuca Fera*, entre otras. Fue autor de la serie infantil *Aventuras del Capitán Botalón*. Considerado un excelente dibujante, disponía de una habilidad singular para manejar las sombras.



Bartolozzi. *Daysy, la mecanógrafa fatal*. 1930

Salvador Bartolozzi[33] [Madrid, 1882- México, 1950]. En muchas de sus ilustraciones recreó el casticismo madrileño. Con una estética de inspiración en muchos casos cubista, parodió al cine negro con su serie de historietas *Daysy, la mecanógrafa fatal*, que se publicó en *El Cinetín de Ahora*. Se formó artísticamente en la Academia de Bellas Artes de San Fernando, donde había trabajado su padre, de origen italiano, como jefe del taller de Reproducciones y Conservador de la sección de Escultura.

Tras pasar unos años en París, trabajando como ilustrador, regresó a Madrid en 1907, donde comenzó a realizar portadas e ilustraciones en los cuentos de la editorial de Saturnino Calleja, donde ocupó el cargo de director artístico. Tres años después comenzó a realizar las portadas de los libros de Ramón Gómez de la Serna

33. Además de en las referencias citadas, recogemos datos de la Tesis Doctoral de VELA, D., *op. cit.*

y desde 1915 participó habitualmente en la tertulia del Café de Pombo, cuyos miembros fueron inmortalizados en 1920 en un un célebre cuadro de Solana. Bartolozzi ganó en 1919 el primer premio del Concurso de baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes de Madrid y su actividad como cartelista también fue prolífica creando anuncios para empresas como Gal o Ceregumil Fernández, siendo este último cartel hecho a medias con Tono. Fue ilustrador de innumerables series de cuentos y novelas así como en revistas como *Blanco y Negro*, *La Esfera* o *Nuevo Mundo*, entre otras.



Bartolozzi.*Baile de máscaras del Círculo de Bellas Artes*

Su inicial impronta modernista fue transformándose en un lenguaje visual fuertemente influido por las vanguardias y el *Art Déco*. Para el público infantil hizo célebres sus personajes de *Pinocho*, *Chapete* o *Pipo y Pipa*. En 1925 comenzó a dirigir el Semanario infantil *Pinocho* en el que también emplearía a otros ilustradores distinguidos como Rafael de Penagos, K-Hito o Tono, entre otros muchos. Entre sus múltiples ocupaciones fundó el Teatro de Pinocho y trabajó como escenógrafo para varios teatros como el Infanta Isabel o el Español.



Bartolozzi.Cuento: *Aventuras de Pipo y Pipa*

En 1933 participó en Madrid en la Primera Exposición de Arte Revolucionario y al finalizar la guerra se exilió primero a París y después a México, donde falleció.



Eduar Jener. Tarjeta de presentación de Myrurgia en la Exposición de Artes Decorativas de París. 1925



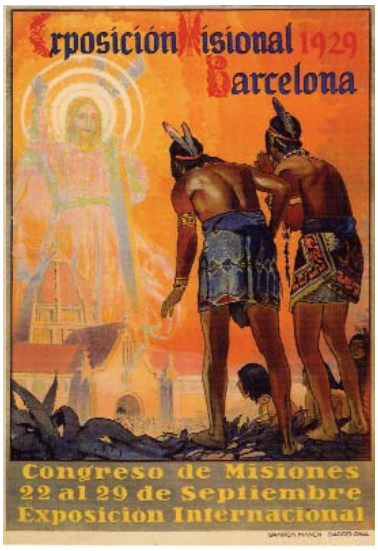
Echea. Portada de *La Novela Semanal*

Eduard Jener Casellas[34] [1882-1967]. Fue uno de los principales diseñadores *Déco* de su tiempo. Ingresó en la empresa de perfumes Myrurgia en 1916, siendo uno de los más estrechos colaboradores del responsable de la compañía, el también artista Esteve Monegal. Junto a su hijo Eduard Jener González, que se incorporó a Myrurgia en 1922, fue responsable de las presentaciones artísticas de las etiquetas, proyectos de frascos y anuncios publicitarios. En 1929 diseñó el envase de la colonia Maderas de Oriente, considerado uno de los objetos más significativos del *Déco* español.

Enrique Martínez de Tejada y Echevarría, "Echea" [Madrid 1884-1959]. Gracias a distintas ayudas públicas pudo formarse en París y Bruselas, lo que le hizo ganar la reputación de poco españolista. Su estilo era versátil y practicaba diferentes técnicas y estilos, adaptándose a las modas que imperaban en cada momento en la ilustración gráfica internacional. Fue colaborador de revistas extranjeras como *La Tribune* de Bruselas, y en España de *Estampa* y del diario *La Voz*. Fue ilustrador de cuentos y novelas y destacó como humorista en su última etapa, cuando dibujó para *ABC* y *La hoja del Lunes*.

34. Fontbona, F., *Myrurgia, Belleza y Glamour. 1916-1936*, Myrurgia y Lunwerg, Barcelona, 2003, p. 11.

José Segrelles [Valencia, 1885-1969]. Ha sido uno de los grandes cartelistas e ilustradores españoles. Ganó numerosos concursos de carteles, como el convocado en 1924 por la firma de jabones Barangé. Muy pronto comenzó a publicar en *La Esfera*, y más tarde fue contratado como ilustrador en Inglaterra en *The Ilustrated London News*. En 1931 se marchó a Estados Unidos donde colaboró en *The New York Times* y *Herald Tribune*. Realizó infinidad de ilustraciones, siendo célebres las que realizó para las novelas de Blasco Ibáñez; así como las ediciones que realizó para *El Quijote*, *La Divina Comedia* o *Las mil y una noches*.



Segrelles. Cartel para la *Exposición Misional de 1929*

Rafael de Penagos [Madrid 1889-1954]. En 1913 fue becado por el Gobierno para estudiar en París y en Londres, donde asistió al comienzo de la Primera Guerra Mundial. Colaboró en las principales revistas españolas y fue ilustrador de novelas y de los cuentos de la editorial de Saturnino Calleja.

Junto a Ribas y a Bartolozzi, impulsó en España la ilustración *Art Déco*, popularizando en sus dibujos un estereotipo de mujer moderna, que popularmente se denominó "la mujer Penagos", similar a las *flappers* anglosajonas, las mujeres *garçonne* francesas o a las *maschietta* italianas. La mujer de Penagos ya no es la castiza mujer decimonónica de anchas caderas envuelta en un



Penagos. Portada de la revista *Nuevo Mundo*



Penagos. Chocolate Amatller. 1914



Penagos. Cartel de la *Unión Nacional de Exportación Agrícola. Comed fruta española*

mantón de Manila, sino la delgada joven dinámica de pelo corto que fuma, practica deportes como el tenis, sabe conducir y se adivina que tiene una vida social y sexual independiente, aunque integrada en un mundo burgués. Es la nueva mujer que protagoniza las novelas románticas y las imágenes de las revistas ilustradas como *Blanco y Negro*, que marcan el nuevo estilo estético dominante que adoptan las mujeres que quieren estar a la moda. Tal y como estaban marcando las vanguardias artísticas, Penagos trabaja con tintas planas y simplifica las formas, las geometriza, usando colores puros. La mujer Penagos, se convierte así, en uno de los símbolos de la modernidad.

El propio Penagos explicaba así su estilo: «Yo creo que en la estilización se puede ir hasta el extremo, después de lo cual le sobrecoge a uno la sospecha de que empieza a dejar de ser sincero consigo mismo. Me parece que yo poseo una manera de ver y a ella me atengo» (*La esfera*, 4 de septiembre de 1926). Obtuvo la Medalla de Oro de la Exposición de Arte Decorativo de París. En 1935 ganó la Cátedra de Dibujo del Instituto Cervantes y realizó carteles para el bando republicano. Entre 1948 y 1953 residió en América, en Santiago de Chile primero, y en Buenos Aires, más tarde, para regresar después a España a pasar sus últimos meses de vida.

Ricardo García López, "K-Hito" [Villanueva del Arzobispo (Jaén), 1890-Madrid, 1984]. K-Hito dibujaba economizando sus trazos, siendo uno de los humoristas gráficos más célebres de los años veinte y colaborador de revistas como *Nuevo Mundo*, *Blanco y Negro*. Fue torero de poca fortuna, conocido por el sobrenombre de "Caíto de Jaén". Acompañaba a Manolete el día de su mortal cogida en Linares. Para la Perfumería Gal dibujó un cartel de *Floraria* de inspiración taurina. Realizó numerosas series de historietas creando en 1927 la revista semanal *Gutiérrez*, en la que colaboraron los dibujantes que fueron conocidos como los "Humoristas del 27", que renovaron los semanarios de humor. Junto a Xaudaró fundó una empresa que se dedicó a producir películas de dibujos animados. Fue presidente de la *Unión de Dibujantes Españoles*.



K-Hito. Original para publicidad Flores del Campo. 1919

Federico Ribas [Vigo, 1890-Madrid, 1952]. De formación autodidacta, emigró a Buenos Aires con 18 años, ganándose la vida haciendo dibujos por las calles. Después colaboró en las revistas *Papel y Tinta* y *Caras y Caretas* y en el periódico *Última Hora*.

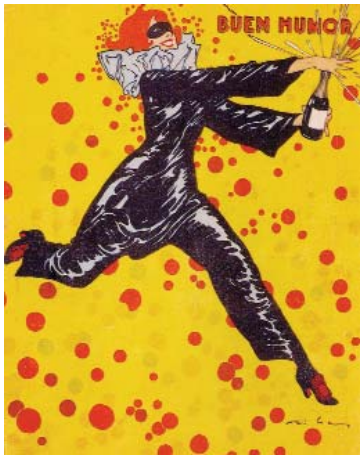


Federico Ribas. Cartel vencedor concurso Gal. 1916

En 1912 se trasladó a París, trabajando para la revista *Mundial* que dirigía Rubén Darío y fue contratado como director artístico de *Elegance*. Dos años más tarde se instaló en Madrid, desde donde realizó colaboraciones en revistas y periódicos como *El Pueblo Gallego*, *Faro*



Federico Ribas. Publicidad Pabellón de Gal. Exposición Ibero-Americana de Sevilla. 1929



Federico Ribas. Carnaval. Revista *Buen Humor*,. 1922

de Vigo, *Blanco y Negro*, *La Esfera* o *Nuevo Mundo*, entre otros. Trabajó como ilustrador de las editoriales Calleja y Pueyo y en 1916 fue uno de los tres ganadores del concurso de carteles convocado por la firma Gal, donde fue contratado como director artístico.

En 1928 fue nombrado director artístico de la agencia de publicidad Veritas, dependiente de Gal. Al igual que Penagos, también estaba especializado en dibujar chicas alegres y dinámicas, aunque se interesó por experimentar en corrientes de vanguardia como el cubismo. En todo caso Ribas declaró que "más del 70% de los vanguardistas no saben dibujar".



Lola Anglada. *Alpinistas*. 1930

Lola Anglada [Barcelona, 1892-1984]. Clasificada como dibujante novecentista, por sus escenarios catalanes y sus tendencias pedagógicas. Dibujante en las revistas *¡Cu-cut!* y *Patufet*, fue creadora de un universo gráfico de fantasía, rico en elementos naturales. Se especializó en publicaciones infantiles, creando el personaje "En Peret" y fundó y dirigió la revista infantil *La Nuri*, dirigida a niñas.

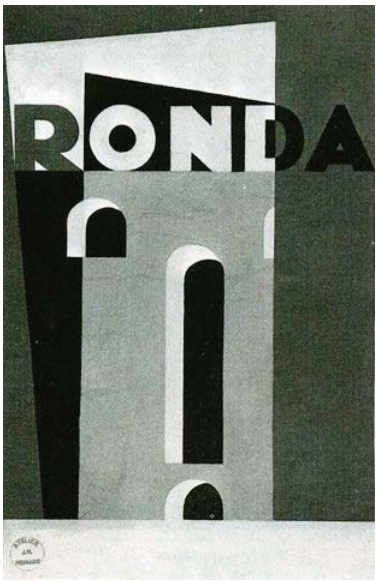
Carlos Sáenz de Tejada [Tánger, 1897-Madrid, 1958]. Dibujante próximo a las vanguardias artísticas, suscribió el manifiesto redactado por Salvador Dalí reivindicando la renovación del arte. Sus ilustraciones se identifican con el *Déco*, integrando además ele-

mentos cubistas. Sáenz de Tejada alargó las figuras y fue original y arriesgado en sus encuadres y ángulos. En 1914 comenzó a colaborar en los diarios *La esfera* y *El Liberal* y más adelante con *La Libertad*. Sobrino de Gómez de la Serna, tuvo entre su grupo de amigos a Salvador Dalí, Julio Romero de Torres y como maestros a Joaquín Sorolla y a López Mezquita. Se instaló en París, donde ilustró páginas de moda que fueron publicadas por *ABC*. En 1925 se incendió su estudio madrileño, perdiéndose buena parte de sus originales.



Sáenz de Tejada. Portada revista *Elegancias*. 1925

Joaquín Peinado [Ronda, (Málaga) 1898-París, 1975]. Es uno de los artistas españoles considerados clave en la pintura contemporánea. Ingresó en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando de Madrid en 1918, donde tuvo como profesores a Julio Romero de Torres y a Cecilio Plá. En 1923 se trasladó a vivir a París, donde entabló amistad con Pablo Picasso. De nuevo en España trabajó como ilustrador en las revistas *Litoral*, *Gallo*, *La Gaceta Literaria* y *La flor de California*. En 1929 trabajó con el director de cine Luis Buñuel como escenógrafo de la película *Un perro andaluz*, y un año más tarde en *La Edad de Oro*. En 1931 regresó a Francia, donde se integró plenamente en la Escuela Española de París, cultivando una pintura afín al cubismo[35].



Joquín Peinado

35. "Tesis doctoral inédita en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, 2006. Agradezco a su autor la amable cesión de esta reproducción"



Emilio Freixas. *Florecilla*. 1936-39

Emilio Freixas [Barcelona 1899-1976]. Desde 1919 fue crítico de arte e ilustrador de las revistas *Hogar y Moda* y *Lecturas*. Más tarde también llevó a cabo portadas de novelas e historietas. Dibujante versátil adaptaba su estilo a las distintas corrientes de moda, desde el *Déco* hasta el realismo historicista de muchas de sus ilustraciones infantiles. Sus personajes suelen ser delgados y adoptan actitudes dinámicas. En los cuentos infantiles recurre con frecuencia a la acumulación de elementos decorativos.



Emilio Ferrer. Portada revista *D'Ací i D'Allà*. 1918

Emilio Ferrer [Barcelona 1899-1970]. Este dibujante adoptó pronto el estilo *Déco*, que trasladó a sus portadas de *D'Ací i d'Allà*. Trabajó como escenógrafo y sus encuadres y angulaciones y su uso atrevido del color se inspiraron en la escenografía de los ballets rusos. Realizó historietas, ilustró cuentos infantiles y dibujó anuncios para la agencia Veritas.

Dentro del cartelismo artístico, hay que citar también al catalán Amado Oliver (Barcelona, 1896) que fue director de la agencia Publicitas tras trabajar para Helios y Floralia. Por ultimo hay que reseñar las aportaciones que hicieron también al campo artístico del cartel pintores como Julio Romero de Torres, Joaquín Peinado o Carlos Vázquez, entre otros.

3.4. Periódicos y revistas[36]

A finales del siglo XIX, en los periódicos, las revistas y los libros se popularizaron las ilustraciones y las historietas. En el caso de los cuentos infantiles las ilustraciones frecuentemente superaban en calidad a los textos y a través de revistillas, carteles, periódicos o pasquines las clases populares comenzaron a entrar en contacto con el Arte, que hasta entonces había quedado reservado a las élites económicas y a la aristocracia. Durante el primer tercio del siglo XX tuvieron mucho éxito en periódicos y revistas las caricaturas y tiras cómicas en las que se satirizaba la actualidad política y social de la época. En cuanto a los libros –como explica Moreno Santabárbara–, es interesante anotar que en octubre de 1898, Azorín escribió una carta en la que le pedía a Vicente Medina que no incluyese dibujos en el libro de poemas *Aires Murcianos*, que preparaba este último. José Martínez Ruíz "Azorín" explicaba así su rechazo: «Creo que el libro no debe llevar dibujos. Razones de psicología estética lo aconsejan así; usted comprenderá fácilmente. Hay que dejar libre la imaginación y el sentimiento y no atarlo con formas gráficas».

A pesar de ello Vicente Medina encargó a su hermano Inocencio que ilustrase el libro. Poco después volvió a recibir una carta de Azorín: «Mi enhorabuena a su hermano por sus ilustraciones. Muy fieles y exactas». En contraste, Benito Pérez Galdós acostumbraba a ilustrar sus relatos con dibujos realizados por él mismo o, como en el caso de sus *Episodios Nacionales*, contando además con dibujantes de fuste como Apeles Mestres y Pellicer. En 1915 argumentó: «La difusión de las imágenes fomenta la costumbre de pensar. Excitar el sentido visual equivale a vencer la pereza de la inteligencia».

La primera revista que se editó en España, *La Ilustración Española y Americana*, se fundó en Madrid en 1856. Tenía formato tabloide y sus contenidos eran similares a los de

36. Utilizamos como fuentes principales a SATUÉ, E., *op. cit.*; MORENO, F. *op. cit.*; TRAPIELLO, A., *op. cit.*

los periódicos pero, al igual que las revistas que se publicaron en la época, su periodicidad era semanal o quincenal y ganaba en calidad a la prensa diaria al incluir ilustraciones xilográficas o litográficas relacionadas con las noticias de actualidad y sucesos. *La Illustració Catalana* fundada en 1880. Se publicaba cada diez días y el responsable de ilustración era el polígrafo Eudal Canivell. El formato de las revistas ilustradas se mantuvo hasta que las fotografías desplazaron a los dibujos del espacio fundamental, destinado a la imagen.

Junto a las revistas, coexistían en el mercado los denominados magazines, de contenido variado, que iban desde los especializados en humor a los dedicados a política, teatro, deportes, etc. Sus antecedentes hay que buscarlos en el siglo XIX en publicaciones de sátira política como *Gil Blas*. Hasta los años treinta del siglo XX hay que citar entre los magazines más relevantes: *Nuevo Mundo*, *Cosmópolis*, *Mundo Gráfico*, *La Esfera* y, sobre todo, *Blanco y Negro*, fundado en 1891 en Madrid por Torcuato Luca de Tena. *Blanco y Negro* acogió a los mejores ilustradores y pintores de la época, como Cecilio Plá, Emilio Sala o el modernista gaditano Eulogio Varela, convocando además concursos de carteles, como el de 1901, y de cubiertas, como el de 1928. Entre los más ilustres colaboradores gráficos de la primera época de *Blanco y Negro* hay que mencionar al entonces modernista Juan Gris, que después consiguió fama internacional como pintor cubista; Ramón Casas, Ricardo Canals o Carlos Vázquez. Más tarde llegarían los tres renovadores del diseño gráfico español: Rafael de Penagos, Federico Ribas y Salvador Bartolozzi, que introdujeron en sus ilustraciones el estilo *Art Déco*.

En Barcelona Alexandre de Riquer fue el director artístico de la revista del modernismo catalán *Joventut*, fundada en 1900 y Ramon Casas editó las revistas artísticas *Els Quatre Gats* y *Pél & Ploma*, de escasa vida.

En 1883 se promulgó la Ley de Policía de Imprenta que permitía un marco jurídico más liberal que el aplicado hasta entonces. Esta nueva situación legal, sumada a una mejor

situación económica permitió un auge de cabeceras de periódicos, que en España llegaron a sumar 1.400 a principios del siglo XX. Los dibujantes hallaron así en los periódicos y en las revistas un nuevo lugar para ganarse la vida. La Dictadura del General Primo de Rivera restringió durante más de seis años la libertad de expresión, si bien la prensa gráfica siguió creciendo en difusión y número de lectores. No obstante la ilustración encontró en la fotografía un competidor directo, que le restaba espacio en las páginas de las publicaciones.

Las revistas de información y entretenimiento, de periodicidad semanal, estaban dirigidas a un público burgués y en ellas las ilustraciones solían tener un corte clásico, poco dado a dejarse influir por nuevas corrientes gráficas. Caben citarse entre ellas la serie de revistas *Ilustraciones*, donde se ofrecía poco texto y muchas reproducciones de grabados con motivos como paisajes o monumentos. *La Ilustración Española y Americana*, fundada en 1869 con el subtítulo *Periódico de ciencias, literatura, arte, industria y conocimientos útiles, ilustrado por los mejores artistas españoles*, fue la más duradera de la serie. En Barcelona se editó *Álbum Salón* (1897-1907), que introdujo en sus páginas estampas modernistas de *Art Nouveau*, contando con Gaspar Camps como colaborador. El mismo equipo fundó también en 1900 la revista *Pluma y Lápiz*, que se mantuvo en el mercado durante cinco años.

En 1891 *Blanco y Negro* renovó los semanarios, apostando por llevar a cabo una revista más barata que *Ilustraciones* y con más contenidos periodísticos y secciones dedicadas a las mujeres. La filosofía de su fundador, Torcuato Luca de Tena, era la de que primase la ilustración gráfica por encima de la fotografía. En un artículo, él mismo explicó cómo se gestó la revista: «Nació *Blanco y Negro* de un viaje a Alemania. Estuve en Munich, y allí pude admirar la organización artística e industrial de la famosa revista *Fliegende Blatter*. De regreso a Madrid y conversando con varios pintores jóvenes, en el Círculo de Bellas Artes, me lamenté de que no se hiciera en España algo análogo, pues sólo existía entonces, y estampado en litografía, el *Madrid Cómico*. Me replicaron que aquí sobraban artistas para publicar un

gran periódico ilustrado, pero que hacían falta editores. –Pues yo seré ese editor– contesté, y aquel mismo día quedó decidida la publicación de *Blanco y Negro*» (*Blanco y Negro* número 2000, 15 de septiembre de 1929). Antes de comenzar el siglo XX, la empresa importó maquinaria para poder editar en cuatricromía y en papel couché y en 1925 se renovó el aspecto dando más presencia al huecograbado. En 1903, el editor comenzó a publicar *ABC*, con periodicidad inicialmente semanal y que después se hizo diario. En 1909 se fundó formalmente la editorial Prensa Española.

El modernismo también se había asentado en revistas valencianas como *Arte Moderno*, creada en 1899, con Manuel González "Folchí" como autor de cubiertas e ilustraciones. El propio Folchí fundó en 1908 la revista *Impresiones*. En los años 20 las revistas ya estaban impregnadas del estilo *Art Déco*. El magacín *D'Ací i d'Allà*, fundado en Barcelona en 1918, es según Satué, el primero de estilo europeo, contando con ilustradores como Emilio Ferrer o Joan Junceda, entre otros muchos. En 1924 Antonio Rovira i Virgili funda *La Revista de Catalunya*, que aspiraba, en formatos y contenidos, a parecerse a las grandes revistas francesas e italianas. Ese mismo año se comenzó a publicar *Revista de Occidente*, más cerca formalmente del formato de libro que de revista, siguiendo el camino trazado por la editorial francesa Gallimard con la *Nouvelle Revue Francoise*. Como mencionamos anteriormente, en 1926 en Málaga comenzó a publicarse *Litoral*, cuyos promotores, los miembros de la que después se denominaría "Generación del 27", abrazaron las vanguardias artísticas europeas del momento.

Diseño tipográfico y editorial[37]

En los catálogos tipográficos de mediados del siglo XIX y principios del XX, España aparece como país originario de un tipo de letra cursiva de aspecto caligráfico: la Bastarda Española. Sin embargo, según Satué[38], a diferencia del resto de grandes potencias históricas, nuestro país no ha conseguido exportar al mercado internacional ningún gran tipo. Francia ha popularizado la Garamond (1545) o la Didot (1784); a Inglaterra, entre otras, le debemos la Baskerville (1754), la Clarendon (1860), la Gill Sans (1928) y la Times New Roman (1931); Alemania ha diseñado el tipo Futura (1927) y ha utilizado, durante siglos, variantes de la gótica, de procedencia caligráfica; en Italia la tipografía aporta la Bodoni (1768); en Holanda se fabricaron las Elzevirianas (1666); en Bélgica la Plantin (1677); en Suiza la Helvética (1956); mientras tipógrafos de Estados Unidos realizaron la Franklin Gothic (1902) o la Century (1906).

Entre la tipografía y la caligrafía hay que hacer mención especial de la rotulación, que en principio tuvo funciones de anuncio y propaganda en establecimientos comerciales o en los muros de las ciudades. Desde finales del siglo XIX a la primera mitad del XX, los rotulistas adoptaron una posición artística más imaginativa, alterando el tamaño e inclinación de los tipos, subrayando o dando sombras a las palabras o adornando los alfabetos con trazos geométricos. En el diseño de cubiertas de libros o anuncios de prensa y revistas eran los ilustradores los que ejercían de rotulistas, ofreciendo resultados muy notables como en los casos del modernista Alexandre de Riquer, que ganó el tercer premio en un concurso de capitulares adornadas convocado en 1899 por la revista parisina *Art et Decoration*. Entre 1904 y 1906 el ilustrador Josep Triadó logró que la Fundición Tipográfica Neufville le comercializara una serie de capitulares, orlas y viñetas tipográficas. No obstante, el rotulismo español no brilló con exceso en la primera mitad del siglo XX y buena prueba

37. *Ibidem.*

38. Satué, E. *Historia del diseño gráfico en España, op. cit.*, p. 113.

es que el profesional más celebre, Miguel Pedraza, es el autor de unos álbumes de rotulación publicitaria en los que muestra modelos de letras que recuerdan los tratados de caligrafía.

A finales de siglo XIX la industria de las Artes Gráficas se encontraba en plena expansión y los catálogos de las empresas de fundición ofrecían nuevos tipos de letras y alfabetos con iniciales ilustradas, que ya no sólo se empleaban en los libros sino también en los folletos. En este tiempo se popularizó en las obras más lujosas un tipo de ornamento tipográfico propio de los libros góticos. A principios del siglo XX el impresor e historiador Eudald Canivell, editó el *Álbum Caligráfico Universal*, en el que presentó quince alfabetos góticos completos, catalanes y castellanos. Canivell trató de emular los tipos neomedievales Tory, Chaucer y Golden, grabados por Morris, poniendo en circulación a partir de 1904 el tipo Gótico Incunable Tortis, en el que se ofrecían capitulares monacales, ornamentadas y policromas grabadas. Este tipo era utilizado en la reedición de obras medievales.

También hay que comentar que, desde mediados del XIX y hasta casi la mitad del siglo XX, la tipografía se vio influenciada por los tipos caligráficos que iban desde las redondeadas formas francesas, a la denominada escritura inglesa o a las angulosas góticas alemanas (cabe mencionar los tipos: Lucinda, Electra, Belinda, Escritura Imperio o Escritura Victoriana). Estas tipografías se complementaban con ornamentos decorativos y arabescos.

Enric Crous-Vidal, ha sido el único diseñador español de tipos con reconocimiento internacional. Nacido en Lleida, en 1908, fue autor de un *Tratado Sintético de Caligrafia* y diseñó la cabecera y dirigió una revista de arte de vanguardia. Tras la guerra civil se exilió en Francia donde fue disputado por las grandes fundiciones tipográficas, creando con éxito lo que él denominaba sus "tipos mediterráneos", como Flash, París, Ilerda y Crous Vidal, que se acompañaban de orlas, filetes y viñetas de gran modernidad. Los conjuntos de arabescos Parade y Fuga fueron definidos por él mismo como ballet tipográficos. En suma, sus letras estaban marcadas por el movimiento y la riqueza plástica.

En el año 1929 y al comienzo de la década de los treinta, la industria tipográfica se concentraba en las grandes capitales y estaba formada fundamentalmente por pequeños talleres, que se complementaban con empresas relacionadas con la impresión: composición mecánica de textos, fotograbadores, manipulados, etc. El auge de la publicidad puso a los maestros impresores ante la necesidad de disponer de mejores recursos artísticos para resolver sus encargos, que cada vez exigían mayor creatividad. En Barcelona, el impresor belga Esteban Trochut Bachmann, padre del futuro diseñador del tipo Súper Veloz, empezó a editar en 1930 las publicaciones *ADAM* (Archivo Documentario de Arte Moderno), lujosos álbumes de modelos tipográficos en los que las letras eran el principal o exclusivo elemento decorativo. La iniciativa tenía una clara influencia de la *Bauhaus* y llevaba como lema: "Para el estudio y la modernización racional del arte tipográfico". Consiguió resonancia internacional, alternaba modelos de impresos tipográficos combinados con fotograbados, tratando de obtener de los tipos el máximo rendimiento creativo.

Durante las primeras décadas del siglo XX, las empresas de fundición de tipos se afanaron en ensayar nuevos alfabetos que apenas aportaban nada a los que ya existían. Incluso los propios cajistas, los componedores de textos en las imprentas, se empleaban a veces en modificar los tipos originales a base de lima y cuchillo, alterando las letras originales y creando nuevas formas. A finales de los años veinte los fabricantes pusieron en circulación figuras geométricas móviles que permitían innumerables combinaciones para la ornamentación, pero además abría la posibilidad de llegar a componer letras. De esta forma, los cajistas empezaron a experimentar, con frecuencia con más torpeza que destreza, las enseñanzas que había establecido la vanguardia tipográfica dictada por la *Bauhaus* y la *Nueva Tipografía*.

Así como en la historia de la tipografía España no ha sido una potencia destacada, en la edición de libros sí ocupa un lugar de relevancia. Hasta la invención de la imprenta

caben destacarse los trabajos realizados durante las dominaciones visigoda y musulmana, los trabajos de los mozárabes, y el ingente trabajo editorial auspiciado en el siglo XIII bajo el reinado de Alfonso X El Sabio. En el siglo VIII hallamos la obra cumbre de la iluminación española –la decoración mediante dibujos coloreados de un manuscrito–. Fue realizada por un monje benedictino en el monasterio de Santo Toribio de Liébana, y dio como fruto principal "El Beato de Liébana", los 14 libros de un códice dedicado a comentar el Apocalipsis de San Juan. Más que el texto de la obra, lo que es excepcional es el trabajo gráfico, con capitulares decoradas con figuras humanas, animales y vegetales y numerosas ilustraciones en las que predominan los colores azul, amarillo y rojo.

En los *scriptorium* de los monasterios se copiaban, escribían e ilustraban los manuscritos, y hay que destacar los trabajos llevados a cabo en los de Toledo, Sevilla, Murcia y Ripoll en Barcelona. La imprenta llegó a España de la mano de impresores alemanes procedentes de Italia. En 1472 se estableció en Segovia el impresor Juan Parix. Un año después hicieron lo propio en Valencia Jacobo Vitzlant y en Barcelona los hermanos Hurus y Enrique Bótel. Mateo Flandro se instaló en Zaragoza en 1474. Después, algunos de los más relevantes libreros nacionales del siglo XV se convirtieron en impresores en Sevilla, Barcelona, Valencia o Salamanca importando maquinaria que llegaba por vías marítimas y fluviales.

El impresor sevillano Juan Pablos fundó en 1539, en México, el primer taller tipográfico de América. Un hijo de Cristóbal Colón, Hernando, estableció en Sevilla una de las mejores bibliotecas del mundo, con 15.000 volúmenes. Uno de los hitos de la edición española hay que buscarlo en el siglo XVIII, en las obras de Joaquín Ibarra, impresor de cámara de Carlos III, que componía los textos con un armónico equilibrio entre márgenes y caja. Además elegía tipos limpios y se esmeraba en el uso de la tinta y el papel, atribuyéndosele la invención del satinado.

Con el paso de los años fueron quedando establecidas las competencias de los impresores en lo que hoy conocemos como diseño gráfico editorial, unas atribuciones que fueron desgajándose en las especialidades de editor, impresor y librero.

De la mano de la revolución industrial durante el siglo XIX, al igual que en resto del mundo, también en España tomaron auge la edición de enciclopedias y diccionarios ilustrados, que ampliaron el tradicional mercado de las obras de ficción. En Barcelona el pintor, dramaturgo y novelista Santiago Rusiñol destacó por su preocupación por la edición de sus obras, algunas de ellas consideradas hitos de la edición española modernista.

En muchos casos la tipografía de sus portadas es caligráfica, realizada a mano por el mismo autor, al igual que las ilustraciones que, en algunos casos, como en la edición de *L'Alegría que passa*, se imprimía en huecograbado. Imprentas como la Oliva de Vilanova editaron desde finales del siglo XIX libros de estilo modernista, incorporando a ilustradores y diseñadores de gran calidad como Alexandre de Riquer o Josep Triadó, más especializado en la ornamentación del libro y en el diseño de tipos, cubiertas, *ex libris*, colofones o viñetas, si bien también fue autor de carteles y anuncios.

Las imprentas catalanas Montaner y Simón, Doménech y Escrich comienzan a editar libros muy bien acabados, con portadas enteladas, profusamente ilustrados, buen papel satinado y tipos pequeños, como se estilaba en la era romántica, renovando la tipografía antigua Elzeviriana y Diderot. Además, imitando a los tipógrafos europeos rompieron en portadas y cubiertas las composiciones que silueteaban jarrones de Médicis o etruscos, para elegir más libremente nuevas formas de componer.

Los tipógrafos modernistas, como herederos del romanticismo, comenzaron primero a componer de forma clasicista, arcaizante y medieval, pero más tarde cayeron en la influencia exótica, con libros alargados y cosidos a la japonesa. Los libros de Zorrilla, Fer-

nán Caballero o el Duque de Rivas se publicaron ya bien ilustrados y encuadernados en la llamada pasta española, compuesta de piel oscura, jaspeada y bruñida. Abundaban las orlas con arabescos y motivos góticos y la decoración con flores y toda suerte de ornamentos. Pérez Galdós, tras encargar ediciones de lujo de sus propios libros, probó fortuna como editor, realizando ediciones en rústica con portadas ilustradas. Como singularidad, las portadas de sus *Episodios Nacionales* reproducían la imagen de la bandera española. Desde el punto de vista tipográfico Madrid era más potente que Barcelona, aunque las obras de la ciudad condal, más artesanales, fueron muy superiores en calidad. En cuanto a las industrias litográficas, las más potentes se encontraban en el levante y en el sur del país y se dedicaban, sobre todo, a la fabricación de etiquetas de vinos, pasas, frutos secos y naranjas.

Los libros de los novelistas de la generación del 98 fueron, en general, muy mal editados, en ejemplares de pequeño formato, papel de mala calidad y cubiertas descuidadas. La excepción la pusieron Juan Ramón Jiménez y Ramón María del Valle-Inclán, que fueron tildados de modernistas por preocuparse tanto del contenido como del envoltorio en una época en la que la crisis que sufría España, con la pérdida de sus últimas colonias de ultramar, parecía obligar a los escritores a no detenerse en aspectos considerados anecdóticos. Los editores que destacaron a comienzos del siglo XX fueron Josep Espasa, que se asoció en 1924 con los libreros madrileños Calpe, y sus cuñados Miguel y Manuel Salvat, o los también catalanes Gustavo Gili y Ramón Sopena. Como editores-impresores hay que destacar a Manuel Rivadeneyra, que se estableció en Madrid, Montaner y Simón, Seix y Barral, Miguel Seguí y Oliva de Vilanova, entre otros.

Con la entrada de los impresores al mercado editorial, empezaron a encargarse a arquitectos, pintores y dibujantes los aspectos formales de los libros. En Barcelona el arquitecto Lluis Doménech y Montaner, hijo de Pere Domènech i Saló, un editor y encuadernador de prestigio, fue diseñador de tipografías, portadas, ilustraciones y encuadernaciones de libros para la imprenta de su familia, la Montaner y Simón, que fue en su

día la mejor de la ciudad condal. Doménech trabajó también intensamente en la Exposición Universal de Barcelona de 1888, llevando a cabo obras como el Gran Hotel Internacional o el Café-Restaurant del Parc de la Ciutadella.

En cuanto a los editores que ejercían de libreros, hay que reseñar a Calpe en Madrid y a Saturnino Calleja, que sacó al mercado una célebre colección de libros infantiles de bolsillo de tamaño diminuto, que estaban ilustrados por los mejores dibujantes de la época, como Penagos y Bartolozzi. Editó más de 5.000 números entre la década de los veinte y la de los sesenta. En los años veinte Ramon Miguel i Planas editó la revista *Bibliofilia* y en 1929 *Ensayos de Bibliofilia*. Este editor y erudito ponía esmero en las obras que publicaba, encargando las ilustraciones a Josep Triadó y a Joan Vila. En la década de los años veinte y treinta, también hay que reseñar al ilustrador valenciano Arturo Ballester, colaborador de la editorial Cervantes, una empresa que hasta el inicio de la guerra civil tuvo sedes en Madrid, Barcelona y Valencia. A medias entre el racionalismo y el espíritu decorativista, Ballester fue uno de los renovadores gráficos de la época, adoptando nuevas tipografías y el uso de tintas planas. Se caracterizó por su particular uso de imágenes de siluetas con técnicas como la de la fotografía "quemada". El ilustrador valenciano trabajó en la editorial Prometen, de Vicente Blasco Ibáñez entre 1923 y 1929.

El escritor, humorista y periodista próximo al surrealismo Ramón Gómez de la Serna también ejerció de diseñador gráfico para la cabecera de la *Revista de Occidente*. El fundador de la revista, el filósofo José Ortega y Gasset, aceptó que Gómez de la Serna diseñara a partir de tipos alemanes, la tipografía de la cubierta, de un color verde que según el propio Gómez de la Serna «sólo se encuentra en algunas plantas de América, quizás en las proximidades del Amazonas». Además destaca el palo alto de las "d" y "p" minúsculas, o de larga espada, como las definió el creador de las greguerías.

4. Diseño Internacional en la época de la Exposición

4. Diseño Internacional en la época de la Exposición[1]

4.1. Industrialización, *Arts & Craft* y movimiento *Art Nouveau*

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, las grandes ciudades europeas y americanas experimentaron cambios muy visibles debido al rápido progreso de la industrialización. Londres pasó en sólo un siglo de un censo de un millón de habitantes a uno de seis; París de quinientos mil a tres millones y Nueva York de trescientos mil a tres millones. Las fábricas se concentraban en torno a los centros urbanos, obligando, por la vía de los hechos, a que se potenciasen los transportes y los servicios de comunicaciones. Poco a poco se fue desmoronando un viejo sistema económico, laboral y social, que cedió su lugar a la nueva sociedad de consumo.

Este nuevo modelo de economía trajo la estandarización de la producción y el aumento del consumo, renovando completamente el aspecto de las ciudades, de los hogares y de la propia indumentaria. El comercio renovó también sus estrategias para impulsar las ventas y utilizó para ello cada uno de los nuevos espacios que la nueva sociedad fue creando: desde las paredes de las calles y los comercios, hasta los periódicos y las revistas. No obstante, este ritmo de producción vertiginosa fue ligado también a un proceso de reflexión cultural. En poco tiempo se debilitó el rigor del "eclecticismo historicista" que se impartía en las academias, y en toda Europa fueron confluyendo factores que obligaban a buscar nuevos lenguajes en las artes y en la arquitectura. Esta corriente se extendió por Europa adoptando diferentes nombres. En Francia fue denominada *Art Nouveau*, en Italia el estilo *Liberty*, en Alemania *Jugendstil*, en Inglaterra *Modern Style* y en España tuvo eco, sobre todo, en Cataluña con el *Noucentisme*.

1. Este capítulo recoge, sobre todo, aportaciones de BARONI, D.-VITTA, M.., *Storia del Design Grafico*, Longanesi & C, Milano, 2004; MEGGS, P., *Historia del diseño gráfico*, Mc Graw Hill, México, 2000; SATUÉ, E., *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza, Madrid, 1999, pp. 123-132; BARNICOAT, J., *A Concise History of Posters*, Thames and Hudson, Norwich, 1979; SPENCER, H.; *Pioneros de la tipografía*, G.Gili, Barcelona, 1995 (1969 original); DROSTE, M.; *Bauhaus 1919-1933*, Taschen, Madrid, 2006; GALLO, M., *The Poster in History*, Hamlyn, Middlesex, 1974; BURKE, CH., *Paul Renner, maestro tipógrafo*, Campgrafic, Valencia, 2000; RENNER, P., *El Arte de la Tipografía*, Campgrafic, Valencia, 2000; PURVIS, A., *Un siglo de carteles*, G. Gili, Barcelona, 2003.

El modernismo internacional tuvo una vocación de unidad artística, conjugando todas sus expresiones, desde el diseño gráfico al industrial, pasando por la pintura, la arquitectura o la música. Hasta la segunda mitad del siglo XIX predominaba en las artes plásticas una corriente historicista que recuperaba formas y elementos de la Grecia y la Roma clásica, del gótico o del barroco. En arquitectura y en diseño industrial comenzaron a aplicarse nuevos materiales como el vidrio de grandes dimensiones, el acero, el hierro laminado, el cinc, o la madera curvada a fuego.

En Estados Unidos la escuela arquitectónica de Chicago proclamó que "la forma sigue a la función", una máxima de Louis Sullivan, que determinó el origen del "funcionalismo" característico de los edificios de cristal. Las masas de personas que abandonaban las zonas agrícolas para trasladarse a las ciudades impulsaron nuevas ideas políticas y la reivindicación de la nueva clase trabajadora que, entre otros derechos, reclamaron también el de poder acceder a la posesión de objetos bellos, restringidos hasta entonces a la aristocracia y a las clases pudientes.



Cristal Palace

En Inglaterra, arquitectos y artistas analizaron el valor de los elementos decorativos los campos de la arquitectura y del diseño industrial. En 1851 la Gran Exposición de Londres presentó como puntal de la modernidad nacional el edificio del *Cristal Palace*, que simbolizaba estéticamente el triunfo del progreso industrial y la mecanización. En particular interesaban las posibilidades figurativas que ofrecían los elementos estructurales de la naturaleza, así como sus aplicaciones constructivas y ornamentales.

En 1856 Owen Jones publicó su *The Grammar of Ornaments*, un texto en el que ofreció una lectura artística

y funcional de las formas geométricas que presentan los elementos vegetales.



Owen Jones

Cuatro años después Gottfried Semper publicó en Alemania la primera edición de *Der Stil*, en la que defendía que los arquitectos debían considerar el recinto como el elemento más relevante para el diseño, otorgando una importancia secundaria al basamento, al techo y al hogar[2]. Esta reivindicación tenía su fundamento histórico en el uso primitivo del barro, la piedra, la madera y el tejido, que dieron origen a las primeras técnicas que desarrolló el ser humano: textil, cerámica, carpintería y albañilería. Semper defendía que a partir de las pieles los primeros seres humanos crearon las primeras chozas, los primeros espacios habitables. Desde entonces en algunas culturas, como la musulmana, jamás se olvidó utilizar tamices o veladuras de arcilla, relacionando así el hábitat humano y la prenda de ropa.



Semper

La reivindicación del uso de elementos ornamentales geométricos abrió una profunda reflexión teórica sobre la posibilidad de enmascarar o de revelar los muros, que halló posibilidades gracias a los nuevos materiales y a la aplicación de nuevas técnicas industriales. El revestimiento arquitectónico constituyó el núcleo de propuestas vanguardistas como los *Cinco puntos para una arquitectura nueva* de Le Corbusier. La inspiración geomé-

2. BARONI, D., *op. cit.*, p. 4.



Cristopher Dresser

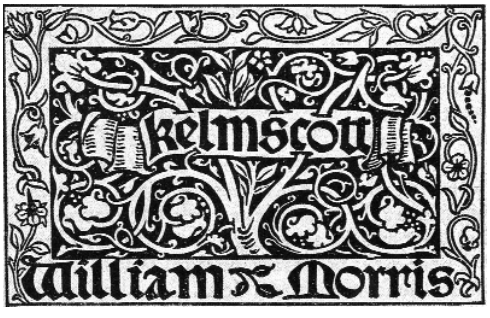
trica de las formas vegetales como motivo de ornamentación fue seguida en el diseño gráfico por artistas como el británico Christopher Dresser.

Frente a la simple respuesta de mirar al pasado, el movimiento inglés *Arts & Crafts*, trató de volver a poner en valor la figura del artesano frente a la máquina, retomando la manera de trabajar medieval, cuando eran las personas y no las máquinas las que hacían florecer la civilización. El líder del movimiento, William Morris, impulsó desde su imprenta Kelmscott Press, fundada en 1891, la fabricación de libros bellísimos y artesanales basados en la estructura y diseño de incunables de finales del siglo XV.



William Morris

La imprenta de Morris cuidaba todos los detalles, desde la elección del papel a la tipografía, las ilustraciones, la ornamentación de las páginas, la impresión y la encuadernación. John Ruskin y William Morris defendían que la belleza debía ser socializada, por lo que los objetos cotidianos que usaba cualquier ciudadano debían tener también valores estéticos. Es por eso que el modernismo alcanzó no sólo a todas las ramas del arte; sino también a la arquitectura, al diseño de muebles o al diseño gráfico. Los tipos de Kelmscott Press: Golden, Troy y Chaucer, recuperaron, respectivamente, el estilo creado en la Italia del siglo XV por Jenson y los elementos romanos y góticos[3].



William Morris

3. SATUÉ, E., *El diseño gráfico desde..., op.cit.*, pp. 98-100.

Además, los alfabetos se completaron con el diseño de iniciales, bordes y ornamentos que sirvieron para componer, en conjunto, páginas abigarradas que históricamente fueron uno de los puntos de arranque del movimiento modernista y supusieron una absoluta renovación del mundo editorial de su época. La mayor parte del material tipográfico de la imprenta de Morris fue donado al Museo Británico con la condición de que no fuera utilizado por espacio de un siglo. Fundiciones europeas como la inglesa Monotype Corporation; y de Estados Unidos, como la American Type Founders Company, imitaron los tipos de Morris y crearon nuevos diseños rescatando y poniendo al día viejos alfabetos. Entre 1888 y 1907, la industria gráfica asumió los postulados de Morris con impulsores como Walter Crane, Aubrey Beardsley, James Whistley, Arthur McMurdo y Charles Rennie Mackintosh[4].



Aubrey Beardsley

En la Inglaterra de esta época hay que subrayar, de manera particular, los trabajos de Charles Ricketts y de Aubrey Beardsley; ambos estrechos colaboradores de Oscar Wilde. Las ilustraciones de Ricketts se caracterizan por el uso enfático de las líneas de contorno continuo y alargado y de una iconografía de inspiración vegetal. Como Morris, concibe el diseño y la ilustración como parte esencial del proyecto gráfico de cada libro. Por su parte, Beardsley es, sobre todo, ilustrador, y posee



Charles Rickets

4. MEGGS, P., *op. cit.*, pp. 162-171.



Beggarstaff Brothers



Will Bradley



Jan Toorop

un estilo de inspiración japonesa, inconfundible por su elegancia refinada cuajada de esteticismo y simbolismo.

En la frontera entre los siglos XIX y XX los cartelistas Beggarstaff Brothers (nombre comercial de William Nicholson y James Pryde) modernizan el cartel reduciendo a mancha la forma y el color y convirtiéndolo en un medio de comunicación de comprensión inmediata. Los Beggarstaff Brothers diseñaban los carteles sin que mediara encargo y después los ofrecían a distintos empresarios. Comercialmente sufrieron un gran fracaso.

En Estados Unidos fue Will Bradley quien marcó estilo durante la última década del siglo XIX[5]. Este diseñador autodidacta se inspiró en Ricketts y en Beardsley, aunque con un sello propio fundado en un esmerado uso de la tipografía y en una figuración con dibujos construidos, a base de líneas de fuerza y realzados por el contraste de sus colores con los del fondo de la composición. Su obra *The serpentina dancer* es considerada uno de los hitos del modernismo gráfico, ya que se atrevió a representar a, la famosa bailarina de la época, Loie Fuller exclusivamente mediante una abstracción elaborada con líneas curvas.

En Holanda, la modernidad gráfica de finales del XIX tuvo como pilares al pintor Jan Toorop y al arqui-

5. *Ibidem*, pp. 195-199.

tecto Petrus Berlage. En Toorop la inspiración de la naturaleza tuvo una raiz más oriental, con ilustraciones que recordaban a los dibujos tradicionales de India e Indonesia y con una concesión al simbolismo[6].

En Alemania el término *Jugendstil* o *Estilo Jugend* aparece in 1896 gracias a la publicación de la revista semanal cultural del mismo nombre[7]. Los dibujos se desmarcan del naturalismo imperante, con siluetas y bordes bien definidos; y el uso tipográfico es muy característico.

El modernismo fue el estilo que interpretó la nueva sociedad occidental. Su principal característica fue el uso dinámico de las líneas para dar una interpretación estructurada y ornamental a los motivos inspirados en la naturaleza. La estructura gráfica adoptó patrones geométricos influenciados por el arte japonés, que con sus formas ondulantes trataba de recoger el espíritu de la materia en movimiento. La teorización de estas técnicas en el campo gráfico fue elaborada en 1898 por Walter Crane en sus obras *Bases of design* y *Line and forme*[8] en las que señalaba a la línea como elemento fundamental del diseño: líneas determinantes, líneas enfáticas, líneas expresivas, líneas que controlan y que unen modelos geométricos útiles para la decoración y el ornamento. Los diseñadores se interesaron así por las composiciones gráficas japonesas, caracterizadas por la economía de líneas.



Revista *Jugend*



Walter Crane



Eugene Grasset

6. SATUÉ, E., *El diseño gráfico desde...*, *op. cit.*, p. 106.
7. *Ibidem*, pp. 113-120.
8. BARONI, D., *op. cit.* p. 14.



Jules Chéret

En 1905 el francés Eugene Grasset redactó otro de los libros que sirvieron de reflexión teórica fundamental sobre el diseño: *Méthode de composition ornamentale*[9]. La industrialización obligó a artistas y a pensadores a buscar un nuevo espacio para la actividad creadora, cuestionada por el avance de las máquinas. Hasta entonces, los materiales impresos aparecían con el texto centrado, profusión de ilustraciones y tipos excesivamente decorados y sombreados.

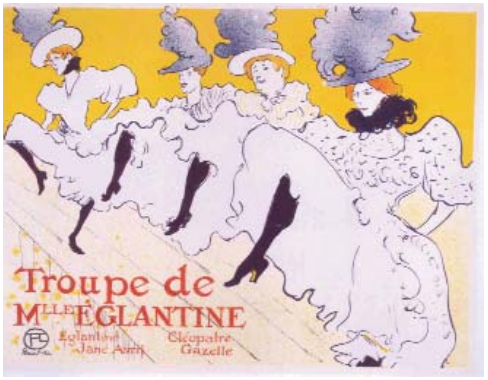
Aunque en cada lugar tuvo rasgos diferentes, este movimiento coincidió en su desprecio al positivismo, una corriente que buscaba cimentar en la experiencia y en la lógica todos los postulados de la ciencia y de la filosofía. Los escritores modernistas rompieron con el realismo e indagaron en nuevas experiencias, idealizando personajes y actitudes bohemias, reacias al sistema. En Artes Plásticas se rompió con el historicismo propio de la primera mitad del XIX y se desvió la mirada hacia la naturaleza, por una parte, y por otra hacia los hallazgos que la revolución industrial puede ofrecer a la sociedad. En este sentido, la técnica litográfica creada en 1798 por Aloys Senefelder ya resultaba demasiado lenta y costosa para fabricar carteles en serie. La mayoría se realizaban mediante xilografía en bloques de madera o grabados del metal.

En Francia la litografía en tres colores de Jules Chéret revolucionó el diseño de carteles, ya que con

9. *Ibidem*, p. 15.

sólo tres piedras con los colores rojo, azul y amarillo, podían componerse todos los demás[10].

A partir de 1870 el cartel litográfico en colores ocupó masivamente las calles de París, como después ocurrió en las principales capitales europeas y americanas, convirtiéndose en el principal soporte publicitario. En 1891, durante la *Belle Epoque* parisina Toulouse-Lautrec editó su primer cartel del Moulin Rouge, consagrando también este soporte como medio artístico de primer nivel. Proliferaron entonces las exposiciones y los distribuidores del cartel.



Henry de Toulouse Lautrec

En 1894, el checo residente en París Alphonse Mucha, publicó un cartel que tenía como protagonista a la actriz Sarah Berhard. De inmediato fue considerado una obra maestra de un nuevo estilo, denominado *Art Nouveau*, que asumió las influencias bizantinas y prerafaelistas. Este estilo fue adoptado como arte decorativo y fue el dominante en París hasta el comienzo de la Primera Guerra Mundial.


Alfons Mucha. Pabellones de Austria en París

Cada país adoptó la elaboración de carteles con sus propias características[11]. En España abundaban los carteles de corridas de toros, y en Andalucía, Semana Santa y Ferias; en Italia los de ópera, los alemanes impusieron un estilo medieval en sus composiciones, los holandeses eran más lineales. En general, los carteles

10. MEGGS, P., *op. cit.*, p. 184.
11. BARNICOAT, J., *op. cit.*, p. 29.



Modernismo

fueron el medio más popular para anunciar eventos y productos. A caballo entre los artesanal y lo industrial, el *Art Nouveau* francés exploró artísticamente, en arquitectura y diseño gráfico, todo aquello que tuviese que ver con una expresión decorativa que daba prevalencia a las líneas curvas para enfatizar la sensualidad, lo orgánico, la naturaleza[12]. Asumió el nombre a raíz de una exposición de Munch en la galería parisina *Art Nouveau* en 1896. Buscaba una nueva identidad desligada de los movimientos artísticos anteriores, unida a las nuevas técnicas de reproducción mecánica. Las imágenes resultaban planas, lineales y ornamentales, preocupadas, más que por la figuración, por el adorno, acercándose así al diseño industrial. Precisamente su éxito coincide en la década de 1890 con la difusión de las revistas ilustradas y con el auge de las exposiciones internacionales[13].

Los rasgos que identifican el modernismo gráfico son[14]:

- Las referencias a la Naturaleza, sobre todo a formas vegetales, con predominio de líneas curvas y figuras de látigos que se entrelazan o envuelven el motivo central.
- Se huye de las representaciones realistas y se opta por la estilización e idealización de las figuras, con guiños a la sensualidad. Abundan las imágenes de mujeres en actitudes delicadas y gráciles y se aprovechan las posibilidades gráficas que ofrecen las líneas curvas de los cabellos y de los pliegues de los vestidos.

12. BARONI, D., *op. cit.*, p. 28.
13. *Ibidem*, pp. 32 y ss.
14. LEDESMA, R., "¿Qué es el Art Déco?", *Laberintos*, Universidad de Monterrey, México, 2003.

■ Abundan las referencias a culturas exóticas o antiguas con referencias reales o de fantasía.

4.2. *Art Déco*

El estilo *Art Nouveau* sobrevivió al comienzo del siglo XX, aunque fue pasando de moda. Toulouse-Lautrec murió en 1901, mientras Mucha y Cheret dejaron de pintar carteles, lo que abrió el campo para nuevos creadores como el caricaturista Leonetto Cappiello, que inició su carrera como cartelista en 1898 en París. Aunque influenciado por los maestros del cartelismo antes citados, rechazó la profusión de detalles y adornos que habían caracterizado los carteles del *Art Nouveau* y propuso imágenes mucho más simples y también más impactantes, buscando captar de inmediato la atención de los espectadores. En 1906 publicó su cartel del licor Maurin Quina[15].



Leonetto Cappiello. Cinzano



Leonetto Cappiello. Maurin

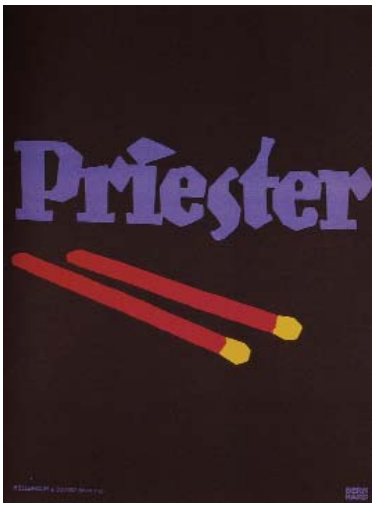
El dibujo de un diablo verde sobre un fondo negro, con tipografía de palo seco, revolucionó el arte del cartel y fue una influencia determinante para muchos diseñadores posteriores. Capiello realizó más tarde el cartel de Cinzano, considerado otra obra maestra del género.



Cartel de Peter Behrens, fundador en 1907 de Deutsche Werkbund

El modernismo temprano del *Art Nouveau* también estaba siendo transformado en varias escuelas

15. BARONI, D., *op. cit.*, p. 56.



Lucien Bernhard



Lucien Bernhard



Ludwig Hohlwein

europeas, como *Deutscher Werkbund* de Alemania, la *Secession* de la Viena austríaca o la escuela escocesa de *Glasgow*. Poco a poco fue cayendo en desuso la ornamentación curvilínea, imponiéndose estructuras más funcionales, donde predominaban las líneas rectas y las diposiciones geométricas[16].

Entre 1906 y 1918 se desarrolla en Alemania el estilo *Poster*, o *Plakastil* iniciado por Lucien Bernhard en Berlín en 1905. El punto de arranque hay que buscarlo en el concurso de carteles convocado por los fósforos Preister. Bernhard lo ganó con un cartel de gran simplicidad gráfica protagonizada por dos grandes fósforos, y con la marca rotulada en negrita. Este cartel se considera la primera muestra de ruptura con el naturalismo modernista, subrayando los colores vivos, las formas planas y la relevancia de la tipografía. Los representantes más característicos del estilo *Poster* alemán fueron el propio Bernhard en Berlín y Ludwig Hohlwein en Munich. La fama de Bernhard traspasó fronteras, recibiendo encargos de otros países. Destacan los carteles que realizó para una industria de calzado rusa y para una empresa de lámparas finlandesa. Su estilo está dominado por la tipografía, con frases cortas que acompañaban al logotipo[17]. Este artista fue muy prolífico hasta 1915 diseñando, además de carteles, tipos y ornamentos de imprenta, que marcaron ya la transición hacia el racionalismo tipográfico de los años veinte.

16. *Ibidem*, pp. 58-59.
17. *Ibidem*, p. 71.

Es autor, entre otros, de los tipos Block y Antiqua, así como de algunas versiones del gótico alemán. Todos ellos simplifican el carácter ornamental y sobre todo están destinados a uso cartelístico. Bernhard combatió en la Primera Guerra Mundial y en 1923 emigró a Estados Unidos. El otro gran y prolífico representante del *Plakastil* es Ludwig Hohlwein. Sus imágenes son sofisticadas y reducen al mínimo líneas, formas y sombreados, jugando con puntos de vista inusuales y con audaces combinaciones de color[18].



Evolucion. S. Glatz

El naturalismo dejó paso a una nueva manera de ilustrar, que utilizaba formas más simples y ponía el énfasis en los colores. Cassandre, Hans Rudi Erdt, McKnigth Kauffer, Schulz-Neudamm o Austin Cooper, fueron algunos de los seguidores de las nuevas técnicas que modernizaron el cartel[19].



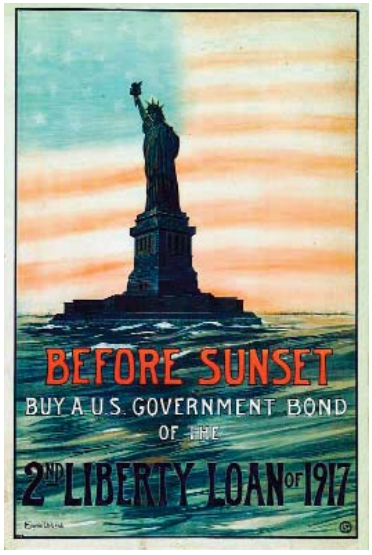
Hans Rudi Erd. Opel

La Primera Guerra Mundial y la revolución bolchevique le otorgó al cartel una nueva función: la de servir como medio de propaganda[20]. La guerra imponía continuamente campañas de publicidad para los fines más variados, que iban desde reclutar soldados a recaudar dinero o incitar el odio hacia los enemigos. En Estados Unidos se realizaron para campañas de guerra 2.500 diseños y se editaron 20 millones de carteles. La Rusia bolchevique también utilizó el cartelismo como medio de propaganda.



Hans Rudi Erd. Kloss & Foerfter.

18. BARNICOAT, J., *op. cit.*, p. 106.
19. MEGGS, P., *op. cit.*, pp. 210 y ss.
20. BARONI, D., *op. cit.*, pp. 78-85.



Guerra. Eugenie DeLand. 1917



"I want you for U.S. army". James Montgomery Flagg. 1917



Soviet. Anónimo

Tras la Primera Gran Guerra se desarrolló el *Art Déco*, un movimiento que, sobre todo hizo mella en la arquitectura y en las artes decorativas en Europa y Estados Unidos durante la segunda y tercera década del siglo XX. Adoptó su nombre de la *Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales*, celebrada en París en 1925 que presentó en pabellones repartidos en 220.000 metros cuadrados, objetos y muestras de arquitectura y escultura decorativa e industrial de 21 países. Predominaba un estilo que asimilaba elementos del cubismo y del dadaísmo, además de la inspiración en otras culturas como la egipcia, la azteca o la hindú. Se consolidaron como artistas del *Art Déco* los grandes maestros de la *Societé des Artistes Décorateurs*: Pierre Chareau , André Groult, Maurice Dufrene, Jean Dunand o Paul Follot[21].

En arquitectura fueron relevantes, para determinar el nuevo estilo, el pabellón soviético y el diseñado por Le Corbusier. En cuanto al primero, de Konstantin Melnikov, era una edificación sin adornos, con grandes ventanales cuadriculados y estructuras entrecruzadas en forma de equis. El pabellón del *Espirit Nouveau,* de Le Corbusier y Amedée Ozenfat iba aún más lejos que el soviético, negándose a utilizar cualquier adorno superfluo, y proponiendo "máquinas para vivir" que construyeran casas en serie, con todos los avances tecnológicos e industriales de la época[22].

21. LEDESMA, *op. cit.*

22. *Ibidem.*

El espíritu industrial y de vanguardia de la Exposición de París apenas alcanzó a la Muestra de Sevilla, que tenía un objetivo más político, el de estrechar lazos con Ibero América, y que en sus manifestaciones artísticas echó mano del tesoro de los viejos maestros. No obstante, los pabellones americanos sí mostraron uno de los rasgos que más atraían a los nuevos creadores de vanguardia: el exotismo indígena, con sus soles radiantes, sus representaciones de templos escalonados y sus atuendos aborígenes.



André Groult



Paul Follot

El *Art Déco* absorbió buena parte de las influencias gráficas de los movimientos modernos del arte y en los años treinta el cartel ya formaba parte de una estructura comercial en la que estaban implicados el cliente o anunciante, la agencia de publicidad que estudiaba las necesidades del cliente, el diseñador gráfico, que ejecutaba los encargos de la agencia, y la propia imprenta, que traducía el diseño en mensaje impreso y seriado[23].



Eugenie DeLand.

Las vanguardias artísticas estaban fascinadas por la poética de las máquinas; un mundo industrial con producción internacional, a gran escala, que se veía favorecida por el ferrocarril, los trasatlánticos y la aviación[24]. Dentro de este espíritu favorable a las máquinas no podemos olvidar que dos años antes de la inauguración de la Exposición Ibero Americana Charles Lindbergh se convirtió en un héroe mundial al atravesar por primera vez en aeroplano el Atlántico sin hacer escalas.



Dolly Rudeman. Detalle del cartel de la película *El cantor de Jazz*.

23. SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España...op. cit.*, pp. 235 y ss.

24. *Ibidem.*



Paul Colin para la revista *Negre* en el *Music may* de Campos Elíseos de París. 1925



Bogellund. Cartel anunciador del Parque de Atracciones *Tivoli* de *Copenhagen*



Adolphe Jean Marie Mouron (Cassandre). *Étoile du Nord*

Son los "años locos", una *Belle Epoque* parisina que en Estados Unidos tiene su reflejo en una nueva sociedad de consumo en la que proliferan locales en los que triunfan el jazz y los bailes sincopados, como el *Charleston* o el *Fox Trot*[25].

El prototipo de hombre triunfador es el *dandy* frívolo vestido de esmoquin, con el pelo engominado y el bigote recortado, mientras las mujeres modernas son más activas y sociales y beben y fuman igual que los varones. Peinadas a lo *garçonne*, utilizan sombreros encasquetados y vestidos cortos que muestran las piernas[26]. Los cartelistas norteamericanos estuvieron menos influidos por las vanguardias artísticas y recurrieron con mayor frecuencia al uso de fotografías, tratando de ofrecer en sus obras mayor verosimilitud documental.

En París, el estilo caricaturesco de trazo limpio del italiano Leonetto Cappiello derivó en las imágenes geométricas de Cassandre, que popularizó la técnicas del aerógrafo para aplicar el color[27]. Aunque se apodaba Cassandre, su verdadero nombre era Adolphe Jean Marie Mouron. De origen ucraniano, estudió arte en Francia y en 1923 ya firmó con seudónimo su cartel *Au Bucheron*. Se le considera integrador de lenguajes plásticos de vanguardias artísticas, sintetizando las ideas comerciales en

25. *Ibidem.*

26. *Ibidem.*

27. BARONI, D., *op. cit.*, pp. 119-124.

imágenes directas, capaces de causar sorpresa[28]. Este artista llegó a ser calificado como pionero en la escenografía de la calle, por su audaz inventiva y por introducir secuencias narrativas dentro de los carteles. A pesar de ello, Cassandre defendía que los carteles no son más que un medio para transmitir un mensaje. Sus carteles de cruceros realizados para las compañías Normandie, Statendam y Atlantique son ya iconos de los años 20 y 30 del siglo XX. Cassandre fue uno de los impulsores, entre 1925 y 1939, de este estilo en los carteles de publicidad. Se caracterizaron por la economía de recursos visuales. Son dibujos estilizados con formas simples y planas que acentúan la bidimensionalidad del cartel. El cartel Wagon-bar, de 1932, es un ejemplo típico de este estilo.



Adolphe Jean Marie Mouron (Cassandre). Normandie



Giuseppe Riccobaldi

También destacan, como cartelistas, Riccobaldi y Séneca en Italia, McKnight Kauffer en Inglaterra, Hohlwein en Alemania o Hofman en Holanda, entre otros muchos[29].

Las representaciones gráficas del *Art Déco* presentaban algunos signos comunes[30]:

- Predominio de líneas rectas, combinadas sobre todo en zig-zag, rayas o triángulos. En las curvas y los círculos impera el sentido de la simetría, las espirales y los círculos segmentados, y se utilizan hexágonos y el octógonos.
- Utilización y combinaciones audaces del color.



Mcknight Kauffer

28. *Ibidem.*
29. *Ibidem.*
30. LEDESMA, R., *op. cit.*



Shulz-Neumann. Cartel de la película *Metrópolis*

■ En las representaciones animales predominan las gacelas y los galgos, con movimientos que ofrecen ligereza y elegancia. Además se incorporan animales exóticos, como panteras, garzas, palomas o elefantes. En cuanto a los elementos botánicos predominan los girasoles y helechos simétricos, además de elementos exóticos como palmeras y cactus.

■ La figura masculina se representa subrayando la fuerza y el dinamismo de atletas y obreros, mientras la femenina abandona la fragilidad modernista y sugiere una mujer emancipada.

■ Adquiere importancia como elemento decorativo la figura del sol del que emanan rayos, evocando de esta manera la adoración religiosa que le profesaban culturas arcaicas. También se aprovechan las ondulaciones del agua que fluye desde fuentes ascendentes y otros motivos naturalistas que se dibujan estilizados. También menudean los símbolos astrológicos y los símbolos de culturas americanas prehispánicas: mayas, aztecas o incas.

■ Abundan las representaciones de máquinas y obras de arquitectura e ingeniería. Automóviles, aeroplanos, locomotoras, rascacielos y puentes muestran al hombre como dueño de un nuevo tiempo.

Ledesma[31] recoge algunas citas que ayudan a clarificar las características que marcaron el *Art Déco*. Así,

31. *Ibidem.*

Xavier Esqueda[32] explica así los elementos formales de este estilo:

«Las líneas sueltas y ondulantes del *Art Nouveau* se convierten en rectas y curvas rígidas con sentido puramente geométrico y muchas veces simétrico: los torcidos lírios y pavos reales dejan su lugar a formas de un exotismo más remoto, como las garzas, las palmeras y los cactus. El humo que parece salir de una pipa de opio es ahora el humo de las fábricas, de las locomotoras, de los transatlánticos, de los aviones, de los automóviles y, en general, el humo devastador del progreso técnico».

Enrique de Anda[33] sugiere la existencia de dos periodos: el *Zig-Zag* y el *Stream Line*. El primero abarca de 1920 a 1929, y es característico de Europa. Abundan las referencias a las culturas pasadas que se pusieron de moda por el auge de las expediciones arqueológicas a Egipto, Mesopotamia o América. Se adoptaron de estas manifestaciones decoraciones con líneas y composiciones geométricas en movimiento y los triángulos encadenados y superpuestos.

El segundo periodo abarcó de 1930 a 1939, y tuvo como escenario Estados Unidos y como circunstancia la recuperación económica después del *crash* de la bolsa de 1929. Predominaron entonces las imágenes de hombres fuertes y desnudos que dominaban a las máquinas, con motivos decorativos en los que abundaban las líneas curvas aerodinámicas, conjugadas con líneas horizontales que representaban la velocidad. Alastair Duncan[34] lo explica así:

«No es fácil definir las principales características del *Art Déco*, porque el estilo atrajo una multitud de diversas y, con frecuencia, contradictorias influencias. Muchas de ellas vinieron de los estilos pictóricos de vanguardia de los tempranos años del siglo, como el Cubismo, el Constructivismo Ruso y el Futurismo Italiano –abstracción, distorsión y

32. ESQUEDA, X., *Una puerta al Art Déco*, U.N.A.M., Centro de Investigación y Servicios Museológicos, México, 1980, pp. 11-13.

33. DE ANDA, E., "El Art Déco: Formas y Razones", en *Art Déco. Un país nacionalista, un México cosmopolita,* Museo Nacional de Arte, México, 1998, pp. 54-55.

34. DUNCAN, A., *Encyclopedia of Art Déco*, Quantum Books, Londres, 1988, p. 6.

simplificación– todos evidentes en las artes vernáculas decorativas *Art Déco*. Pero éstos no fueron todos: una examen del repertorio de motivos estandarizados del estilo tales como –racimos de flores estilizadas, jóvenes doncellas, geométricos y ubicuos frutos– revelan influencias del mundo de la alta moda, de Egipto, el Oriente, la África tribal y de los Ballets Rusos de Diaghilev. A partir de 1925, el creciente impacto de la máquina puede ser discernido en repetidas y superpuestas imágenes o, más tarde, en los treinta, por formas modernizadas derivadas de principios aerodinámicos. Todo esto resultó en una elevada amalgama de complejas influencias artísticas, descritas desafiantemente por una simple frase, el término *Art Déco*».

Susan Sternau[35] ofrece su propia visión:

«Desarrollado en París y más tarde fomentado en Hollywood como el estilo de las estrellas, el *Art Déco* hizo la transición, en unos pocos años, de un primario estilo francés a un universalmente entendido símbolo del glamour. *Art Déco*, es un conveniente término usado para describir arte decorativo en el período entre las dos guerras mundiales, y refiere a un estilo que es clásico, simétrico y rectilíneo. Como movimiento se desarrolló durante los años 1908 a 1912 y alcanzó un alto punto de 1925 a 1935. Este estilo fue el producto de influencias tan diversas como el *Art Nouveau*, Cubismo, el *Bauhaus* y el arte de Egipto, el Oriente, "Africa y las Américas"».

35. STERNAU, S., *Art Déco.Flights of artistic fancy*, Nueva York, Smithmark, New York, 1997, p. 4.

4.3. La influencia de las Vanguardias Artísticas

Los carteles evolucionaron de forma sincrónica a los diferentes estilos estéticos dominantes: el *Art Nouveau*, el Futurismo, el *Art Déco*, el Constructivismo, el Surrealismo, etc[36]. Tras las primeras obras de Jules Chéret entre 1896 y1914, los carteles fueron realizados sobre todo por pintores y por ello estaban condicionados por las prácticas académicas de las Bellas Artes de la época.

No obstante, la industrialización alcanzó de lleno a la producción cartelística y el propio Alphonse Mucha a partir de 1897 comenzó a realizar trabajos en serie ayudado de un equipo de colaboradores e inició la práctica de realizar dibujos de sus modelos no del natural, sino utilizando fotografías. La Primera Guerra Mundial entre 1914 y 1918 dio un espaldarazo al uso político del cartel, y los diferentes gobiernos utilizaron este medio tanto para alistar soldados como para insuflarles ánimos y para desacreditar a los enemigos.

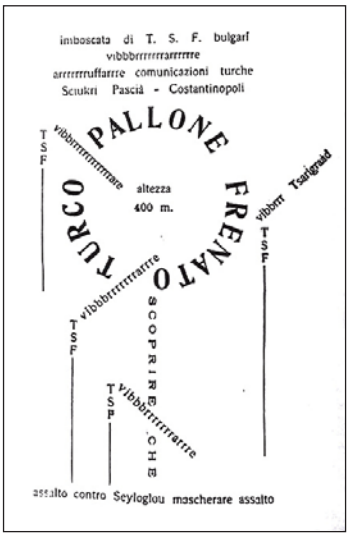
También la revolución soviética de 1917 se valió de los carteles como medio de propaganda masiva. En sus primeros años encontramos carteles vanguardistas con muestras gráficas en las que hallamos rasgos de Futurismo, Suprematismo y Constructivismo. A partir de 1931 el Estado Estalinista reguló las características estéticas de los carteles reduciéndolas al academicismo marcado por el "realismo socialista".

Futurismo, Dadaísmo y Surrealismo

En el comienzo del siglo XX los artistas investigaban nuevas formas de expresión que rompieran con la tradición[37]. En Italia Tomaso Marinetti lideró el movimiento futurista, que abrazó la industrialización y la velocidad como nuevos elementos de modernidad. En

36. La influencia de las vanguardias artísticas en la historia del cartel la recogemos, entre otros, de GUBERN, R., *Medios icónicos de masas*, Ed. Historia 16, Madrid ,1997, pp. 53-69; PATAU, J.-GARCÍA, D.-PENELA, J.R., *Unos tipos duros. Teoría y práctica de la tipografía*, <http://www.unostiposduros.com>, 2006/2007; BARONI, D.-VITTA, M., *op. cit.*; MEGGS, P., *op. cit.*; SATUÉ, E., *El diseño gráfico desde los orígenes...op.cit.*

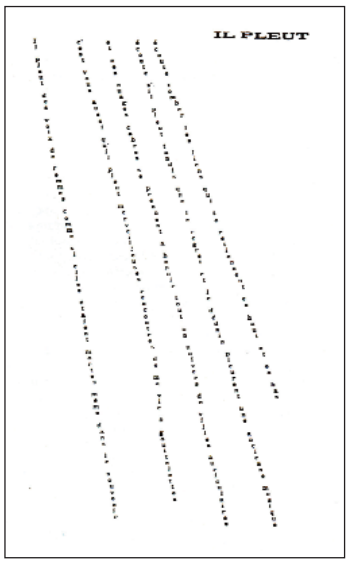
37. SATUÉ, E., *op. cit.*, pp. 124-133.



Tomaso Marinetti



Casimir Malevich



Guillaume Apollinaire

su Manifiesto Futurista de 1909 propugnó la tipografía como entidad autónoma, lo que se extendió a diferentes soportes que iban desde las cabeceras de los periódicos, a las etiquetas de cigarrillos y licores y a las partituras musicales. En pintura se pegaban al lienzo columnas de texto, dando lugar al nacimiento del collage, y a una nueva forma de composición que iba más allá de la tradicional noción del plano.

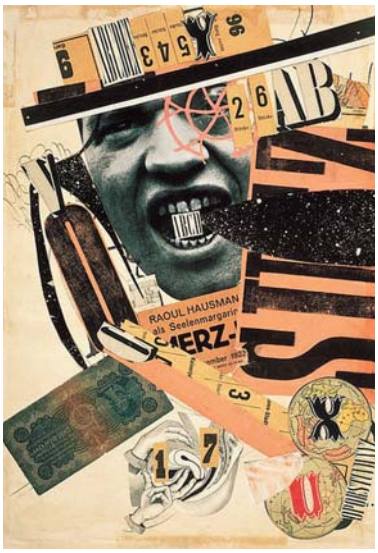
Gráficamente esta inspiración se tradujo en superestructuras y formas arqueadas que trataban de transmitir dinamismo a las imágenes. El texto dejó de tener un lugar preestablecido en la página, y la legibilidad pasó a un segundo plano, ensayándose el collage y formas constructivas en las que los tipos y las letras se utilizaron como elementos autónomos, ampliándolos, cortándolos o reduciéndolos. Los futuristas jugaron libremente con las formas y los tamaños de las letras, componiendo muchas veces los textos siguiendo líneas diagonales. En el futurismo ruso destacaron Casimir Malevich, con sus pinturas geométricas, o Vladimir y David Burliuk, cuyos diseños iban dirigidos a crear un impacto emocional entre los lectores.

Tras la Primera Guerra Mundial, el *Art Nouveau* de inspiración orgánica y naturalista, se consideraba ya desfasado en una sociedad que se industrializaba a mar-

chas forzadas. Los nuevos tiempos se expresaban mejor con los movimientos artísticos modernos como el Cubismo, el Futurismo, el Dadaísmo, el Expresionismo o el Constructivismo soviético, que calaron hondamente en el diseño de carteles[38]. Los movimientos Dadaísta y Surrealista se interesaron por el subsconsciente, por el lenguaje de los sueños. Estas corrientes llegaron también al diseño. Los poetas simbolistas y cubistas franceses utilizaron la tipografía como forma de expresión, componiendo poemas en los que tan importante como el contenido de las palabras era su expresión visual. Merece citarse el poema de Apollinaire *Il Pleut*, "Llueve" en español, compuesto en líneas oblicuas que asemejaban el efecto de la lluvia.



Kurt Scwitters



Raoul Haussman

El Dadaísmo comenzó en Zurich en 1915 como un movimiento artístico, de raíz anarquista, que rechazaba los valores sociales y políticos de la época y que habían desembocado en la I Guerra Mundial. Esta corriente, pretendidamente provocativa y nihilista, fue más tarde duramente perseguida por el nazismo alemán como muestra de "arte depravado". El rastro del Dadaísmo se extendió a artistas de toda Europa. Al igual que el Futurismo, los diseñadores tuvieron absoluta libertad formal y las letras adquirieron más valor como elemento expresivo que como elemento de información dentro de un texto. Los dadaístas jugaron con los tamaños y las formas de las le-

38. BARONI, D., *op. cit.*, pp. 72 y ss.



René François Ghislain Magritte

tras y las componían en líneas que se mezclaban y cortaban con el objeto de crear un fuerte dinamismo.

Los dadaístas, fuertemente antiburgueses, reclamaban una absoluta revolución cultural dentro de un sistema artístico que consideraban reaccionario. Paradójicamente, sus elementos gráficos, que buscaban deliberadamente la provocación, han sido desde entonces muy utilizados por la publicidad comercial y, por tanto, han servido al sistema que planeaban combatir. Los dadaístas jugaban con la tipografía, el fotomontaje y el collage presurrealista. Además diseñaron revistas que utilizaron como su cauce de expresión plástica[39].



Georges Braque

El diseño gráfico es deudor de artistas de esa época como Duchamp, Tzara o Picabia, pero sobre todo de los grupos de dadaístas alemanes. Como impulsores del fotomontaje cabe citar a Heartfield (creador del fotomontaje político), Höch, Hausmann y Grosz. En collages destacan Ernst, Arp o Kurt Schwitters. Este último fue diseñador gráfico y dueño de una agencia de publicidad, asumiendo la presidencia del *Círculo de los Nuevos Diseñadores Publicitarios* y dirigiendo su propia revista, *Merz*. Fue el gran impulsor de los collages tipográficos, que han marcado de forma determinante toda la historia del diseño gráfico.

39. SATUÉ, E., *El diseño gráfico desde...*, *op. cit.*, pp. 127-130.

El movimiento surrealista nació en Francia en 1924 sobre los cimientos del dadaísmo. Fue desarrollado por los antiguos dadaístas como Bretón o Arp. También apostó por el absurdo, pero su fuente de inspiración era claramente onírica. Recurría a collages de imágenes irracionales, tanto por la relación de sus escalas, como por el contexto en el que se enmarcaban o por su relación con los títulos de las obras.

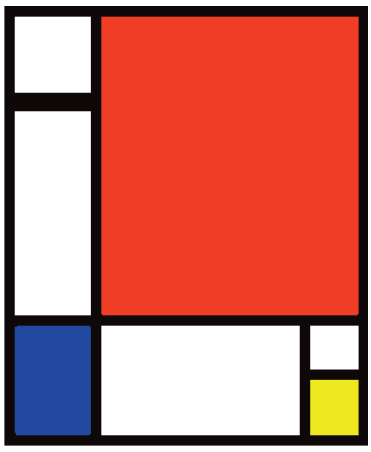


Marx Ernst

Las composiciones surrealistas de Marx Ernst y de René Magritte fueron adoptadas por el diseño gráfico publicitario. Este último fue pionero en utilizar el simbolismo surrealista en carteles publicitarios. Este estilo cuenta con la virtud de captar la atención de los espectadores a través de sus efectos visuales.

Cubismo

A diferencia del dadaísmo, que como movimiento tenía poca coherencia formal, el Cubismo fue doctrinario y se atenía a reglas fijas[40].



Pierre Mondrian

El movimiento cubista, iniciado por el impresionista Paul Cezanne, y utilizado por seguidores del *Art Nouveau*, como Braque, tuvo entre sus promotores a Pablo Picasso y Juan Gris. En 1907, el cuadro de Picasso, *Las señoritas de Avignon*, se considera el nacimiento de esta corriente artística. No obstante, los elementos

40. *Ibidem.*



Joaquín Peinado

de este movimiento tardarían en ser integrados al repertorio del diseño gráfico convencional y sólo lo hicieron cuando ya habían sido filtrados por las vanguardias posteriores, quienes se permitieron quebrar las reglas de la ortodoxia dictadas por los primeros cubistas. El cubismo reducía las apariencias de las formas figurativas a su naturaleza geométrica, traduciéndola en cubos, conos, cilindros y pirámides.

Su importancia radica en que determinó después todas las vanguardias no figurativas, desde Kandinsky a Mondrian. También se atenían a reglas canónicas el Suprematismo y el Constructivismo rusos. El primero comenzó en 1917 con la obra de Malevitch *Negro sobre blanco*, compuesta por un cuadrado negro sobre un fondo blanco. Se trataba de superar el figurativismo con signos y formas geométricas y matemáticas.

En esta misma línea, el Constructivismo, impulsado por el arquitecto Vladimir Tatlin, orientaba sus carteles hacia estructuras espaciales, sirviendo sus obras a la propaganda del régimen salido de la Revolución.



El grito. Edward Munch

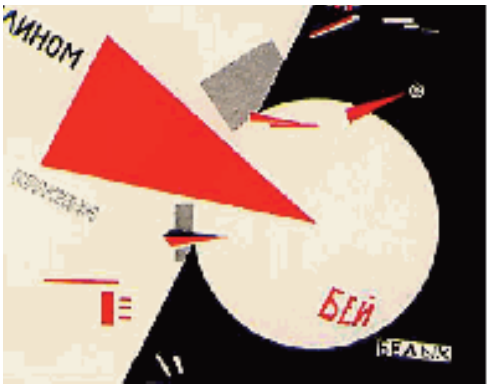
Expresionismo

El movimiento expresionista surge, a finales del siglo XIX y comienzos del XX, como reivindicación de las emociones individuales del artista. Para los expresio-

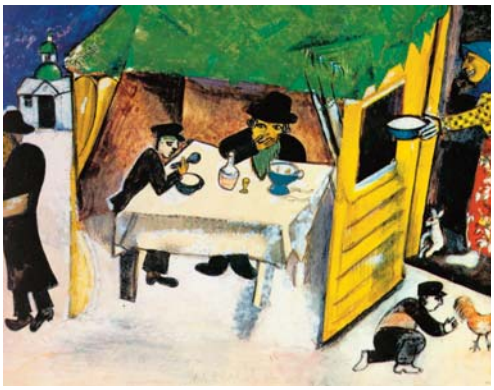
nistas no es tan importante la realidad externa como la interpretación subjetiva de esa realidad. Formalmente los expresionistas exageraban los temas de sus obras y jugaban con los nuevos tipos[41].

Constructivismo

La revolución rusa de 1917 trajo de la mano el movimiento Constructivista, que se desarrolló en los años veinte. Los artistas de la naciente Unión Soviética son llamados a formar parte de la nueva sociedad, en calidad de artistas ingenieros. El nuevo Estado desprecia la subjetividad individual y reclama elementos gráficos que sirvan para comunicar una nueva realidad social que busca el bienestar colectivo. Formalmente el lenguaje gráfico se apoya en la claridad y equilibrio que permite la técnica arquitectónica, con predominio del equilibrio compositivo y líneas geométricas. Los diseñadores constructivistas desarrollaron además la técnica del fotomontaje al descubrir las posibilidades de comunicación que ofrecía. Dentro del movimiento Constructivista destacaron dos tendencias: la Materialista de Tatlin y la Idealista de El Lissitsky, en la que se integran, temporalmente, artistas que habían emigrado de Rusia antes de la revolución como Chagall, Gabo, Kandinsky o Pevsner. Para Tatlin el nuevo arte debe estar el servicio de los pobres y se deben erradicar la distinción entre las artes mayores y menores, que no sería más que un residuo de las dife-

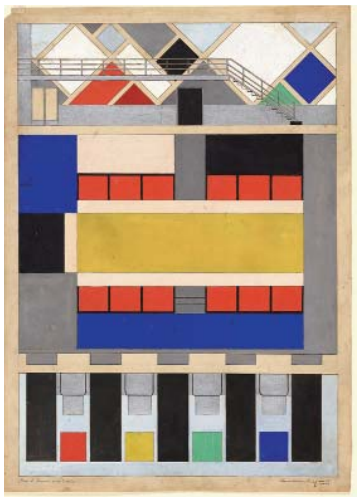


El Lissistski



Marc Chagall

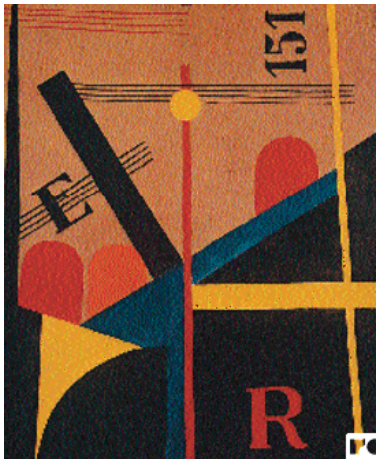
41. BARONI, D., *op. cit.*, p. 41.



Theo van Doesburg, boceto a color para el Café Aubette. 1928. The Museum of Modern Art, New York

rencias de clases. Las formas artísticas estaban obligadas a erradicar los residuos de la cultura burguesa para ofrecer al pueblo el dinamismo del nuevo tiempo revolucionario, condicionado por las máquinas. El Lissitsky también puso en valor una pintura marcada por la geometría y la arquitectura en la que la tecnología industrial permite un nuevo arte popular. No obstante, los dirigentes soviéticos despreciaron, a la muerte de Lenin, este tipo de diseño al considerarlo excesivamente abstracto y exigieron a los artistas que se emplearan en técnicas de propaganda en las que idealizara a la nueva sociedad con personajes fuertes y felices, revalorizando a los viejos artistas académicos.

Neoplasticismo



Moholy Nagy

El Constructivismo ruso prendió en Europa. En Holanda el pintor y arquitecto Theo van Doesburg fundó en 1917 la revista *De Stijl* que lideró el movimiento neoplasticista. Las representaciones gráficas dejaron de interpretar figurativamente la realidad y se componían mediante elementos geométricos simples y colores puros. En el manifiesto neoplasticista, publicado en la revista, Piet Mondrian proponía despojar al arte de sus elementos accesorios para alcanzar la esencia a través de un lenguaje plástico objetivo y universal. El Neoplasticismo tiene, a su vez, su inspiración en el cubismo de

Georges Braque y Picasso, que reivindican la abstracción y la reducción de las formas a líneas rectas horizontales y verticales, y a los tres colores primarios más el negro, el blanco y el gris. Este movimiento tuvo un carácter revolucionario e influyó en la arquitectura, la pintura y el diseño. Impulsó, además una Nueva Tipografía, que imponía el uso del palo seco.



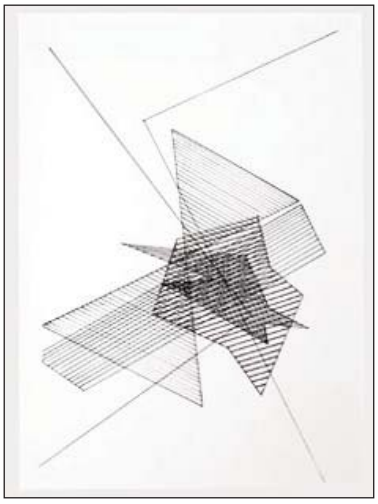
Paul Klee. *Park of idols*

4.4. La escuela *Bauhaus*



Vasily Kandinsky
Einige Kreise

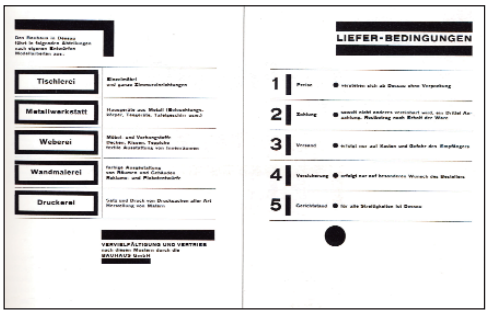
En Alemania el socialista Walter Gropius fundó en 1919 la escuela *Bauhaus*, que significa en alemán "Casa de la construcción", dedicada a impartir clases de diseño, arte y arquitectura. Históricamente sentó las bases académicas de lo que hoy conocemos como diseño gráfico y como diseño industrial y constituyó uno de los pilares de la arquitectura moderna. Entre sus objetivos reclamaba la necesidad de llevar a cabo un cambio social inspirado en el socialismo y en el que la enseñanza artística debía jugar un papel relevante[42]. La escuela publicó como introducción a la gramática visual los libros *Punto y línea sobre el plano* de Wassily Kandinsky y *Libro de Apuntes Pedagógicos* de Paul Klee.



Gyorgy Kepes

Laszlo Moholy-Nagy y Giorgy Kepes utilizaron la psicología de la *Gestalt* para intentar dotar de raciona-

42. DROSTE, M., *Bauhaus 1919-1933*, Taschen, Madrid, 2006, pp. 10-20.



Herbert Bayer



Hans Arp/Walter Cyliax. Este poster de 1929 está considerado el primero realizado en Suiza resuelto de modo no figurativo

lidad científica al lenguaje visual. La primera etapa de la escuela, entre 1919 y 1923, tuvo un carácter idealista y de experimentación, y perseguía la recuperación de los oficios artesanales integrándolos en la producción industrial de forma que fueran asequibles para el gran público[43]. No disponía de talleres de pintura ni de escultura, sino de otros ligados a oficios como el diseño gráfico, la encuadernación, la ebanistería, el tejido, la cerámica, el teatro o la vidrieria.

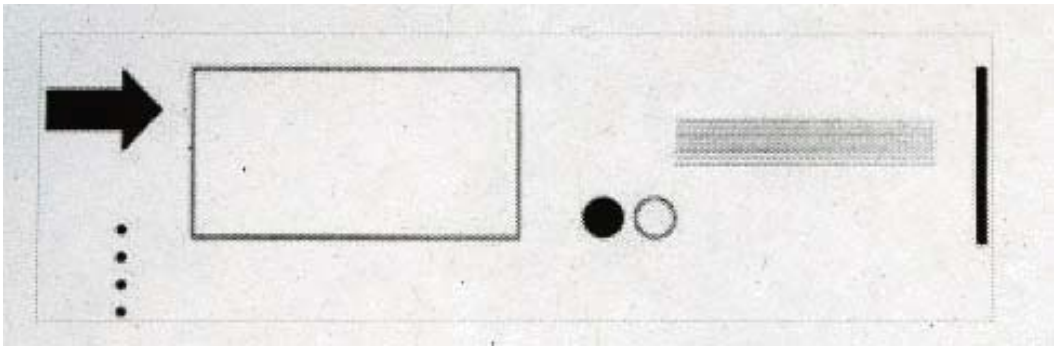
Entre otros, trabajaron como maestros de taller el propio Paul Klee, que se empleó en el taller de tejidos, mientras Kandisnsky, que se incorporó en 1922 al de pintura mural o Moholy-Nagy[44]. Entre 1923 y 1925, influido por el Constructivismo ruso y por Van Doesburg, tuvo ya un programa marcado por el racionalismo, mientras en la tercera, entre 1925 y 1929, coincidiendo con el traslado de Weimar a Dessau, alcanzó su mayor reconocimiento internacional. En 1930, bajo la dirección de Mies Van der Rohe se traslada a Berlín modificando por completo su programa didáctico. Klee se retiró en 1931, mientras Kandinsky, permaneció en la escuela hasta que fue clausurada por las autoridades prusianas, en manos de los nazis, en 1933.

El tipógrafo suizo Emili Ruder se cuestionó[45], en 1952, la opinión, por entonces extendida, de que la tipografía de la *Bauhaus* había terminando imponiéndose a

43. *Ibidem.*

44. *Ibidem.*

45. RUDER, E., "Sobre la tipografía de la Bauhaus", *Typographische Monatsbläter*, 2, 1952, pp. 78-81. El trabajo de Ruder está recogido por J.J. Arrausi, en traducción de Gema Barrio. <http://www.tipode.com/emilruder/index.html> Consultado el 10/12/2005.



Jan Tschichold

las demás. A mediados del siglo XX, bajo la dirección del arquitecto Max Bill la *New-Bauhaus* de Chicago seguía la línea de la *Bauhaus*, aunque si en los años veinte se sintetizaba en la expresión: "la forma sin ornamento", en los cincuenta se había transformado en: "la forma como función" o como "expresión visible de la función". Ruder[46] analizó el funcionamiento del departamento de publicidad y el taller de impresión donde, a su juicio, hay que distinguir tres tipos de trabajos:



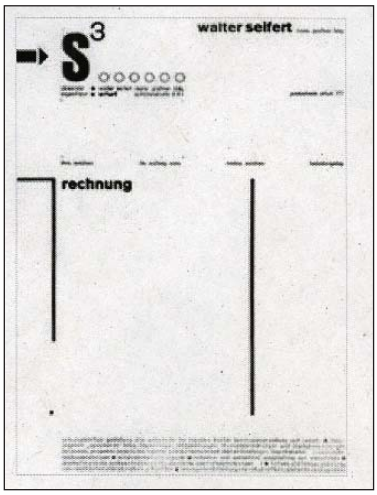
Kurt Schwitters

■ Los medios publicitarios y su aplicación práctica como los anuncios, prospectos, carteles, escaparates.

■ Las técnicas principales de composición, impresión, reproducción y fotomecánica (composición e impresión realizadas en el propio taller, bajo la dirección de un maestro de taller).

■ Letra, dibujo, fotografía, planificación de la publicidad, determinación de costos, normativa, conocimiento de la maquinaria y del material.

46. *Ibidem.*



Walter Seifert, Factura



Piet Zwart



Jan Tschichold. *La nueva tipografía*

Para Ruder, entre las figuras más importantes de la *Bauhaus* se deben destacar a: Johannes Iten, Laszlo Moholy-Nagy, Herbert Bayer y Joost Schmidt, junto con las dos influencias externas más destacadas, El Lissitzky y Theo van Doesburg, ya que hicieron posible que la *Bauhaus* ejerciese una gran influencia en la disciplina del diseño; a pesar del hecho de que este centro no fue nunca una escuela específica de diseño gráfico ni tipográfico, y de que la tipografía se omitió en su manifiesto original. A este dato debemos añadir que ninguno de los tipógrafos de la *Bauhaus* tenía experiencia en el negocio de la composición y la impresión.

Por lo que a los tipos los concibieron como puros medios de creación, equiparándolos a los colores, las formas o las texturas[46]. En cuanto a las influencias, el sentido de asimetría de *De Stijl* se convirtió en la base de la tipografía de la *Bauhaus*. A Johannes Iten le preocupaba principalmente la auto-expresión y no facilitó directrices tipográficas claras.

No sería hasta la llegada de Laszlo Moholy-Nagy cuando la tipografía se convirtió en un área importante y notoriamente definida. Además fue uno de los principales impulsores de la investigación en fotografía. En su obra de 1925 *Pintura, Fotografía, Film*, establecía una relación entre la fotografía y la pintura. Para él, la pintura

46. *Ibidem.*

es un medio para dar forma al color, mientras que la fotografía es el instrumento idóneo para estudiar el fenómeno de la luz[47].

De igual modo, el diseño gráfico fue un aspecto no oficial del *curriculum* que prosperó a través de contactos externos con Jan Tschichold, Piet Zwart y otros. Dentro del círculo de amigos de la *Bauhaus*, existe la [traducida por] *Asociación Internacional para el Fomento de los Trabajos de la Bauhaus*, que cuenta con los pintores Marc Chagall y Oskar Kokoschka, los músicos Adolf Busch, Edwin Fischer y Arnold Schönberg, los escritores Gerhard Hauptmann y Franz Werfel, el físico Albert Einstein y los arquitectos Peter Behrens y Walter Gropius[48].

De esta forma, para Ruder[49], la fundación de la *Bauhaus* fue resultado de «las ideologías de los primeros años de la posguerra. Con la intención de acabar con la decadencia individualista del arte, se proclamó la idea de una futura nueva asociación, una nueva arquitectura que había de unificar todas las obras de arte (...) Siguiendo esta misma línea no podemos excluir a la tipografía, la cual ha de considerarse junto con estas ideas y manifestaciones, incluida en su época como parte de un todo». Para el tipógrafo suizo «la tipografía en estrecha combinación con todas las formas de expresión de nuestro tiempo: gráfica, pintura, música, literatura y política (...) La gran influencia de la tipografía de la *Bauhaus*, en nuestros días, es consecuencia en gran medida de la acción combinada de todas las fuerzas. Con ello se explica su evidente seguridad, su afirmación espontánea de la vida, su espíritu emprendedor y su aprovechamiento íntegro y legítimo de las posibilidades tipográficas».

En otro artículo[50], escrito unos años más tarde, Emili Ruder volvía a analizar el impacto que tuvo la tipografía de la *Bauhaus*: «El diseño tipográfico depende, en gran medida, de la calidad del tipo que se utilice. Un tipo de escaso valor invita al tipógrafo a utilizarlo solamente como elemento decorativo, para esconder su debilidad con el virtuosismo del diseño. Esto

47. *Ibidem*.
48. *Ibidem*.
49. *Ibidem*.
50. RUDER, E., "La Univers en la tipografía", *Typographische Monatsbläter,* 1, 1961, p. 69. También recogido por Arrausi.

es lo que sucedió durante el período de la *Bauhaus* con el trabajo de El Lissitzky, Moholy-Nagy, Joost Schmidt, Piet Zwart y otros cuya tipografía era audaz en su composición, siempre asimétrica, dinámica en el uso del espacio y del contraste. Los tipos, sin embargo, eran bastos, y las romanas y los de palo seco del cambio de siglo completamente faltos de definición. Desafortunadamente inmunes al dinamismo y mediocres comparados con el diseño».

Jan Tschichold influyó notablemente en la tipografía de la Bauhaus con la publicación en 1925 de su obra *Tipografía Elemental*. Herbert Bayer consolidó en la Escuela la práctica de la tipografía funcional, caracterizada por el uso de colores primarios, los tipos de palo seco; la utilización exclusiva de minúsculas; el empleo de formas geométricas y de formas horizontales y verticales; para enfatizar, separar o unir elementos; los filetes para subdividir áreas; o los tonos de color para destacar las palabras claves. En 1928 Joost Schmidt relevó a Bayer en el taller de impresión y de diseño gráfico.

4.5. Tipografía Elemental y Nueva Tipografía

Durante la década de los años veinte una parte de las imprentas europeas se permitieron mayor libertad a la hora de componer las páginas y de experimentar, tanto con las maquetas como con los tipos, ilustraciones y fotografías. La ruptura con los esquemas tradicionales, que había llegado de la mano de las vanguardias artísticas, se tradujo en composiciones que se sitúan en muchos casos en la frontera entre la legibilidad y la estética, una técnica también adoptada por la poesía visual[51]. Tras la Primera Guerra Mundial, los experimentos creativos de las imprentas se sustanciaron en la necesidad de renovar la cultura establecida y en la irrupción de movimientos revolucionarios y la fundación de escuelas como la *Bauhaus*, donde se animaba a los estudiantes a encontrar su propio estilo. No obstante, la corriente expresionista, que ponía

51. PATAU, R., *et alt., op. cit.*

el énfasis en los sentimientos y emociones de los creadores, dan paso en el campo del diseño gráfico a una nueva tendencia marcada por la tipografía elemental, fundamentada en el constructivismo ruso, en la que predomina la simplificación de los mensajes, el reduccionismo y las formas claras. En tipografía se rechazaron las serifas, se restringió el uso de tipos, se eliminaron las ornamentaciones[52].

El austriaco Jan Tschichold se apoyó en el constructivismo ruso y en los trabajos de la *Bauhaus* para escribir en 1928 su libro *La nueva tipografía*, en el que defendía la utilización de tipos claros sin serifa y un nuevo tipo de composición que permitiese una comunicación más directa. Para ello propone la erradicación de cualquier ornamento, el uso exclusivo de letras minúsculas, que facilitan la legibilidad, así como el equilibrio entre las letras, las palabras y el texto, aprovechando la utilización de líneas verticales y diagonales como medios de organización interna. Tschichold desdeñó el uso decorativo de elementos gráficos geométricos, y advertía de que sólo deben emplearse cuando así lo sugiera la construcción general de la página. Además reclama la estandarización del formato en los papeles y propone que el DIN A4 sea el básico para los papeles de cartas e impresos comerciales.

En 1921, con apenas 19 años, Jan Tschichold comenzó a impartir clases de tipografía en la Academia de Leipzig. Dos años más tarde visitó la primera exposición de la *Bauhaus* en Weimar, donde conoció, por primera vez un tratamiento de la tipografía más entendida como forma de arte que como medio de comunicación. Sin llegar a formar parte de la *Bauhaus*, Tschichold fue el que formuló sus nuevas ideas de forma sistemática[53]:

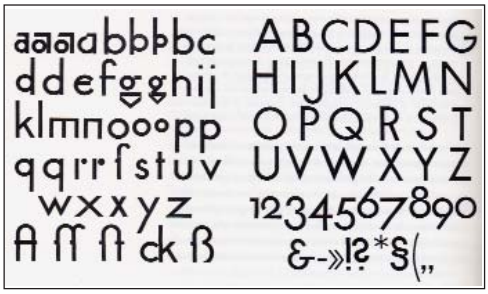
> *«El hombre moderno ha sido absorbido por una masa de material impreso que, lo haya solicitado o no, le es entregado en su buzón o al atravesar las puertas de su casa. En un principio los impresos de hoy se diferencian de los antiguos menos en la forma que en la cantidad. Pero a medida que la cantidad se incrementa, la forma a su vez empieza a cambiar: la velocidad con la que los modernos consumidores de impresos deben absorberlos hace que la forma de los mismos deba adaptarse a las condiciones*

52. *Ibidem.*

53. TSCHICHOLD, J.; *Die neue Typographie*, Berlin,1928. Fragmento recogido por PATAU, J., *et alt.*, *op. cit.*



Tschichold



RENNER (primeros dibujos para la Futura, 1924)

de la vida moderna. Como norma nosotros no solemos leerlos tranquilamente, línea a línea, sino más bien echando un vistazo general y sólo si logra captar nuestro interés pasamos a leerlo en detalle.

La forma y el estilo de la tipografía antigua estaba adaptada a las necesidades de sus lectores, que disponían del tiempo suficiente para leer línea a línea de una manera sosegada. Para ella, la función todavía no jugaba ningún papel significativo. Por esta razón la tipografía antigua tenía menos que ver con la función que con lo que era conocido como «belleza» o «arte» y por esto los problemas estéticos (elección del tipo, mezcla de tipos y ornamentos) dominaban sobre cualquier consideración sobre la forma. Es por esta razón que la historia de la tipografía desde Manuzio no es más que la búsqueda de la claridad de la apariencia (la única excepción comienza en el periodo de Didot, Bodoni, Baskerville y Walbaum) encarnado en el desarrollo de tipos históricos y ornamentos.

Ésto dejó para nuestra época encontrar una respuesta al problema de la forma o diseño. Mientras que hasta ahora la forma ha sido considerada como algo externo, un producto de la «imaginación artística» hoy estamos más cerca de reconocer su esencia a través de los renovados estudios de la naturaleza y más especialmente de la tecnología (que es solamente un tipo especial de naturaleza). Ambas, naturaleza y tecnología, nos enseñan que la forma no es independiente sino que depende de la función (propósito), independientemente de los materiales utilizados (orgánicos o técnicos) y de como hayan sido utilizados. Así es como se originaron las maravillosas formas de la naturaleza y las igualmente maravillosas formas de la tecnología. Asimismo, podemos describir las formas

creadas por la tecnología también como orgánicas (en un sentido intelectual) al igual que las creadas por la naturaleza, pero lo normal es que mucha gente vea solamente las formas superficiales de la tecnología, que admiren su belleza -de aeroplanos, coches o barcos- en vez de reconocer que la perfección de su apariencia es debido a la precisa y económica expresión de su función.

Durante el proceso de elaboración de la forma ambas, tecnología y naturaleza, usan las mismas leyes de economía, precisión, mínima fricción y más. La tecnología por su propia naturaleza nunca puede ser un fin en si misma, sino un medio para conseguir un fin y puede, por esto, formar parte de la vida espiritual de los hombres sólo indirectamente mientras que los restantes campos de la creatividad humana se elevan por encima de las formas puramente funcionales o técnicas.

Pero ellas también, siguiendo las leyes de la naturaleza, se orientan en busca de la claridad y pureza de su apariencia. De este modo, el descarte por parte de la arquitectura de las fachadas ornamentadas y los muebles decorados y el desarrollo de sus formas derivadas de la función del edificio hace que estos se construyan no de fuera hacia adentro, sino de dentro hacia afuera, el camino natural.

Así también la tipografía se libera de sus formas superficiales y formalistas del presente llamadas "tradicionales" y que son diseños que llevan largo tiempo fosilizados. Para nosotros, la sucesión de estilos históricos, reacciones en contra del Jugendstijl o Art Nouveau, no son más que pruebas de incompetencia creativa. No puede, y no debe, servirnos de ayuda hoy en día la extrema inflexibilidad de la tipografía de siglos anteriores, ella misma condicionada por su propio tiempo. Nuestra era, con objetivos totalmente diferentes y con diferentes caminos y tecnologías disponibles, debe dictar nuevas formas externas. Aunque su significado es innegable, pensar hoy que la Biblia de Gutenberg representa un logro que nunca podrá ser alcanzado es una ingenua y romántica

tontería. Si queremos realmente probar nosotros mismos el valor de los logros del pasado que son claramente significativos, debemos fijar que nuestro propios logros trasciendan a nuestro tiempo. Sólo podrán llegar a ser «clásicos» si son atemporales. La esencia de la nueva tipografía es la claridad. Esto la pone en deliberada oposición a la antigua tipografía cuyo objetivo era la «belleza» y cuya claridad no tiene nada que ver con el alto nivel que se requiere hoy en día. Esta extrema claridad es necesaria hoy porque las múltiples cantidades de impresos que reclaman nuestra atención, requieren una gran economía de expresión».

El mejor ejemplo de la nueva tipografía es la puesta en circulación del tipo Futura creado por Paul Renner en 1924, que fue creado a partir de formas geométricas puras, con clara influencia de la estética *Bauhaus*. Los postulados y prácticas de la nueva tipografía convivieron en el tiempo con el estilo *Art Déco*, que formalmente tomó carta de naturaleza en 1925 en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales de París. Mientras los seguidores de la tipografía elemental tenían entre sus retos cambiar la sociedad los diseñadores de *Art Déco* respaldaban con sus trabajos el nuevo consumismo. Tipográficamente las creaciones de *Art Déco* apenas podían ser útiles para fines comerciales ya que en las letras predominaba el factor estético al de legibilidad, con profusión de formas geométricas, abstracciones y signos tridimensionales.

Aunque el diseño durante la década de los años treinta se escapa ya al objeto de nuestra investigación, si queremos señalar que el fascismo emergente persiguió tanto a los movimientos artísticos de vanguardia como a la nueva tipografía. En Alemania los nazis calificaron como "Arte Degenerado" el trabajo que había promovido la *Bauhaus*, y sus principales impulsores como Van der Rohe, Gropius, Bayer, o Moholy-Nagy, emigraron a Estados Unidos. En todo caso, en aquel país la balanza se inclinaba más del lado del realismo que de la técnica plana del cartel europeo. Los hombres de negocios preferían

que las ilustraciones para sus anuncios llevasen fotografías, y las artes decorativas de París, o movimientos como *De Stijl* o el Constructivismo estaban alejados geográfica y artísticamente. En Norteamérica los carteles realistas-naturalistas con ilustraciones fotográficas eran la mayoría[54].

54. BARNICOAT, J., *op. cit.*, pp. 154-155.

5. Función del diseño gráfico.
Las normas de uso según los manuales de la época de la Exposición

5.1. Introducción

En el año 1928, con motivo de un curso organizado en Barcelona por Rafael Borí-Gardo sobre Publicidad y Organización, se presentó una exposición bibliográfica sobre literatura publicitaria que reunió dos mil volúmenes de todas las épocas y países. No obstante, los libros técnicos de este tipo eran escasos en aquella época, particularmente en España, y cabe mencionarse el texto del propio Borí-Gardo *Tratado completo de Publicidad y Propaganda*, editado en dos volúmenes en 1926, que en una edición posterior fue corregido, ampliado y editado en un solo volumen[1]. La producción de este tipo de manuales perseguía dotar de una base técnica y teórica al oficio de crear anuncios, pero también quería erradicar la imagen negativa que perseguía a la profesión desde el siglo XIX, por haber servido a la venta, entre otras cosas, de productos fraudulentos de farmacia. En idioma inglés fue pionera la revista técnica *Printers Ink*, editada por la agencia de publicidad Lord &Thomas, en la que ya se planteaba la publicidad como un método para influir sobre la mente humana. Entre 1918 y 1923 publicó una serie de artículos en los que se describía la publicidad como parte esencial del sistema industrial[2].

Hay que considerar que desde la última década del siglo XIX, hasta las primeras décadas del siglo XX, los teóricos de la publicidad aún defendían "el instinto" como herramienta de los técnicos de publicidad. Poco después ya empieza a extenderse el término "publicidad científica" como una materia que puede ceñirse a criterios objetivos para mejorar su eficacia y eficiencia. En la Universidad de Hardvard Daniel Starch publicó en 1923 *Principles of Advertising*, que fue decisivo en el inicio de la investigación en este campo. En Europa, hay que citar el trabajo en 1910 del alemán Victor Mataja en su *Die Reklame* y los trabajos en Francia en los años veinte y treinta de L. Chambonnaud, profesor de varias escuelas Superiores de París[3]. En España el principal nombre propio de la época es Pedro

1. EGUÍZABAL, R.-GARCÍA-OCHOA, M.L., *La publicidad y los libros*, "Documentos de trabajo", 1, Universidad Complutense, 2001, p. 5 y ss.
2. *Ibidem.*
3. *Ibidem.*

Prat Gaballí, fundador en 1913 de la revista *Comercio*, fundador de agencias publicitarias como Fama, Veritas y Oeste y profesor de la Escuela de Altos Estudios Comerciales de Barcelona. Fue autor de manuales como: *Una nueva técnica: la publicidad científica* (1918), *Técnica de Publicidad* (1922), *Publicidad Racional* (1934), etc[4].

Según explica Satué en su historia del diseño gráfico español[5], el acontecimiento más importante de la jovencísima publicidad española tuvo lugar en 1914 cuando Prat Gaballí fundó en Barcelona la primera agencia técnica de publicidad, en la que colaboró Emilio Ferrer. Dos años después de la creación de la agencia de Barcelona, la Fundación Vizcaína Aguirre, puso en marcha la Universidad Comercial de Deusto, cuya dirección académica estaba a cargo de la Compañía de Jesús. Allí se impartían las disciplinas de Publicidad y Ventas a los que serían los primeros economistas de España, 25 años antes de que se creara oficialmente este título, siendo la primera Facultad privada de España en obtener esta acreditación. Tras integrarse en 1971 en la Universidad de Deusto como Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en 1973 se reconoció oficialmente su título.

Este capítulo está a caballo entre el Contexto Teórico y el Trabajo de Campo de la tesis, ya que empleamos fuentes primarias en texto e ilustraciones para tratar de reconstruir fielmente cuáles eran las principales normas de uso que los teóricos de la materia recomendaban en la época a los técnicos de publicidad, precursores de los que hoy se conoce como diseñadores gráficos. Con ello queremos tener una noción objetiva de las prácticas del oficio, que nos permita analizar ajustadamente a su tiempo el material gráfico de publicidad y propaganda que hemos reunido.

Nos basamos de forma fundamental en dos textos que hemos recuperado en librerías de viejo, y que son verdaderos manuales prácticos: por una parte la adaptación al español que hizo en 1927 Alfonso Carnicero Barrio del texto de Chambonnaud *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos*, que forma parte de una serie de diez tomos

4. *Ibidem.*
5. *op. cit.*, p. 235.

editados por la editorial Labor bajo el nombre genérico de *La Nueva Técnica de los negocios* y que fue publicado por la Biblioteca de Altos Estudios Comerciales. Todos ellos están firmados por técnicos en publicidad franceses, en colaboración, en algunos casos, con el propio Alfonso Carnicero, al que presentan como Consultor en Publicidad y Ventas y ex profesor de estas especialidades en la Universidad Comercial de Deusto. Reproducimos parte del texto e ilustraciones originales.

También nos sirve fuente primaria en texto e ilustraciones el manual de Pedro Prat, *Publicidad Racional*, publicado en 1934 por la editorial Labor de Barcelona. Además, consultamos para la elaboración de este capítulo los textos de Chambonnaud y Carnicero sobre psicología de la publicidad publicados en dos partes en 1926 y 1927 con el título *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos*[6].

Chambonnaud advertía en 1927 que lo más frecuente es que las empresas confiaran la realización de sus prospectos, folletos, o impresos directamente a las imprentas, cuyos responsables con frecuencia desconocían las técnicas más avanzadas de composición y redacción. Así, aún en esa época era corriente que los membretes de las cartas se compusieran siguiendo la tradición antigua, que obligaba a representar en grandes caracteres el nombre de la empresa, además de una vista panorámica de la misma y las medallas y diplomas obtenidos en exposiciones. Es pertinente señalar que ya en este tiempo comenzaba a señalarse que los impresores sólo eran especialistas en tipografía, litografía o en otros procedimientos gráficos; pero no en composición de imágenes ni en redacción de textos; pese a lo cual, no solían rechazar los trabajos, ni le sugerían a los clientes que se dejasen asesorar por los diseñadores de aquel tiempo; entonces aún denominados "técnicos en publicidad". Además, este autor advertía de que los impresores carecen de tiempo y medios para realizar investigaciones para lograr mejorar la presentación de sus trabajos, "hallar formas nuevas, componer dibujos u ornamentaciones artísticas", para lo que se consideraba preciso,

6. CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A.: *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos*, Labor, Barcelona, 1933, p. 17.

«...además del tiempo material necesario para su ejecución, invertir muchas horas examinando documentos en las bibliotecas y reflexionando sobre ellos (...). Es indudable que cuando se trata de componer sólo texto o ajustar varias páginas, casi todos los impresores son capaces de hallar una disposición buena; pero esta disposición, que puede parecerles bien, ¿será la más a propósito para los gustos de la clientela? Esto no lo puede saber el impresor, a no ser que se lo hayamos advertido antes sirviéndole de guía en el trabajo».

5.2. Principios psicológicos de la publicidad

La popularización a finales del siglo XIX de las revistas y de las grandes enciclopedias con ilustraciones obligó a establecer estrategias para hallar una lógica interna o psicológica de la composición que hiciera posible hacer eficaz y atractiva la comunicación. Tradicionalmente se consideraba que la imagen debía estar sometida al texto, incluso en aquellos casos en los que aquella era el elemento esencial de la composición. En los textos literarios, las ilustraciones incluso llegan a ser superfluas, e incluso estrategias con las que el editor quiere atraer a posibles compradores. Hoy en día se impone la doctrina de la congruencia, que otorga idéntico valor a la imagen y al texto, si bien una u otra pueden alcanzar preeminencia en virtud de la impresión que causen en los lectores[7].

La eficacia del conjunto del diseño se alcanza con la fusión entre ambos componentes, para ello hay que considerar que el texto suele ser monosémico, sólo se puede interpretar de una manera; y su coste de descodificación es más elevado. Por el contrario la imagen suele descodificarse instantáneamente, aunque su debilidad es que suele ser polisémica. No obstante, la técnica permite manipular las imágenes eliminando aquellos rasgos que le resten coherencia al mensaje global. Naturalmente, hay diseñadores que reniegan de la doctrina de la congruencia, y experimentan con el atractivo visual que pueden ofrecer

7. MOLES, A.-JANISZEWSKI, L., *Grafismo Funcional*, CEAC, Barcelona, 1992, p. 9.

composiciones alternativas, aparentemente caóticas, en las que incluso el texto y las imágenes pueden ser contradictorias[8].

La Psicología de la *Gestalt*

La Psicología de la *Gestalt* surgió como corriente de pensamiento en la Alemania de principios del siglo XX. Sus teóricos más destacados fueron Wolgang Kohler, Kurt Koffka, Kurt Lewin y Max Wertheimer. Esta escuela se fundamenta en el axioma: "el todo es más que la suma de las partes", y sostiene que el cerebro se rige por ciertas leyes para configurar los elementos que le llegan a través de los sentidos y de la memoria. Estas son:

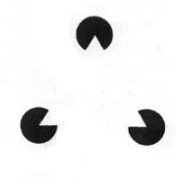
Ley del Cierre. Nuestra mente añade los elementos faltantes para completar una figura.

Ley de la Semejanza. Nuestra mente agrupa los elementos similares en una entidad. La semejanza depende de la forma, el tamaño, el color y el brillo de los elementos.

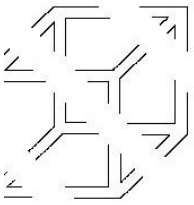
Ley de la Proximidad. El agrupamiento parcial o secuencial de elementos por nuestra mente.

Ley de Simetría. Las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia.

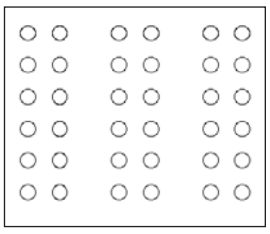
Ley de Continuidad. La mente continúa un patrón, aún después de que el mismo desaparezca.



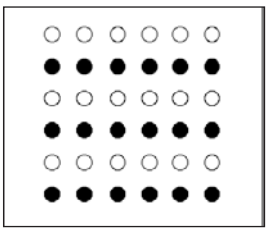
Ley de cierre



Ley de cierre

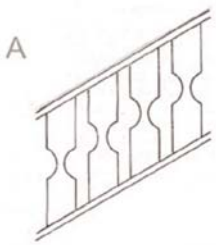


Ley de proximidad

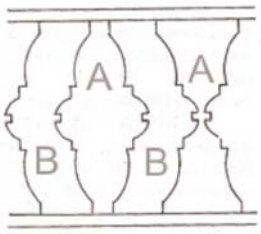


Ley de semejanza

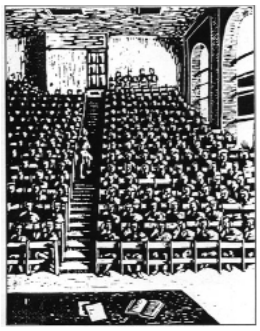
8. *Ibidem.*



Ley de simetría

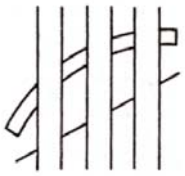


Ley de simetría

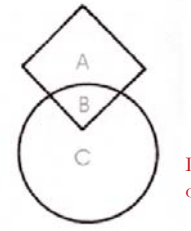




Ley de continuidad



Ley de la buena forma
o destino común



Ley de la buena forma
o destino común

Ley de la buena forma y destino común. Las partes de una figura que tiene "buena forma", o indican una dirección o destino común, forman con claridad unidades autónomas en el conjunto.

Los psicólogos de la *Gestalt* sostienen que nuestro cerebro está condicionado para percibir los fenómenos que se perciben de forma organizada y no como elementos sensoriales individuales. La palabra alemana *Gestalt* no tiene una traducción exacta en nuestro idioma, pero aproximadamente puede interpretarse como la suma de conceptos como la forma, el aspecto y la configuración. Para los promotores de esta teoría la organización de una imagen comprende una figura, sobre la que centramos nuestro interés, sobre un fondo. Los psicólogos de la *Gestalt* aseguran que el aprendizaje humano se produce por un proceso instantáneo de *insight*, el paso de la ignorancia al conocimiento ocurre repentinamente y sin que seamos conscientes del proceso.

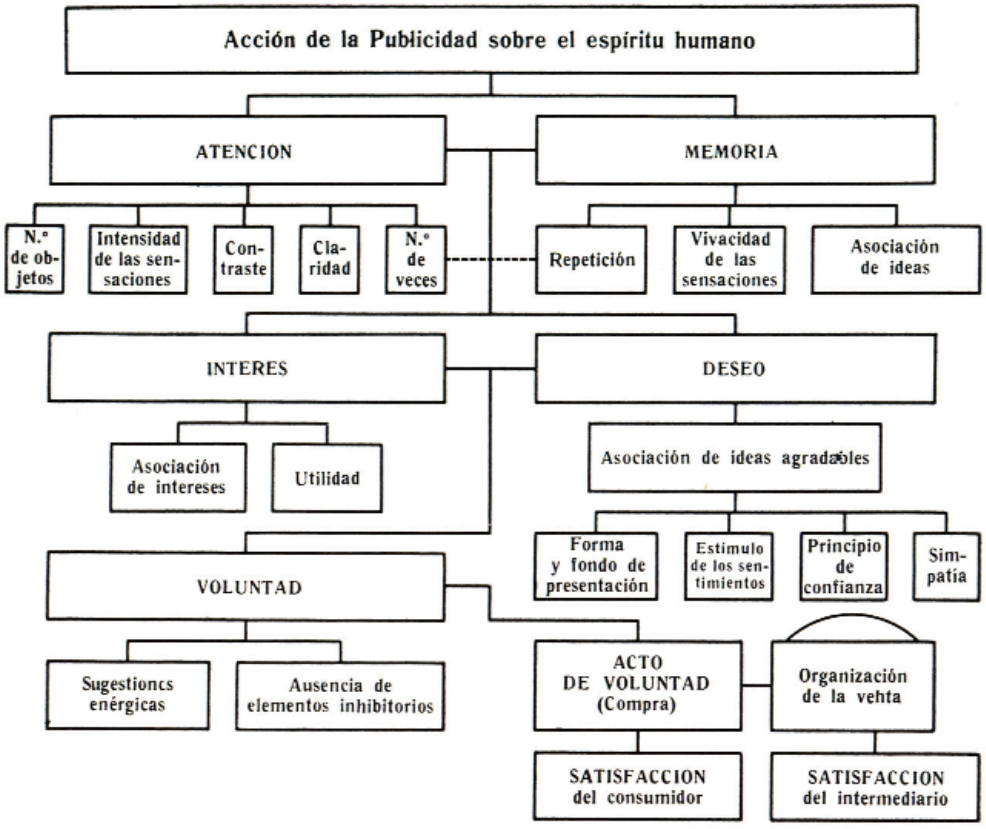
Psicología experimental

En la época de la Exposición Iberoamericana en países como Estados Unidos, Francia o Alemania proliferaron los estudios relacionados con una nueva disciplina: la psicología

9. PRAT, P.; *Publicidad Racional*, Labor, Barcelona, 1934. También sobre la psicología de la publicidad durante la época de la exposición consultamos CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A.; *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos* (Primera parte), Labor, Barcelona, 1926; CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A.; *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos* (Segunda parte), Labor, Barcelona, 1927. Estos dos últimos libros son los tomos VI y VII de la colección de la editorial Labor antes citada *La Nueva Técnica de los Negocios*.

experimental. A través del trabajo de Pedro Prat Gaballí[9], recogemos los principios por los que, en aquel tiempo, se regía la denominada "publicidad científica". Wundt fundó en 1870 el primer laboratorio de psicología experimental y Munsterberg aplicó unos años más tarde las conquistas de la psicotecnia a la consideración científica. Esta rama de la ciencia trata de determinar bajo qué estímulos es capaz de reaccionar la conciencia para que un individuo termine comprando un determinado producto. Ya Prat advertía que no es posible determinar con precisión matemática la relación entre la conducta humana y el proceso de compra; aunque como publicista le resultaba útil analizar determinados hallazgos de la psicología, en la medida en la que le permitía tanto orientar la elaboración de un anuncio como valorar distintos bocetos para elegir el que resultase más eficaz.

En este gráfico[10] Prat resume los principios psicológicos relacionados con la publicidad.



10. *Ibidem*, p. 92.



Automovilistas

a. La atención

Llamar la atención del lector es un medio y no un fin y, por lo tanto, además de atraer por su belleza y originalidad, un anuncio gráfico debe transmitir la utilidad de aquello que muestra, de tal manera que venza la resistencia del consumidor. Otro aspecto importante que demuestra la psicología experimental es que cuanto menor sea el número de objetos que presente un anuncio, mayor es la atención que se le presta. Hay que rechazar por lo tanto las apelaciones múltiples dentro de un mismo espacio gráfico.



Página de periódico.
Anuncio Plymouth.

Según Prat, el aunucio de ¡Automovilistas", es un ejemplo de mal uso del espacio publicitario. Los objetos están relacionados con el coche, pero son demasiados como para prestarles atención a cada uno de ellos.

Por otro lado, se presta más atención a lo grande que a lo pequeño, lo que hay considerar tanto a la hora de componer la imagen como al elegir la tipografía y la distribución de los espacios en blanco.

En la página de periódico en la que aparece el anuncio de Plymouth, resultaría, a su juicio, más eficaz éste anuncio, que aparece a la izquierda, ya que en el contexto de la página es el que más llama la atención por el tamaño de sus imágenes y su tipografía. Según Prat, los tres anuncios de teatro sólo son eficaces a través de la

atención voluntaria, pero no de la involuntaria. Según su opinión, el resto "representarían espacio perdido".

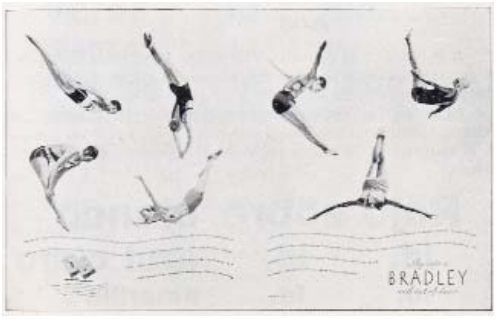
Otra manera de que los anuncios llamen la atención es aumentar la dimensión proporcional de los objetos que queremos promocionar respecto a aquellos que lo rodean. De esta manera también aumentamos su impacto psicológico.

También llaman la atención las formas que expresan movimiento. Los juegos armónicos de figuras y tipografías tienen fuerza expresiva.

En cuanto a los colores, Prat recoge experimentos en laboratorio que demuestran que, a una distancia de diez metros, los colores son más rápidamente visibles según el siguiente orden: rojo-amarillo-verde-gris-azul. A una distancia de 50 metros el color gris pasa al último lugar. Además, el color rojo es el más llamativo desde esta distancia sobre un fondo de otros colores que son, por orden de impacto psicológico de la imagen: blanco, azul claro,amarillo, anaranjado, amarilloverdoso, gris, rojo oscuro, granate. Respecto a la facilidad de lectura, la combinación más legible es la que combina tipo negro sobre fondo blanco, seguido de negro sobre amarillo, rojo sobre blanco y verde sobre blanco.



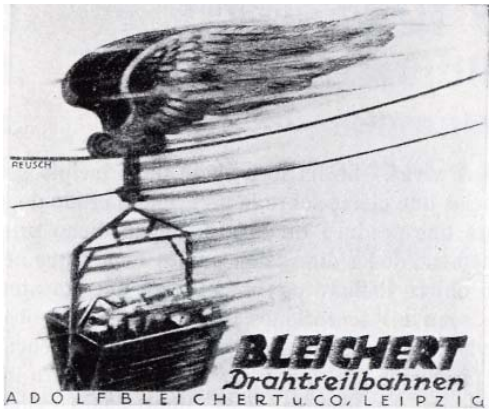
Elemento aumentado Sardinas Massó



Formas expresndo movimiento. Bradley



Formas expresndo movimiento.Gasoline



Formas expresndo movimiento. Bleichert



Anuncio de maletas. Revelation



Anuncio de maletas. Revelation

En la atención influiría, además, la facilidad de comprensión de la imagen. Es más llamativo el anuncio en la medida en la que más fácilmente se comprenda su significado. El anuncio de maletas Revelation es un buen ejemplo, ya que la imagen transmite movimiento e idea de viaje.

Pedro Prat sugiere que hay que componer siempre los anuncios siguiendo el hábito lector, que en los países occidentales es de izquierda a derecha y de arriba abajo. Las combinaciones poco armónicas de tipos y títulos pueden distorsionar la atención, y si se emplean, debe ser con cuidado de que el conjunto de la imagen mantenga el equilibrio. Además, los textos no deben ser compactos, las líneas deben disponerse con interlineado suficiente y nunca hay que cortar los títulos o las palabras.

Los dos ejemplos de Gal y Old Chum serían, según Prat, buenos ejemplos de composición en cuanto a la atención que despiertan. En ambos se mantiene el equilibrio entre la imagen y el texto, y la idea gráfica se comprende en el acto.



Anuncio de polvos de talco Gal.



Anuncio de tabaco Old Chum

b. La memoria

Según el teórico catalán, está íntimamente ligada a la atención. El poder de llamar la atención que tiene un objeto está relacionado con el número de veces que este se muestra o se evoca. En publicidad el poder máximo de evocación lo tienen los productos que consiguen que el nombre de su marca se haga habitual en el lenguaje cotidiano. Como ejemplos cita KodaK, Pernod y Termos.



Anuncio Kodak

Según Prat, el anuncio de Kodak aquí mostrado, tendría el máximo grado de evocación de la marca por conciencia de reconocimiento.



Anuncio de Elgorriaga

Para conseguir establecer la memoria de la marca es imprescindible, a su juicio, la repetición del estímulo, que tiene psicológicamente un valor acumulativo. Además, si el anuncio es acertado se asociará de forma natural, el producto que se ofrece con una idea sólida de lo que significa su marca. Es útil ofrecer en los anuncios distintas escenas y estilos que se identifiquen con la idea que se quiere transmitir del producto y que tendrán un efecto de evocación de la marca. En este sentido lo más útil es apelar a los sentimientos ya que "lo que emociona no se olvida pronto"; si bien siempre el anuncio debe estar sustentado por una llamada racional a la utilidad de aquello que se ofrece. Las asociaciones de ideas son úti-



Anuncio de Elgorriaga



Anuncio de Elgorriaga

les para estimular la memoria, pero siempre que éstas estén sustentadas en las costumbres habituales del público. Según este principio, es una estrategia acertada reproducir distintas escenas placenteras que el consumidor acabe por identificar con la marca. Pedro Prat pone como ejemplo la serie de anuncios que en la época anunciaba Chocolates Elgorriaga donde se recrea y repiten escenas en un ambiente del siglo XVIII, que están relacionadas con la historia del fabricante y le "otorga un crédito de su antigüedad"

c. El interés



Anuncio jabón la Cibeles

El manual *Publicidad Racional* defiende que es imprescindible relacionar la atención y el interés, ya que un anuncio que llama la atención no consigue vender un producto si su contenido no interesa.

El anuncio de jabón La Cibeles se pone como ejemplo al relacionar, por asociación de ideas, el bienestar familiar, el ahorro, y el producto que se anuncia.

Cualquier objeto que carezca de interés por sí mismo, puede llegar a interesar si se asocia a un objeto que ya sea interesante. Los dos objetos asociados actúan unidos en su impacto psicológico y la parte interesante extiende su cualidad a todo el conjunto. Según Prat, en una campaña de publicidad en la que se venden estufas,

en vez de promocionar el aparato, es útil recordar a los posibles compradores que este aparato proporcionará un ambiente cálido al hogar y evitará que sus bebés pasen frío.

La asociación de ideas es una estrategia que Prat consideraba muy innovadora, y así explicaba que «si concibiéramos la publicidad como en otros tiempos, es posible que empezáramos nuestra campaña a base de leyendas más o menos parecidas a estas: "Las estufas X son las mejores y las más baratas". "Las estufas X no tienen rival", etc; pero nuestra preparación nos hará ver en seguida que en el momento actual, sería ruinosa una campaña parecida, sin demostraciones y sin lanzar directamente la saeta de la publicidad, con la fuerza de un interés hacia otros intereses fuertemente arraigados en el espíritu humano: el del bienestar material, y más concretamente, el del confort en el hogar»[11].

Así, para una campaña de venta de estufas, Prat recomendaba estimular el interés mediante tres estrategias: ofreciendo ilustraciones del aparato dando calor en hogares modestos; demostrando que un obrero puede aspirar sin sacrificios a una ventaja de la que hasta entonces sólo se beneficiaban familias acomodadas; y una tercera estrategia encaminada a demostrar la seguridad e higiene del aparato, sin omitir alguna observación sobre el riesgo que presentan los braseros.



Anuncio de estufas



Anuncio de estufas



Anuncio de estufas

11. *Ibidem*, p. 123.

El interés de la campaña pueden dirigirse tanto al público general como a uno más específico. Sabiendo a quienes nos dirigimos, resultará más sencillo elaborar estrategias de venta fundadas en los intereses en cada caso.

En otro ejemplo de anuncio, de la misma marca de estufas, está dirigido específicamente al colectivo profesional de los arquitectos.

También Prat recoge trabajos que señalan las diferencias de interés en uno y otro sexo[12]:

> *«Un anuncio donde figure una señora ataviada con joyas y un paisaje cruzado con un ferrocarril, ejercerá una acción más eficaz sobre el espíritu del hombre que en el de la mujer. Interesarán a aquel, en primer término, el ferrocarril y la figura de la mujer. Las joyas y el figurín serán el foco gráfico de interés para la mujer. De ello se desprende que si el anuncio va especialmente dirigido a un público femenino, se habrá procurado en él relacionar el texto de la proposición con el interés inicial; esto es: el lujo, la elegancia, etc. Para un anuncio dirigido al público masculino se proponía en ese ejemplo que el texto se relacionase con el ferrocarril o con la belleza de la mujer.»*



Anuncio coches



Anuncio Gillette

12. *Ibidem,* pp. 126-127.

En *Publicidad Racional* se explica que el anuncio de coches mostrado en la página anterior, está dirigido, por asociación de ideas, a un público aristocrático.

En el anuncio de cuchillas de afeitar Gillette, se trata de crear simpatía asociando las ideas de comodidad, novedad y "razonada perfección".



Anuncio Jabón Heno de Pravia

d. El deseo

El manual técnico que manejamos señala que los objetos pueden interesar sin que por ello susciten el deseo de poseerlos. La psicología ofrece algunas sugerencias que permiten vencer la resistencia del público a comprar. Para ello no se deben presentar los objetos tal y como son, sino en la medida en la que estos existen en nuestra imaginación. La percepción de la realidad está condicionada por la sensación captada por los sentidos y por el recuerdo de experiencias previas. Los anuncios de las grandes marcas o de promociones muy conocidas, como estos que mostramos del jabón Heno de Pravia y del sorteo de la lotería de la Cruz Roja apelan a la mente de los receptores a recuerdos anteriores.



Anuncio Lotería de la Cruz Roja

Además es útil relacionar las evocaciones que los anuncios estimulan con recuerdos que despierten sensaciones y sentimientos agradables. Pedro Prat pone el caso del anuncio de Palmolive en el que se apela al sentimiento de belleza, repitiendo en todos la campaña el eslogan "Conserve el cutis de colegiala".



Anuncio Palmolive



Anuncio galletas Chiquilín



Anuncio Sheffield

También puede estimularse el deseo de ahorro, como en el anuncio de aceite de motor Standard Oil.

e. La voluntad

La finalidad de la publicidad es, según Prat, determinar actos de compra. Para alcanzar este objetivo sugiere que se apele siempre a la sensibilidad. «Para ejercer la influencia por medio de la propaganda sobre las ideas de nuestros lectores no basta una fría oferta, por documentada que ésta sea. El anuncio que únicamente tuviese poder para influir sobre las ideas, con ausencia de la sensibilidad, no produciría el efecto positivo en la compra y, por lo tanto, carecería de rendimiento»[13].

El publicista debe, pues, elegir qué estímulos conviene a los sentimientos de los posibles clientes, a fin de que las apelaciones de los anuncios creen primero el deseo y después termine por condicionar la voluntad de compra en el lector. En este sentido vemos ejemplos de apelación al instinto maternal en los anuncios de la firma de leche Sheffield y de las galletas Chiquilín.

También se puede apelar a otros instintos como el de comer o beber, el de la curiosidad, el de vestir, o bien hacer un llamamiento a cualquiera de los cinco sentidos. Se pone como ejemplo el anuncio del café sin cafeína Sanka, en el que se apela al sentimiento de confianza del consumidor: "Bébalo y duerma".

13. *Ibidem*, p. 133.

El de Frigidaire persigue estimular el sentido del gusto, presentando de forma realista distintos alimentos. El de Bamberger & Hertz es una apelación gráfica al calor.

A juicio de Prat, existen tres clases de necesidades susceptibles a la acción de la publicidad[14]: las latentes, que no existían antes de promocionarse el producto; las exteriorizadas, que son las que reconoce el consumidor; y las preferentes, en las que el consumidor ya se ha decidido sobre una marca, y sobre las que hay que realizar actividades de refuerzo en el caso en el que ésta sea la de nuestro cliente. En este sentido, la publicidad puede ser "sugestiva", cuando se pretende dar a cada anuncio un valor de eficacia inmediata; y "recordatoria", cuando se busca el valor acumulativo de la mención y la repetición. En el anuncio de Salto, se trata de apelar a la necesidad latente de las personas de mejorar el confort de su hogar.

En cuanto a la redacción de los textos de los anuncios, siempre hay que considerar los sentimientos que se pretende estimular y las resistencias que hay que vencer, diferenciando de manera particular, aquellas apelaciones que se hacen a los que ya son clientes de la marca[15].



Anuncio Bamverger & Hertz



Anuncio Sanka Coffee



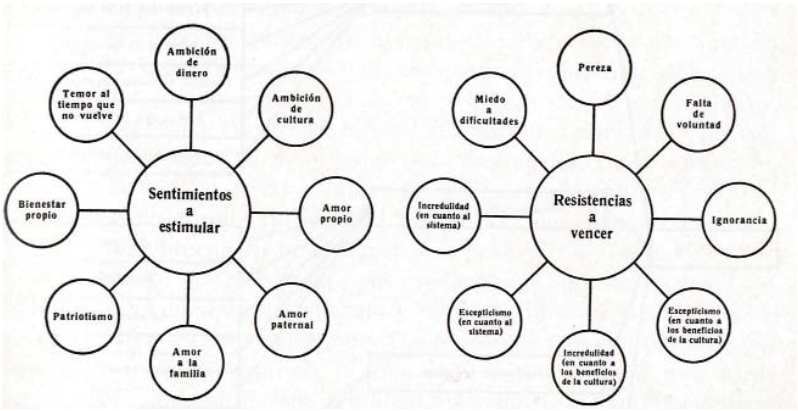
Anuncio Salto

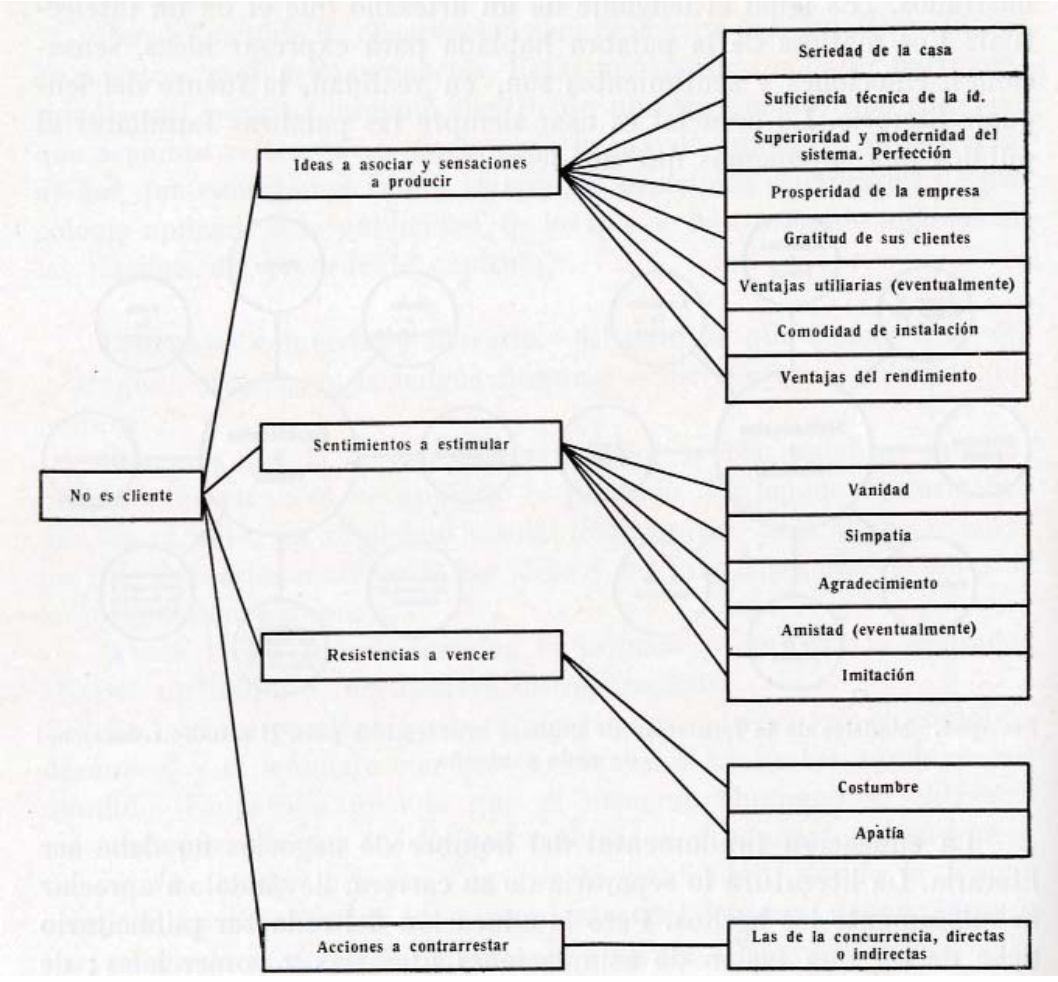


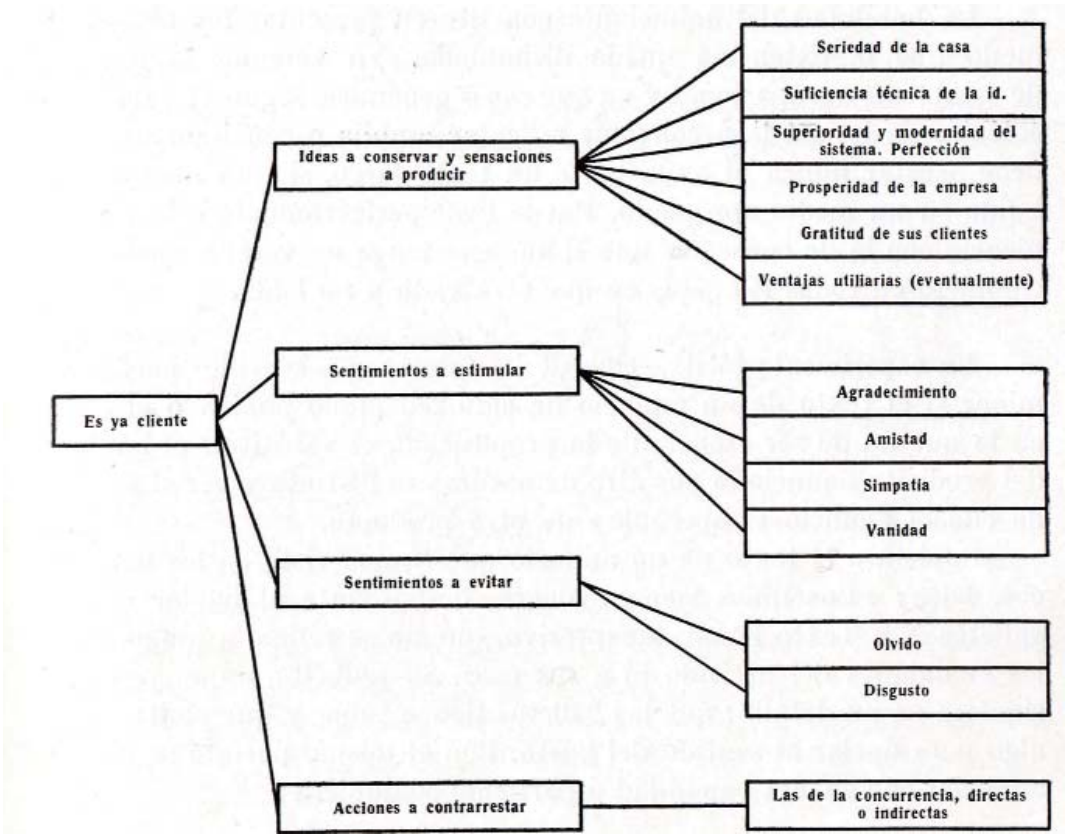
Anuncio Frigidaire

14. *Ibidem*, pp. 139-140.

15. Prat Gaballí emplea dos gráficos para resumir las apelaciones que deben hacerse a los que aún no son clientes y a los que ya lo son. *Ibidem*, pp. 156-159.


Sentimientos a estimular
Ambición de dinero
Ambición de cultura
Amor propio
Amor paternal
Amor a la familia
Patriotismo
Bienestar propio
Temor al tiempo que no vuelve
Resistencias a vencer
Pereza
Falta de voluntad
Ignorancia
Escepticismo (en cuanto a los beneficios de la cultura)
Incredulidad (en cuanto a los beneficios de la cultura)
Escepticismo (en cuanto al sistema)
Incredulidad (en cuanto al sistema)
Miedo a dificultades


No es cliente
Ideas a asociar y sensaciones a producir
Seriedad de la casa
Suficiencia técnica de la id.
Superioridad y modernidad del sistema. Perfección
Prosperidad de la empresa
Gratitud de sus clientes
Ventajas utiliarias (eventualmente)
Comodidad de instalación
Ventajas del rendimiento
Sentimientos a estimular
Vanidad
Simpatía
Agradecimiento
Amistad (eventualmente)
Imitación
Resistencias a vencer
Costumbre
Apatía
Acciones a contrarrestar
Las de la concurrencia, directas o indirectas



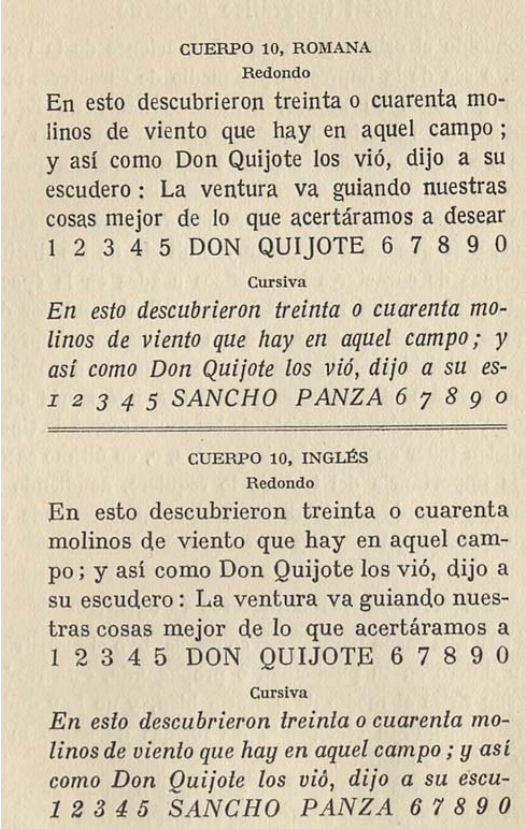
5.3. Características del texto, la tipografía

Además del componente semántico, cualquier texto tiene una carga estética. Las letras pueden mostrarse con diferentes tamaños y formas. La historia de la tipografía es tan antigua como la de la escritura. Se acepta comúnmente que la invención del alfabeto se remonta a dos mil años antes de Cristo en algún pueblo del Mediterráneo Oriental[16].

A finales del siglo XIX se recuperaron en las ediciones de lujo tipos creados imitando los alfabetos de los manuscritos de los siglos X al XIV. Durante el primer tercio del siglo XX proliferaron los nuevos tipos y, entre otros, tuvo éxito una letra que combinaba la egipcia con la elzeviriana y que estaba de moda en Estados Unidos.

16. Los fundamentos históricos sobre tipografía están analizados ampliamente en el trabajo de McLEAN, R., *Manual de Tipografía*, Tursen, Madrid, 1993.

Durante la época de la Exposición Iberoamericana[17], los clientes podían elegir la tipografía recurriendo a los muestrarios de los que disponía cada imprenta o, si el trabajo era relevante, consultando los muestrarios de las fundiciones tipográficas.



CUERPO 10, ROMANA

Redondo

En esto descubrieron treinta o cuarenta molinos de viento que hay en aquel campo; y así como Don Quijote los vió, dijo a su escudero: La ventura va guiando nuestras cosas mejor de lo que acertáramos a desear
1 2 3 4 5 DON QUIJOTE 6 7 8 9 0

Cursiva

En esto descubrieron treinta o cuarenta molinos de viento que hay en aquel campo; y así como Don Quijote los vió, dijo a su es-
1 2 3 4 5 SANCHO PANZA 6 7 8 9 0

CUERPO 10, INGLÉS

Redondo

En esto descubrieron treinta o cuarenta molinos de viento que hay en aquel campo; y así como Don Quijote los vió, dijo a su escudero: La ventura va guiando nuestras cosas mejor de lo que acertáramos a
1 2 3 4 5 DON QUIJOTE 6 7 8 9 0

Cursiva

En esto descubrieron treinta o cuarenta molinos de viento que hay en aquel campo; y así como Don Quijote los vió, dijo a su escu-
1 2 3 4 5 SANCHO PANZA 6 7 8 9 0

Algunos ejemplos de romana, e inglés

Los caracteres más frecuentes se agrupaban en dos grupos:

- La romana, caracterizadas por ser triangulares los trazos horizontales de terminación de las letras altas como la "d", "b", "l", y de las mayúsculas como "L", "T", "D", etc.
- Tipos de ojo inglés, las letras terminan en trazos horizontales rectos y al gunos perfiles de las letras son mucho más finos que los de la romana.

Tomando como base uno u otro tipo había infinidad de variantes que se diferenciaban en tamaño y grosor.

Chambonnaud recomendaba que se combatiera la monotonía tipográfica sirviéndose acertadamente del margen o espacio en blanco, interlineando más los párrafos, intercalando ilustraciones pequeñas o encabezando los párrafos con títulos o líneas secundarias, *«que como eslabones de la misma cadena aprisionarán la atención del lector, reteniéndola hasta que lea el final»*.

Además daba instrucciones precisas a la hora de elegir la tipografía[18]:

17. Véase: CHAMBONNAUD, L.-CARNICERO, A.: *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos*, *op. cit.*, pp. 38-73.
18. *Ibidem*, p. 52 y ss.

«Los caracteres de imprenta habrán de ser muy claros, para que se lean con facilidad; deben ser de un tamaño proporcionado al espacio que ocupen en el papel, o sea tipos pequeños para columnas de texto estrechas, y tipos mayores para las columnas anchas; deben armonizar con el producto que se ofrezca, empleando tipos negros y gruesos, por ejemplo, cuando se trata de un producto de hierro, y siendo finos si se trata de perfumes, etc.; habrá que colocarlos convenientemente, resaltando bien los encabezamientos o títulos de los párrafos, proporcionando los márgenes y el espacio en blanco para que la página impresa tenga el suficiente contraste y armónico aspecto».

Sugería que se empleasen los caracteres que se elegían en la mayoría de las revistas y periódicos, por haberse demostrado con la práctica que son los más legibles. Además no se mostraba muy partidario del abuso de caracteres gruesos:

«Los caracteres gruesos pueden emplearse alguna vez con el propósito de captar la atención del lector, haciendo resaltar alguna palabra o frase; pero si se compone una página entera con tipos gruesos, resultará más molesta que agradable. Un buen efecto tipográfico puede alcanzarse por medio del contraste entre los caracteres y el espacio en blanco, y también con el contraste en tamaño entre unos y otros, caracteres, así como entre los más finos y gruesos».

Tampoco es, a su juicio, conveniente emplear varias fuentes tipográficas en la misma plana, ni elegir caracteres enrevesados o poco legibles, ya que, en ambos casos, se resta legibilidad. Este autor francés también advierte que las líneas curvas, diagonales, verticales o en zigzag son mucho más difíciles de leer que las horizontales. El mismo autor hace una defensa de la uniformidad en la tipografía elegida en cada texto:

«El mayor mérito de la técnica tipográfica moderna es, a nuestro juicio, haber fomentado la uniformidad de los caracteres en el mismo impreso. Con ella se obtiene un

efecto hermoso y sobrio a la vez. Esta ley primordial de belleza no suelen cumplirla muchos impresores a causa del poco surtido que tienen, salvo algunas imprentas de primer orden, resultando de ello que el operario tiene que esforzarse más para producir un trabajo menos perfecto».

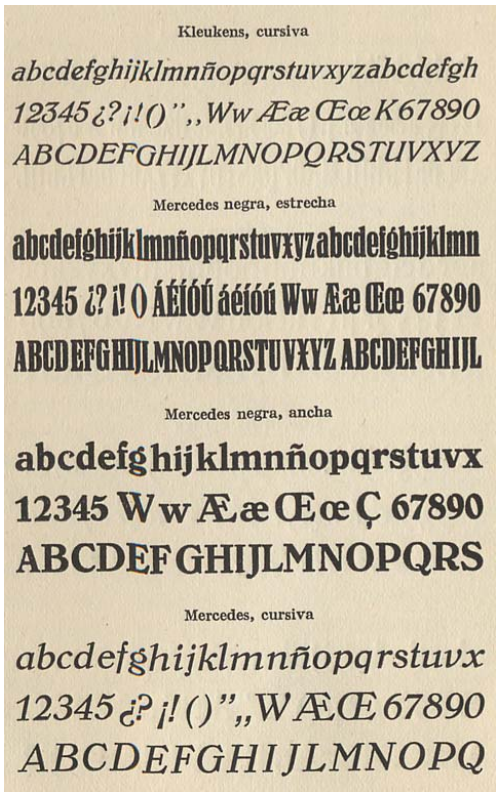
Resulta muy interesante para el análisis de nuestro material conocer de primera fuente qué era lo considerado "moderno", y cómo se podía diferenciar de lo antiguo:

«El estilo tipográfico moderno se funda en el dibujo grueso de sus trazos en los tipos, en las líneas, en las viñetas y ornamentaciones. Antiguamente predominaba el gusto por los caracteres finos, de perfiles muy delgados. En la actualidad se prefiere la mayor visualidad y, por lo tanto, se emplean tipos, rayas y ornamentaciones dibujados con trazos más gruesos; y como en materia de arte no conviene mezclar elementos heterogéneos, sino los que armonicen entre sí, no se podrán poner al lado de los materiales modernos aquellos de corte antiguo, que tanto se diferencian de éstos».

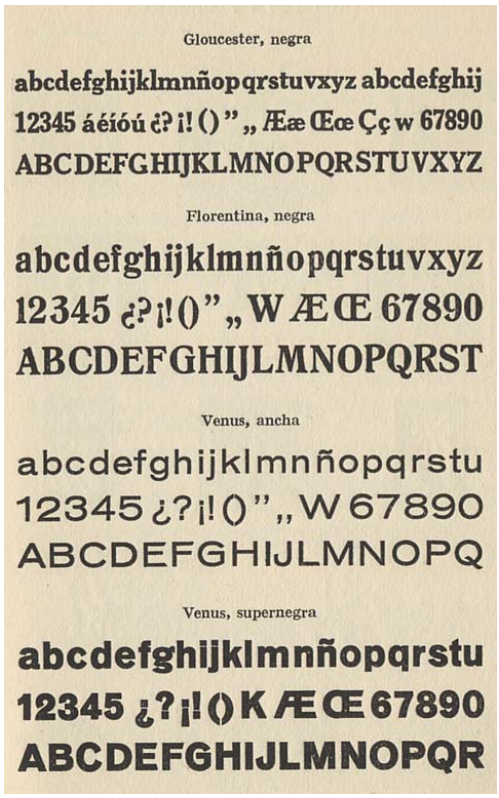
Este investigador también se pronunciaba sobre el uso de cursivas, y negritas[19]: Explicaba que, al igual que los subrayados, ambas se empleaban para reforzar visualmente la frase, aunque advertía de los abusos:

«Es tradición entre los impresores creer que los caracteres itálicos o cursivos deben emplearse para dar más vigor o más fuerza a una palabra o frase. Convendría probar si con otros tipos se pueden conseguir los mismos o superiores efectos. (...) Se observa que pueden conseguirse tales efectos subrayando la palabra o frase, si de ello no se abusa, porque entonces se convertiría la página en una serie de manchas lineales o de borrones. El uso de caracteres del mismo cuerpo y altura que el tipo corriente, pero más negros, se puede recomendar, si tampoco se abusa de ello».

19. *Ibidem*, p. 14 y ss.



Tipografías de la época

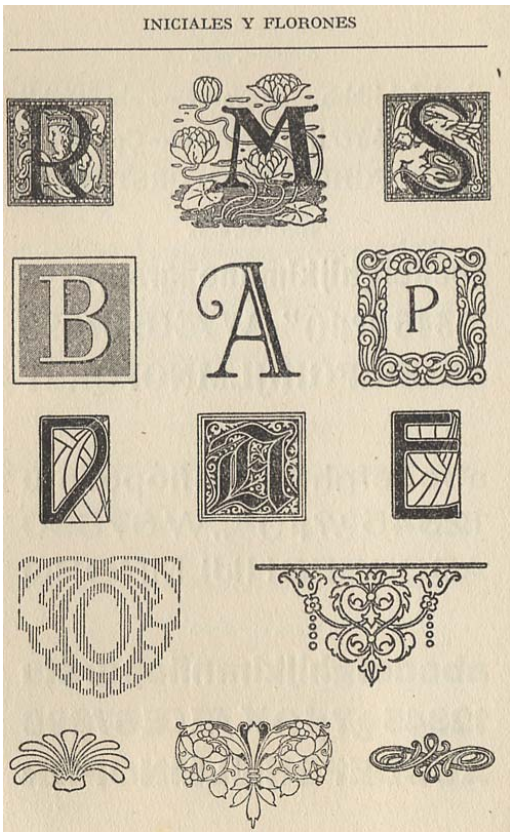


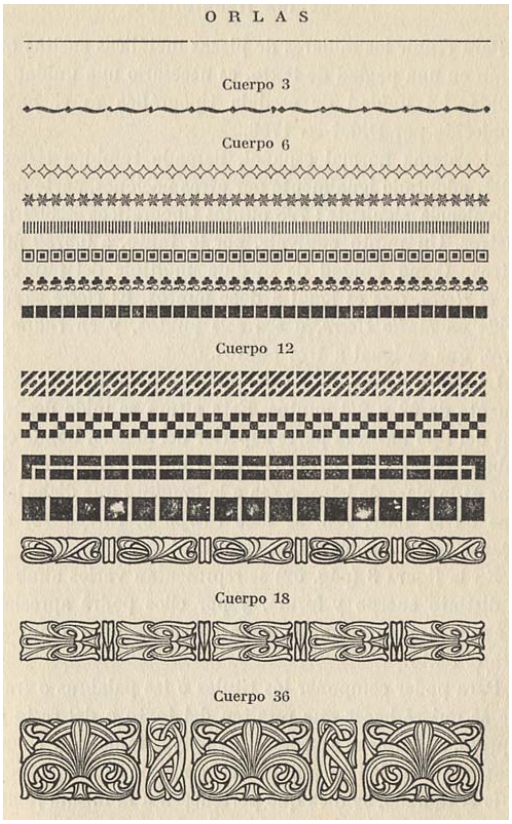
Tipografías de la época

Chambonnaud prefería limitar el uso de las letras mayúsculas, ya que restan legibilidad. En todo caso, sí debían emplearse para destacar el encabezamiento de los párrafos y también cuando los títulos sean cortos y haya que ajustarlos a las cajas de texto “al ser más anchas que las minúsculas”. También destinaba a las capitales un efecto de compensación visual respecto a las ilustraciones.

Resulta llamativo a los ojos de hoy en día, que se recomendase el uso de una u otra forma tipográfica en función de si se trataba de un mensaje dirigido a las mujeres o a los varones:

> *«Los caracteres cursivos presentan un aspecto marcadamente femenino al lado de la virilidad y fuerza característica de los tipos negros y gruesos. Por eso se emplean las cursivas, inglesas, etc. en la propaganda de perfumería, flores y modas, que exigen un ambiente femenino».*





Algunos ejemplos orlas y capitulares

Chambonnaud[20] ofrecía también a los técnicos en publicidad su opinión sobre qué criterios debían considerarse para crear una orla. Las modernas en la época eran las rectas, sencillas o dobles, estando ya desfasadas las de media caña compuesta por una raya fina y otra gruesa. Y en todo caso «la sobriedad, el uso acertado de los elementos decorativos, orlas y colores es lo que caracteriza al arte tipográfico moderno».

Sobre maquetación de textos en los anuncios, instruye en las ventajas de mantener la simetría de la plana, de tal forma que, al plegar por la mitad la página, coincidan ambas partes impresas. En caso de que no sea así se trata de una composición "eurítmica", en la que se disponen excéntricamente las líneas de los títulos, portadas, etc.

«En las composiciones eurítmicas, cuando haya mucho texto, se forman varios grupos, procurando que haya cierta simetría en cada uno, y dichos grupos se distribuyen por

20. *Ibidem.*

toda la plana; pero hay que tener cuidado de que no falte el debido equilibrio entre las masas visuales que forman los grupos, para que resulte un conjunto armónico y, por lo tanto, agradable a la vista».

5.4. Normas de composición de folletos y catálogos en la época de la Exposición Ibero Americana

Parece particularmente oportuno para nuestro trabajo detenernos en las instrucciones que Chambonnaud[21] proponía para diseñar folletos y catálogos. Estos últimos los consideraba como listas e inventarios de objetos en venta clasificados ordenadamente. Sus textos e ilustraciones debían ser especialmente documentales y objetivos, y su finalidad era representar fielmente los productos.

Como folleto entiende cualquier libro de pocas páginas que, aplicado al campo comercial, trata de un sólo producto. Debe ofrecer argumentos convincentes, detalles, demostraciones y ventajas del mismo. Los folletos deben, además, prever las objeciones que puedan ponerse al producto anunciado. Recomienda que la cubierta sea de un papel fuerte si está encuadernado en rústica; mientras que si está encuadernado en pasta deberá ser de mejor calidad, ilustrada y, si es posible, en color.

Para las cubiertas sin ilustraciones recomienda papel rugoso o de grano mejor que papel liso, ya que los caracteres resaltan más. En cuanto a los ejemplares encuadernados en pasta, sugiere que se utilicen cantoneras postizas de pergamino, y se forren después con papel de lujo o de seda. Las ilustraciones de la cubierta debían servir de reclamo de aquello que contenía el folleto y podían presentarse en relieve o en fotograbado, litografía, etc. La ilustración de la cubierta podía ser desde una representación del producto del que

21. *Ibidem*, pp. 178-203.

hablaba el folleto a un asunto independiente del mismo, como "un paisaje o una marina, o cualquier otro asunto original y atractivo". Se consideraba buena costumbre separar el texto y la cubierta con guardas sin imprimir y del mismo color que el interior de ella, así como ilustrar la hoja siguiente con figuras geométricas, marcas de fábrica, alegorías o monogramas, que podían ir impresas o estampadas.

También Chambonnaud explicaba que se realzaba el buen aspecto del folleto o del catálogo dejando la cubierta un poco mayor que las hojas interiores y bordes con barbas, "como si se tratara de papeles caros". Se podía además componer con doble anchura la primera hoja de la cubierta, plegándola hacia la derecha; o aumentar en una tercera parte la anchura de las dos hojas de la cubierta, doblándolas hacia dentro. Este autor ofrecía algunas sugerencias sobre los contenidos que debían ir en las cubiertas:

> *«Son muchos los folletos que llevan en la cubierta el nombre de la razón social y su dirección. Hay quien no considera conveniente hacerlo así por el riesgo de que el lector vea inmediatamente este indicio de venta y no se decida a leerlo. Tampoco son partidarios de que el título del folleto se refiera al producto. Prefieren frases que intriguen al lector y le obliguen a hojear las demás páginas. Como en la práctica se ha visto que los folletos con cubiertas compuestas de una u otra forma dan buenos resultados cuando son interesantes y están bien hechos, esto será lo esencial».*

Además ofrecía sugerencias a la hora de llevar a cabo la composición tipográfica en la cubierta y la portada. En su opinión hay que adecuar las fuentes al tipo de contenido del folleto, evitando en los didácticos o científicos las letras decoradas.

> *«Los títulos de los folletos, tanto de las cubiertas como los de la primera página o portada, han de componerse siempre con caracteres apropiados al objeto de que se trate y deben armonizar con el texto. En los títulos hay algo de arquitectura, y no se pueden componer caprichosamente sin perjudicar al conjunto. Al elegir los caracteres*

para los títulos debe hacerse de forma que satisfagan al más depurado gusto artístico. Se ven con frecuencia absurdos como el utilizar caracteres de adorno para el título principal de una obra didáctica. Atribuimos la causa de ello, más que a falta de gusto del tipógrafo, a la falta de material, pues hay muchas imprentas que están empleando hoy tipos pasados de moda hace muchos años».

Por otro lado, defendía la simetría, los tipos grandes en la portada y la regularidad del tamaño de las líneas frente a prácticas que ya consideraba pasadas de moda. Las líneas secundarias debían de tener una relación 1/3 respecto a la principal, que debían ocupar la posición superior de la página:

«El título moderno y las pocas líneas que le sigan habrán de tener simetría, formando un conjunto agradable que satisfaga las buenas reglas decorativas. La simetría exige el empleo de caracteres de la misma familia, que contribuyen notablemente a la belleza y a la legibilidad. Las líneas principales, que deben leerse rápidamente, han de resaltar entre las líneas secundarias por su tamaño, por lo vigoroso de su impresión o por el color, y si disponemos éstas en grupos, según el gusto moderno, la vista pasa por ellas más fácilmente que por las páginas o portadas compuestas a la antigua usanza, o sea, con líneas sueltas de diferentes dimensiones».

Chambonnaud se mostraba enemigo de emplear las ilustraciones en las portadas:

«El texto de la portada llenará la página. Se comprende que no es una tarea fácil componer una portada artística con una o dos líneas de texto, ya que no podemos emplear caracteres excesivamente grandes; pero siempre vendrán en nuestra ayuda las líneas ornamentales, y con pocas de ellas diestramente combinadas conseguiremos el efecto deseado».

En cuanto a las ilustraciones[22], sostenía que no era buena la costumbre representar los objetos en escalas muy diferentes. Las figuras humanas, jamás debían mirar de frente y sólo debían emplearse para favorecer que se conociese la escala del producto, así como porque permitían "dar más vida a la ilustración y aumentar su buen efecto". También se instruía sobre la indumentaria de los modelos:

> *«Un obrero mal vestido y sucio haría mal efecto junto a un lujoso y artístico tapiz. Lo mismo ocurriría con una señorita elegante junto a un transportador de carbón. En una ilustración que represente un motor de petróleo de 500 HP, estaría bien un operario en traje de faena y vuelto de espaldas en actitud de limpiar con algodones una pieza poco interesante de la máquina. Este obrero, con las manos en el bolsillo y visto de cara, haría mal efecto. Sentada al piano o junto a él sería una colocación adecuada para la señorita elegante».*

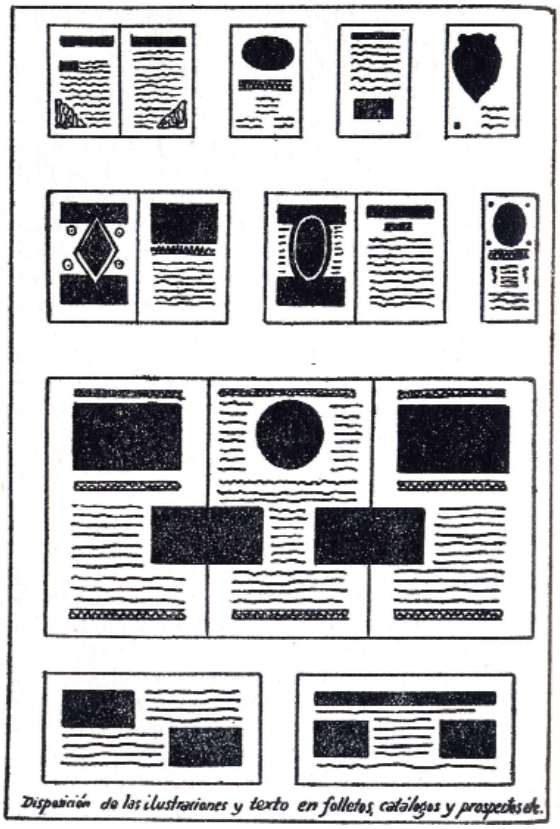
Las ilustraciones pueden ser circulares, ovaladas, rectangulares o limitadas por líneas rectas. A juicio de Chambonnaud, resultan mejor si se dibuja alrededor de las mismas un contorno con una raya negra muy fina, a excepción de aquellas ilustraciones que tuviesen fondos o superficies desvanecidas. También se recomendaba que antes de imprimir los fotograbados, se imprimiese sobre el papel blanco un fondo de color pálido, y sobre él, la ilustración: «como queda un margen blanco como borde del fondo impreso en color pálido, resulta el conjunto muy agradable». No obstante, se recomendaba a los impresores que calculasen bien las páginas que llevaban ilustraciones para evitar un defecto que por entonces se consideraba frecuente, que se compusiesen fondos u otras orlas en colores en páginas en blanco: «Una página en blanco con una orla de fondo es lo mismo que el marco de un espejo sin espejo o el espejo sin marco».

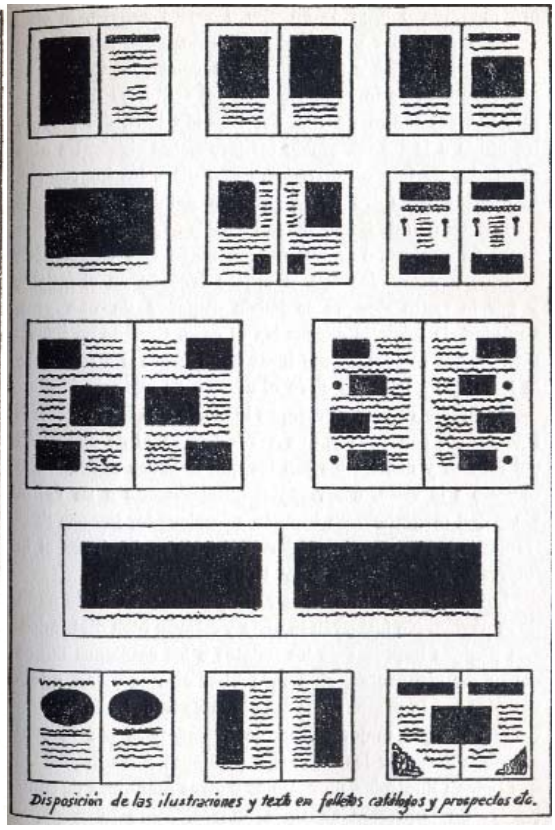
En lo concerniente a la maquetación de las ilustraciones, consideraba preferible que ocupasen páginas enteras en las páginas pares, mientras el texto iría en las impares, de

22. *Ibidem.*

forma que el camino visual empezase en la ilustración y terminase en la última línea del texto de la página impar. Se consideraba inadecuado colocar las ilustraciones de plana entera en forma apaisada con relación al texto y cuando la mayoría de las ilustraciones fuesen más anchas que altas, resultaba preferible hacer todo el folleto de forma apaisada. Las ilustraciones pequeñas debían colocarse en la parte superior de la página. Si todas las páginas llevasen ilustraciones pequeñas, se colocarían de forma que se garantizase la simetría, procurándose que el camino visual fuese desde la ilustración al texto inmediato a ella, debiendo escogerse para el final de las páginas pares ilustraciones que dirijan el camino visual hacia la parte superior de la página impar siguiente.

Para la maquetación de los textos, las cabeceras de los capítulos podían ser ornamentales, o ilustraciones largas y muy estrechas (panorámicas). Después de los títulos de los capítulos, se recomendaba que se dispusiera una letra inicial ornamentada o impresa en uno o varios colores, la cual encabezaría el primer párrafo del capítulo. Esta letra debía co-


Disposición de las ilustraciones y texto en folletos, catálogos y prospectos etc.


Disposición de las ilustraciones y texto en folletos catálogos y prospectos etc.

locarse de forma que no sobresaliese de la primera línea del texto. La segunda letra del párrafo iría unida a la inicial, yendo las tres líneas siguientes separadas de ésta o sangradas. Las letras restantes de la primera palabra irían como versalitas. Las letras iniciales se dibujaban muchas veces ex profeso, para representar asuntos relacionados con el contenido del folleto. En cuanto a los caracteres tipográficos sugería que fuesen proporcionados al tamaño de la página y con una composición no compactada, sino airosa, al objeto de no fatigar la vista. Además recomendaba que se intercalasen subtítulos con tipos algo mayores que los del texto para cortar los párrafos. Tales subtítulos, que a veces se colocaban en los márgenes, debían ser frases incisivas que estuviesen relacionadas con los párrafos que encabezasen, a fin de obligar a leerlos.

> *«La impresión en tipos nuevos, sobre buen papel y con buena tinta, resulta neta y muy limpia; los perfiles más finos se ven en toda su pureza, siendo el conjunto muy agradable a la vista. Es ésta una ventaja que ninguna otra arte gráfica ha podido disputar hasta hoy a la tipografía, ni aún el mismo huecograbado, como se comprueba comparando páginas impresas por ambos procedimientos».*

Los tamaños más corrientes de los folletos eran el holandés, de 210 X 270 mm y 150 x 210 centímetros aproximadamente. En opinión de Chambonnaud el primero, sobre todo, tenía la ventaja de que su tamaño estaba más extendido, lo que facilitaba su almacenamiento y clasificación.

Para calcular el número de páginas del folleto, se escogía primero el tipo, y conociendo la superficie impresa que había de llevar cada página, se sumaba la superficie de todas las ilustraciones y de los títulos, subtítulos, cabeceras y adornos. Si el original estaba escrito a máquina, se contaban las letras, signos y espacios que entraban en cada línea, y se calculaba el total de las letras del original, que, dividido por el número de tipos y espacios que entraban en una línea impresa, daba el total de líneas impresas, y dividido este total por el número de

líneas que entraban en la página, permitía conocer el total de páginas, a las que había que sumar el espacio que ocupasen las ilustraciones, títulos... calculados previamente.

Durante la época que estudiamos en nuestra investigación, el folleto y el catálogo debían hacer un llamamiento individual al lector y el contenido debía tener como objetivo la utilidad. Para ello debía redactarse de forma atractiva, facilitando informes y poniendo de manifiesto las ventajas que obtendrá con el uso de aquello que se anuncie.

Se debía redactar en estilo corto, agradable, familiar, huyendo de la pedantería, de manera que las ideas se comprendiesen sin dificultad. Por ello había que suprimir lo que no fuese interesante y no debían aventurarse afirmaciones difíciles de comprobar. Tampoco se recomendaban los elogios exagerados sino formar en el lector una opinión favorable al producto como consecuencia de los hechos que se le exponían.

Para que el tema fuese interesante había de empezarse por lo que más interesase al lector. Después se describiría aquello que quería ser ofrecido en el folleto, utilizando un estilo llano, exento de complicaciones, poniendo de manifiesto lo que de positivo tuviese aquello que se ofreciese. La redacción debía ser correcta ya que si el lector detectase faltas o errores, "desaparecería la sugestión".

Se recomendaba que el folleto se utilizase siempre que el producto anunciado estuviese dirigido a un público potencial limitado, ya que en otro caso sería más aconsejable la publicidad en prensa. Debían emplearse folletos siempre que hubiese material abundante acerca del producto. En este caso «podría llegar a ser un verdadero libro, que incluso se convirtiese en un tratado completo del género del que se trate».

5.5. Clases de papel

Durante los años veinte del siglo pasado las imprentas disponían de gran variedad de papeles, cartulinas, cartones, papeles de lujo, papeles de seda, japonés, cebolla; papeles para calcar, etc. Chambonnaud ofrecía recomendaciones precisas para facilitar la elección de unos u otros[23]:

Papel satinado

Es el papel más corriente. Cuando se miran a la luz por transparencia se puede comprobar la homogeneidad de su pasta. La buena calidad se comprueba por la ausencia de nubes o de residuos de madera. Las variedades más sólidas se reservan para la fabricación de registros.

Papel vergé

Visto al trasluz muestra rayas con filigranas finas y muy juntas, que se producen al prensar la pasta de papel mediante rodillos. Solían llevar la marca de fábrica, que se veía por transparencia. Se destinaba a cartas y a impresiones de lujo.

Papel Japón

Papel muy transparente que, por lo tanto no permite la impresión en el dorso. Tiene un tinte amarillento y los de calidad "Imperial" se empleaban en ediciones de gran lujo.

Papel pergamino

Es un tipo de papel que obtenía la apariencia de pergamino tras sumergirlo en un baño diluido de ácido sulfúrico. Se empleaba principalmente para envolver sustancias grasientas.

23. CHAMBONAUD, L.-CARNICERO, A, *op. cit.*, pp. 27-37.

Chambonnaud observaba[24] que la elección apropiada del papel ayuda eficazmente a la palabra impresa y a las ilustraciones en su misión de transmitir las ideas que desea el cliente. Cuando se elige mal, se convierte en un obstáculo a la eficacia de los folletos, catálogos, o prospectos.

> *«Los tipos, ornamentos, ilustraciones y colores de la propaganda suelen escogerse mirando a la consecución de los mejores resultados; al escoger el papel es lo corriente que no se tenga en cuenta más que su precio. No es menester decir que el papel más costoso no es siempre el más apropiado. Hemos visto muchos folletos y prospectos impresos en papel costoso que hubieran producido mejores efectos en papel más barato, pero más en armonía con el texto y las ilustraciones, y sobre todo con el objeto a que se referían aquellos. El precio del papel es el que decide realmente al encargar la propaganda impresa, y, a nuestro juicio, nos parece que una falsa economía es dejar exclusivamente a cargo del impresor la decisión en esta materia (...) Ha de notarse que cada parte de la propaganda impresa, planeada científicamente, como es obligado que se haga hoy, tiene que crear un ambiente favorable para el producto ofrecido, conduciendo al lector al fin concreto de adquirir el producto, y en este empeño le será de mucha ayuda un papel escogido juiciosamente».*

Tras admitir que el 90% del papel que se usa profesionalmente es de color blanco, se ofrecen estas recomendaciones a la hora de escoger uno u otro color para el papel :

> *«Un papel suave al tacto y de aspecto delicado creará un ambiente refinadamente femenino, y si la empresa que lo emplea en su propaganda se dedica a vender perfumes o trajes de seda para señora, no hay duda que conseguirá producir con él una impresión agradable y de gusto exquisito entre las señoras elegantes aficionadas a estos lindos artículos. Un papel de color moreno claro, con la superficie mate, será una cubierta apropiada para un catálogo destinado a caballeros. Un papel de color verde intenso*

24. *Ibidem*, p. 31.

en la cubierta de un programa anunciador de un partido de golf se asociará perfectamente con el campo en que se efectúa este juego. Un papel grueso, de lujo, de un color moreno fuerte, sería la mejor cubierta que podríamos hallar para un catálogo de muebles antiguos; en cambio, para otro catálogo de muebles modernos estaría mejor un color más claro. El papel de color rojo tendría aplicación adecuada en la cubierta de un catálogo de fundición; de la misma manera que el papel azul sería el más conveniente si se tratara de una fábrica de hielo. Las cubiertas de la propaganda impresa de los balnearios o estaciones veraniegas serian más atractivas si se emplease en ellas un papel de color amarillo claro y de superficie brillante, que contribuiría a crear un ambiente luminoso asociado con las arenas doradas por el sol. Para un catálogo de loza de China podría usarse un papel azul, rugoso, de pasta de madera, estampando a fuego una plancha de metal en el rectángulo interior de la cubierta, con objeto de alisarlo».

De hecho, este autor afirma que el de color crema o amarillo claro, impreso con tinta negra,

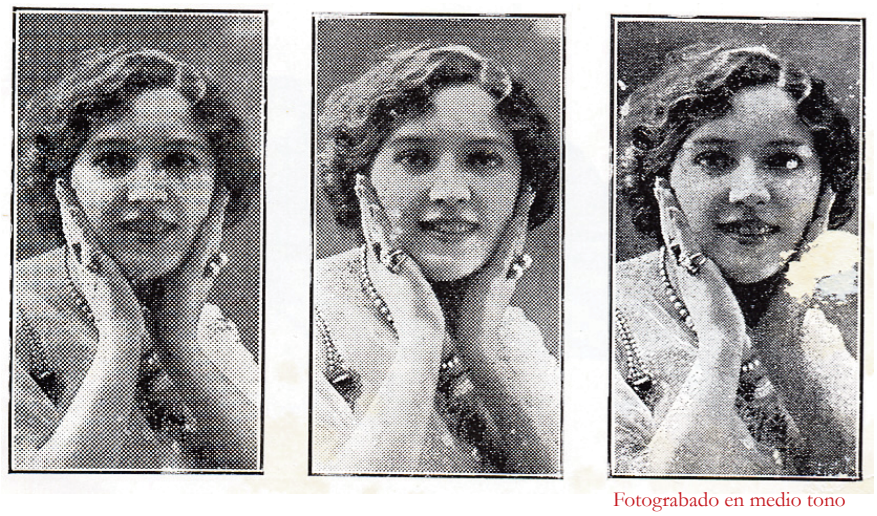
«...causa un efecto más agradable que el papel blanco, puesto que en éste es mucho más brusco el contraste con lo negro y brilla más la tinta (...) Pueden sustituir al papel blanco, y ventajosamente muchas veces, papeles de color amarillento, azul claro, verdoso, violeta, rosa y en general los de colores pálidos, siempre que las tintas con que se impriman estos papeles sean negras o azules, por ejemplo, u, otras que armonicen con ellos (...) Hasta en el papel de color gris, que es de más difícil tratamiento, pueden obtenerse artísticos efectos si se escoge un tono de color conveniente. De estos papeles, los hay que parecen de un color blanco sucio y otros imitan ese color poco grato de la neblina; ni unos ni otros emplearíamos. Pero escogido un papel gris de color más limpio, podemos imprimirlo con tinta azul o sepia, o con violeta o marrón si se busca un contraste más fuerte. En un papel de color azul pálido producirán buen efecto las tintas sepia o azul oscuro».

5.6. Métodos de impresión

El manual de negocios de Chambonnaud describía así los distintos métodos de impresión[25]:

Fotograbado

Fue una de las más importantes innovaciones en los procedimientos de reproducción de aquellos años, ya que permitió el desarrollo de la documentación por medio de ilustraciones. Los progresos realizados por el fotograbado le llevaron a ser el procedimiento preferido de reproducción de ilustraciones y fotografías, ya que además, tenía la ventaja de ser barato. El origen del grabado fotomecánico (grabados de línea, de medio tono y fotolitografía) data de la aplicación de un descubrimiento por Fox Talbot, en 1852. Se fundamenta en el principio químico por el que una solución de gelatina o de albúmina en la que se hubieran disuelto sales de bicromato sería insoluble en agua después de seca y de haber sido expuesta a la luz.



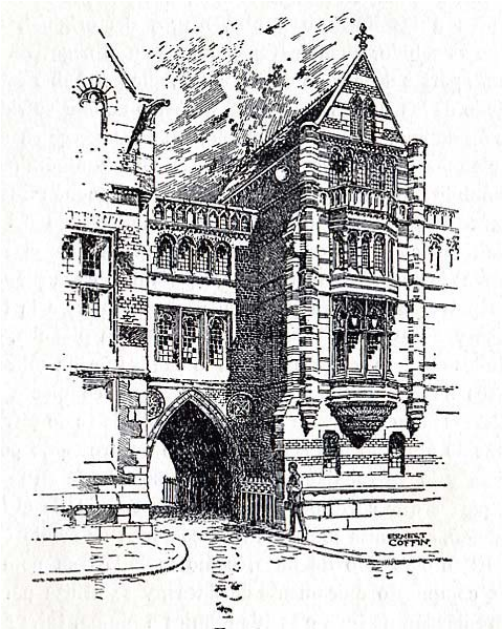
Fotograbado en medio tono

25. *Ibidem*, p. 75 y ss.

Fotograbado en medio tono

El fotograbado en medio tono era un procedimiento mecánico de reproducción fotográfica sobre una placa de imprimir en la que se grababan los detalles de una fotografía, de un dibujo o de una pintura, con las diferentes gradaciones que tuviesen los colores en el original. Se llamaba en medio tono por el hecho de que en el grabado se reproducían no solamente los blancos y negros intensos del original, sino todas las manchas grises intermedias o medias tintas, obteniéndose un efecto similar al de una fotografía. El procedimiento, que estaba ya muy extendido, era relativamente moderno para la época, puesto que empezó a adoptarse generalmente el año 1890. Los fotograbados en medio tono se obtenían por medio de fotografía sobre cobre, cinc o bronce, siendo más frecuentes los dos primeros. Se obtenía mayor calidad cuanto mayor era el número de líneas de la cuadricula y más alisada la superficie del papel. Véanse, en la página anterior, tres pruebas con otras tantas retículas.

Fotograbado de línea



Dibujo a pluma reproducido en un grabado de línea

El fotograbado de línea, llamado también cincografía, por hacerse generalmente en placas de cinc, se obtenía recubriendo la capa sensible con albúmina bicromatada, exponiendo la plancha a la luz, después de seca, debajo del negativo. Tras ello se cubría con tinta grasa. Al sumergir en agua la plancha metálica y retirar la albúmina y la tinta grasa sobrantes quedaban solamente las partes que correspondían al dibujo del original. Después se espolvoreaba la plancha con cera y resina, que se adhería a la tinta grasa, y se calentaba, manteniéndose trazos

de la imagen, que resistía al baño mordiente compuesto por una solución diluida de ácido nítrico. Terminado el fotograbado, se montaba sobre madera, como los de medio tono.

El fotograbado de línea estaba compuesto únicamente de líneas, por lo que era útil para reproducir dibujos a pluma y su uso estaba extendido en los periódicos diarios, papeles para envolver, bolsas de papel, cartones, etc. También podía reproducirse con esta técnica sobre otros materiales como el celuloide, el cuero, el aluminio, o la tela.

Tintas mecánicas



Dibujo original como para un grabado de línea



El mismo dibujo completado con tintas mecánicas para producir el efecto de un grabado de medio tono

En los años veinte aún no se usaban en España. Era una combinación del fotograbado de línea con el medio tono. El original se dibujaba como para un grabado de línea, con tinta china sobre papel blanco, y después se aplicaban las tintas mecánicas, una serie de rayas y puntos que formaban un mancha gris uniforme. Aplicando tintas mecánicas diferentes y más o menos claras, se conseguían efectos similares a los del fotograbado en medio tono. La ventaja era que las figuras aparecían más claras y definidas incluso en papel de mala calidad. Otra ventaja era que ahorraban tiempo al dibujante, ya que con pocos trazos y el auxilio de las tintas mecánicas podían conseguir buenas ilustraciones.

Tricromía

En los fotograbados en color se preparaba un cliché para cada color, y se superponían en el papel las impresiones sucesivas hasta obtener la ilustración con todos los colores, mezclando los tres colores primarios.



Imagen litográfica dibujada por Federico Ribas



Imagen en tricromía obtenida con la unión de los colores primarios: amarillo, cyan y magenta

Litografía.

Litografía significa literalmente «escritura sobre piedra», ya que en su inicio todas las reproducciones litográficas procedían de dibujos grabados o dibujados sobre piedras especiales calcáreas, de un grano extremadamente fino y compacto, y sobre la superficie alisada se dibujaba con lápices o tintas grasas. Después se sometía la piedra litográfica a la acción del ácido nítrico, que sólo actúa en las superficies no dibujadas.

Los claros de la piedra absorbían el agua, mientras que el dibujo absorbía la tinta, igualmente grasa, y la transmitía al papel permitiendo reproducciones con líneas finas, claras y con uniformidad de impresión. Para determinar si los trabajos estaban hechos en litografía se comprobaba que en el envés de la hoja impresa no existiesen las huellas que dejaban los clichés de imprenta.

La litografía se empleaba para la estampación de carteles artísticos, etiquetas, cabeceras de cartas, cheques billetes de Banco y todos los trabajos que exigiesen la mano del artista. Se utilizaba también para imprimir sobre celuloide, hojalata y otros metales; en estos casos transfiriendo previamente la tinta a un cilindro de caucho desde la piedra litográfica. Hasta que se implantó el procedimiento de impresión en dos colores y la tricromía, se empleaba únicamente la litografía para todas las impresiones en colores.

Una de las ventajas de la litografía era la de ser más barata, ya que se podía multiplicar el mismo dibujo sobre la misma piedra o sobre otras, e imprimir a la vez otras tantas copias iguales; mientras en la imprenta habría necesidad de obtener un cliché para cada dibujo o componer otros tantos moldes.

Autocromía

Similar a la tricromía. Se imprimía en negro el fotograbado de medio tono, y encima se estampaban los colores litográficos utilizando cuatro piedras litográficas para los colores amarillo, rojo claro, rojo oscuro y azul. Este procedimiento se solía utilizar para tarjetas postales en colores.

Fotolitografía

Era un procedimiento poco usado. Se cubría la superficie de la piedra litográfica con una solución de albúmina y de bicromato de potasa, se dejaba secar y se exponía la piedra a la luz debajo del negativo fotográfico, impermeabilizando al agua la albúmina. Tras lavar la piedra con una esponja, se pasaba por encima un rodillo impregnado de tinta grasa litográfica que, rechazada por la humedad, sólo se adhería a las partes secas o impermeabilizadas de forma parecida a la fototipia.

Este procedimiento era utilizado para la reproducción de planos, dibujos y mapas. En la época existían prensas rotativas para impresión fotolitográfica, en las que la superficie impresora era una hoja delgada de cinc arrollada sobre un cilindro de hierro.

Impresión litográfica Offset



Imagen litofsset

Era el procedimiento más moderno y perfeccionado de la litografía, ya que permitía estampar en la rotativa, en uno o en varios colores, los fotograbados de línea y de medio tono. La impresión Offset competía con el fotograbado y la tricromía, siendo técnicamente superior a esos dos procedimientos. Se pasaba el original a la plancha de aluminio, lo mismo que se hace con la piedra litográfica, con la diferencia de que este original se ponía en positivo.

Tras impregnarlo con tinta litográfica se imprimía en un cilindro de caucho, quedando en negativo. El papel recibía la impresión en positivo desde el cilindro de caucho. Como ventajas se señalaba que podía emplearse cualquier clase de papel, rugoso o satinado, y no era indispensable, como en los fotograbados, emplear papel cuché.

Al igual que en la fotolitografía, los negativos de medio tono para la impresión Offset se hacían también con cuadrícula y se pasaban a la plancha de aluminio con tinta grasa. A la plancha se la trataba con una solución química y durante la tirada se humedecía con agua la superficie de la plancha de aluminio mientras los rodillos entintadores depositaban la tinta sobre ella. Las partes de aluminio húmedas rechazaban la tinta, mientras la imagen, cubierta por la tinta grasa, se impregnaba de tinta, reproduciéndola en el cilindro de caucho en cada impresión, y de éste la tomaba el papel.

Este procedimiento era especialmente ventajoso en grandes tiradas ya que las imágenes de las planchas de aluminio podían resistir tiradas de quince mil ejemplares sin deteriorarse. Después se podía componer otra igual desde el mismo original.

Huecograbado

En el tiempo de la Exposición Iberoamericana no se utilizaba en España, aunque sí en Estados Unidos, donde ya a comienzos de los años treinta, era el método de impresión empleado por sesenta grandes diarios. Para emplear esta técnica se sacaba primero una fotografía del original, y del negativo se obtenía un positivo sobre una película de celuloide. Con este se impresionaba a la luz un papel impregnado con una capa de gelatina bicromatada, realizando la exposición en combinación con una trama o retícula, que era diferente de las empleadas en fotograbado, ya que en huecograbado se ponía en contacto con el papel.

El espacio entre las líneas transparentes era más ancho que la línea misma y al exponer el papel bicromatado a la acción de una lámpara de mercurio a través de la trama, la luz pasaba las líneas transparentes hacia la gelatina insoluble en el agua. Después se mojaba el papel bicromatado en el que quedaba la imagen y la cuadrícula superpuesta, y se colocaba sobre el cilindro de cobre, sumergiéndolo en agua corriente, hasta que se desprendía el papel y aparecía la imagen.

Desaparecían así todas las superficies de gelatina no expuestas a la luz y que, por lo tanto, eran solubles en agua, y quedaba adherida al cilindro la gelatina endurecida, que había sido expuesta a la luz. La imagen quedaba divida en innumerables cuadrados pequeños separados por línea altas. Un baño ácido iba mordiendo el cobre en las partes no protegidas por la gelatina, y a medida que el trabajo progresaba se debilitaba el ácido, hasta que las altas porciones claras recibían un ligero mordido. La imagen estaba formada por millares de pequeños huecos hechos en el cilindro y divididos por líneas de cobre. Los huecos más



Huecograbado



Huecograbado multicolor



Fototipia

profundos correspondían a los tonos negros, y los más superficiales a los casi blancos. Al extenderse la tinta por las líneas lisas, se obtenían imágenes parecidas a la fotografía, ya que desaparecía la trama o cuadrícula de los fotograbados y de las impresiones en Offset. El huecograbado aceptaba cualquier clase de papel y la rotativa era muy rápida, obteniéndose efectos de gran calidad.

Fototipia

Al igual que el fotograbado, se utilizaba para la ilustración de catálogos, folletos y demás propaganda impresa, pero era más caro que el primero al poder obtenerse menos ejemplares. La superficie impresora de la placa fototípica era una capa muy delgada de gelatina sensibilizada con bicromato de potasa, que se extendía sobre una placa de cristal esmerilado y se calentaba en una estufa para conseguir una superficie de un grano muy fino. Cuanto más fino fuese el grano, mejores ilustraciones fototípicas se obtenían.

El procedimiento se fundaba en la propiedad de la gelatina bicromatada para absorber la humedad en las partes no impermeabilizadas por la acción de la luz, y de rechazar la humedad las partes oscuras.



El diseño gráfico en la Exposición Ibero-Americana de Sevilla. 1929.

PARTE II

Análisis del material recogido

Ainhoa Martín Emparan

1. El símbolo de la Exposición Iberoamericana de Sevilla. 1929

El símbolo oficial de la Exposición fue realizado por Santiago Martínez Martín (1890-1979). Nació en Villaverde del Río (Sevilla). Estudió en Sevilla en la Escuela Provincial de Bellas Artes y tuvo como profesores a Gonzalo Bilbao y a José García Ramos. En 1908 consiguió una plaza gratuita para las clases de dibujo del modelo en el Centro de Bellas Artes. Ganó diferentes concursos y obtuvo una beca creada por Sorolla, del que fue gran amigo. Además del símbolo de la Exposición realizó un tapiz, titulado "Homenaje de los navegantes españoles a la Virgen de la Antigua", creado por encargo del comité de la Exposición Iberoamericana. En su biografía destaca que pintó y dibujó numerosos retratos a personajes ilustres de Sevilla. En 1935, consiguió una plaza de profesor titular de Dibujo Artístico para la Escuela de Artes y Oficios y Bellas Artes de Sevilla. Fue adjunto a la presidencia de la sección del Ateneo, junto con Bacarisas, y participó en la revista *Bética*. Fue académico numerario de la Real de Bellas Artes de Santa Isabel de Hungría.

El símbolo, en blanco y negro, se enmarca en un círculo, símbolo de calidez e infinitud[1], en el que se introducen los elementos que describen la Exposición Iberoamericana: la bola del mundo, desde donde sale la Giralda, representando a Sevilla, y detrás de ella, una carabela que nos describe la unión de España e Ibero América. Debajo del símbolo, y siguiendo la forma circular, podemos leer la leyenda: "Exposición Iberoamericana". No es impensable que Martínez se inspirase para su trabajo en el símbolo que Peter Behrens había diseñado en 1899 para la editorial Insel Verlag de Frankfurt, que también consiste en un círculo con una carabela en su interior.



Símbolo diseñado por Peter Behrens, para la editorial alemana Insel Verlag en 1899

1. Dondis, D.A., *La sintaxis de la imagen*, Gustavo Gili, Barcelona, 1997. p. 58

A diferencia del empleo que se hace hoy en día de los símbolos corporativos, el de la Exposición Ibero Americana no lo hallamos en la mayor parte de las publicaciones –ni oficiales ni privadas– relacionadas con la Exposición.

Su difusión se limitó a parte de las publicaciones relacionadas con la propaganda encargada por el Comité Organizador sevillano. Aparece así, en el *Folleto Oficial*, en el de la *Sección de Arte Antiguo*, en la *Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento y Colonización de América*, en el de la *Cabalgata Histórica*, en el Plano con la nomenclatura de los Pabellones, en el álbum de estampas de Francisco Povo, en el *Himno Oficial* y en el *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile* (este último los editó la propia Imprenta de la Sección del Libro de la Exposición).

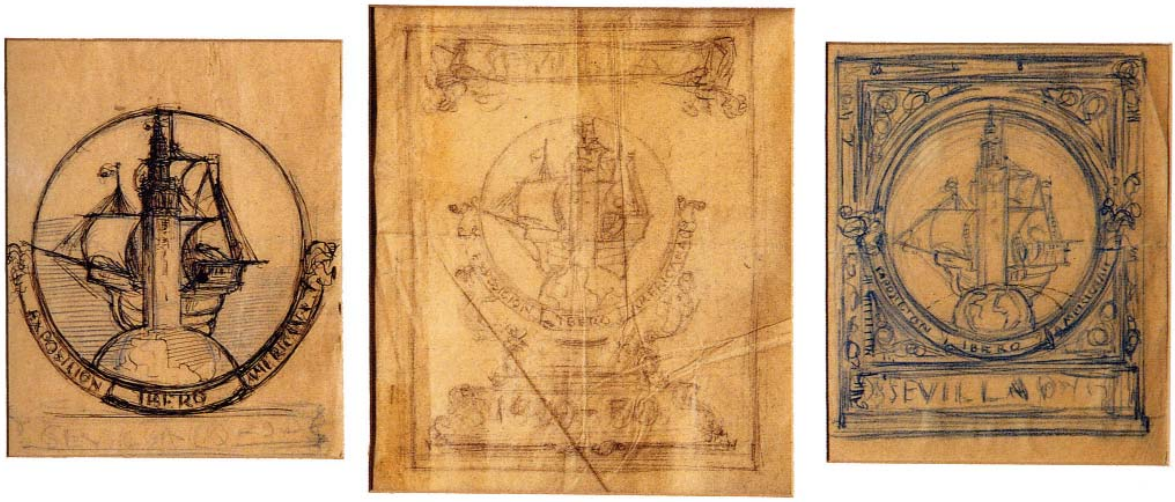
En todo caso, la iniciativa de crear un símbolo de la Exposición puede considerarse novedosa en su tiempo. Lo que hoy se denomina Identidad Corporativa, esto es, la unidad de comunicación de las empresas, había nacido en 1908, con el desarrollo que hizo Peter Behrens para la marca AEG[2]. Esta empresa alemana asumió, por primera vez, que el diseño no podía limitarse a la concepción gráfica y que debía desarrollar una concepción unitaria a sus producciones, instalaciones y comunicaciones[3]. Para desarrollar este concepto contrataron al arquitecto, diseñador industrial y artista gráfico, Peter Behrens, y poco después después al sociólogo austríaco, Otto Neurath quien, por primera vez, enlazaría las relaciones humanas con las comunicaciones y el mercado.

También en 1908, Camillo Olivetti, fundaba en Italia su empresa y, aplicó la misma lógica que Behrens y Neurath. En 1928 se estableció en Olivetti el servicio de publicidad, y éste dio lugar, tres años más tarde, al departamento de Desarrollo y Publicidad. En 1935 la empresa contrató a uno de los diseñadores gráficos e industriales más importantes del momento, Marcello Nizzoli, y al año siguiente a Giovanni Pintori. En Estados Unidos es a

2. MUT, M.-BREVA, E., *De la Identidad Corporativa a la indentidad Visual, un camino necesario,* Universitat Jaume I, Castellón, <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/5.pdf> consultado el 15/04/2006.

3. COSTA, J., "De la economía de producción a la economía de información", *Razón y palabra*, México, 2003.

partir de la década de los cincuenta cuando se incorporaron a las empresas diseñadores/teóricos de la Identidad Corporativa como Raymond Loewy, Paul Rand o Milton Glaser[4]. Institucionalmente hay que señalar que en 1913 Pierre de Coubertin eligió la imagen de los anillos enlazados como representación olímpica y bandera oficial y se estrenó como símbolo de identidad institucional en los Juegos Olímpicos de Amberes de 1920[5]. No obstante, fue a partir de los años 30 del siglo XX, cuando empezó a implantarse, tanto en el ámbito institucional como en el privado, el concepto de Identidad Corporativa, coincidiendo con el pleno desarrollo de la economía de consumo y de la industria moderna[6].



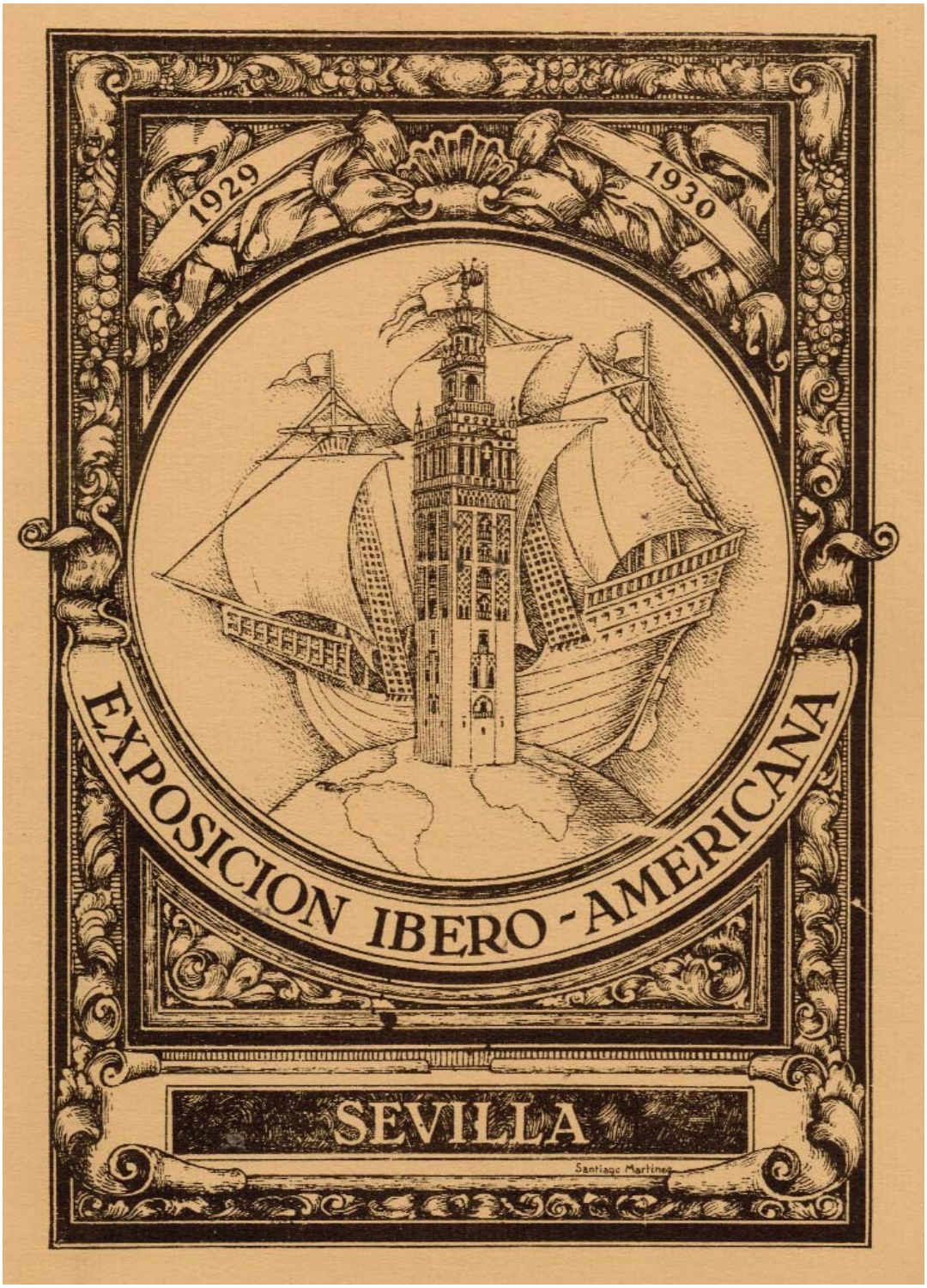
Bocetos del logotipo de la Exposición de 1929
Autor: Santiago Martínez. Colección particular

4. MUT, M.-BREVA, E., *op. cit.*

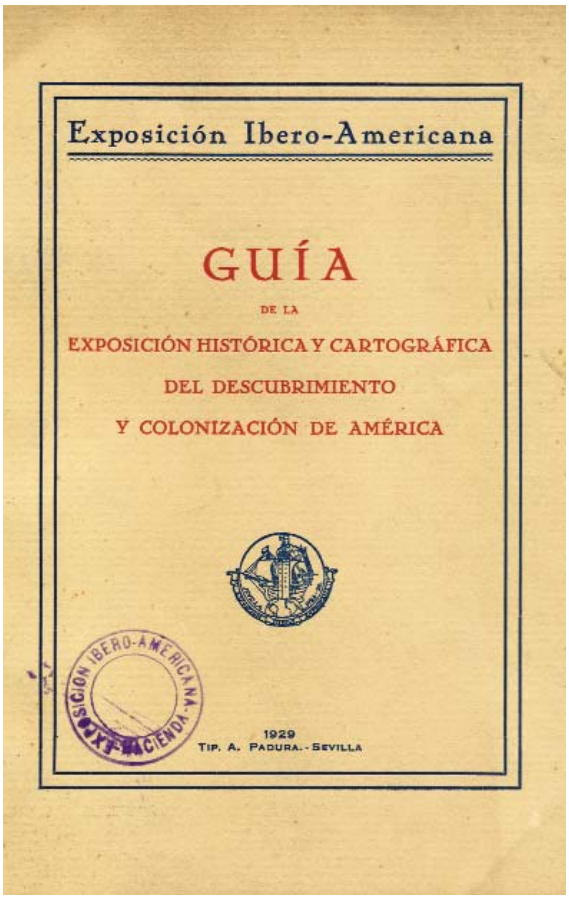
5. AAVV., *Historia de los Juegos Olímpicos*, Universidad de Huelva, <http://www.uhu.es/65125/Olimpiadas/historia.htm> consultado el 13/06/2007

6. GONZÁLEZ, J., *Identidad Visual Corporativa*, Síntesis, Madrid, 2002

Símbolo oficial de la Exposición Ibero-americana de Sevilla. 1929.
Portada del catálogo oficial



Utilización del símbolo:



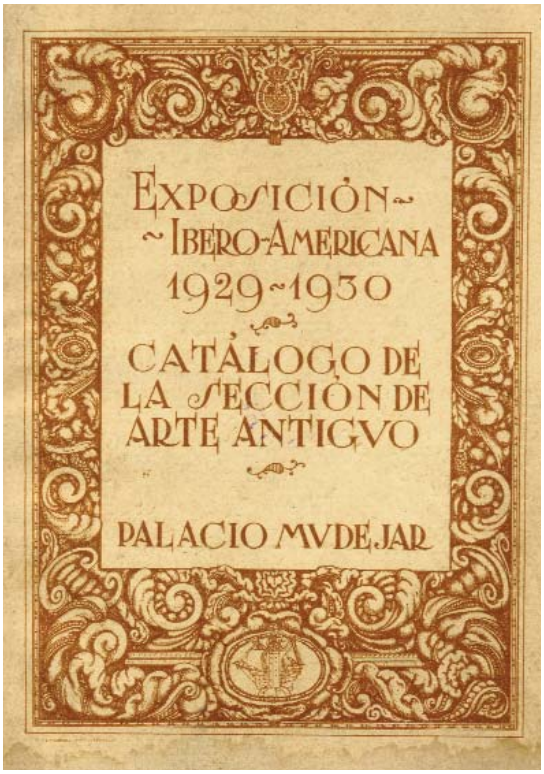
Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento y Colonización de América



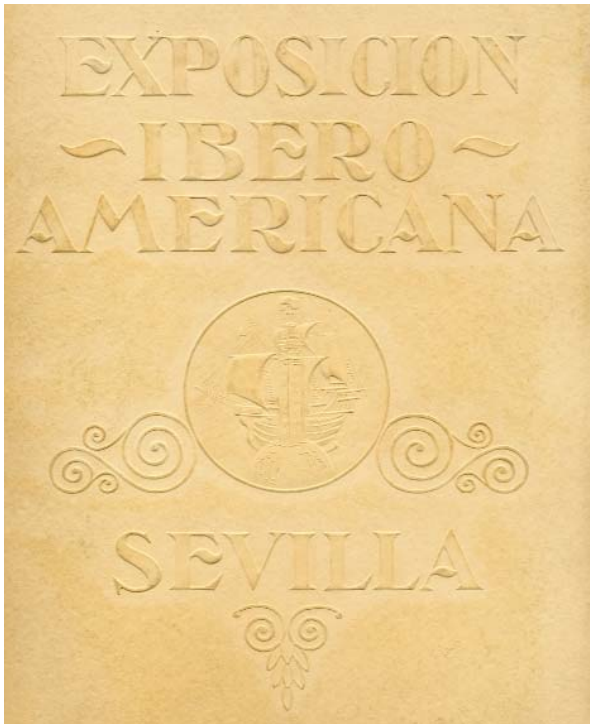
Guía de nomenclaturas con indicación sobre plano. En este caso el símbolo se ha simplificado con respecto al dibujo original de Santiago Martínez y se le ha dado color azul al cielo y al mar



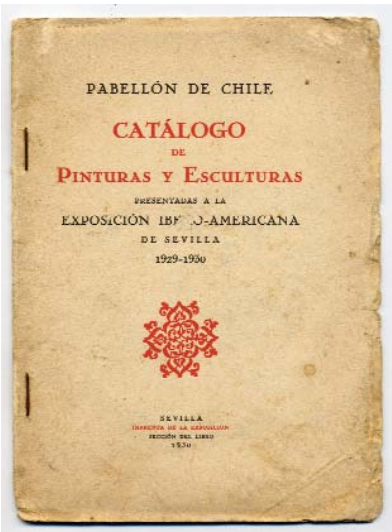
Cabalgata Histórica de la Raza Hispano-Americana. También existe una simplificación del símbolo



Catálogo de la Sección de Arte Antiguo. El símbolo aparece en el interior de un óvalo en la parte inferior de la página, pasándo casi inadvertido. Se mantiene el barco, la giralda y el mundo, aunque el resto varía con respecto al original de Santiago Martínez



Libro de dibujos de Povo. El símbolo mantiene la composición del interior del círculo pero varía el exterior dejando únicamente unas formas geométricas que sujetan el mismo por su parte inferior. Se ha tratado con un golpe en seco en la cubierta





Contracubierta del *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile.* El símbolo se presenta más recargado que los otros, introduciendo el texto dentro del círculo, partiendo de la bola del mundo, y no desde fuera, como en los ejemplos anteriores



Cubierta del *Himno Oficial de la Exposición de Sevilla.* El símbolo aparece en tres dimensiones, en las manos de una mujer de la época

2. Los carteles de la Exposición Iberoamericana de Sevilla. 1929

2.1. Introducción

La mayor parte de los carteles relacionados con la Exposición Ibero Americana se corresponden con la visión de propaganda patriótica que la Dictadura de Primo de Rivera quiso ofrecer desde la muestra sevillana. Frente a la estética puramente racionalista que impregnó la Exposición de Estocolmo de 1930, la Ibero Americana, y en particular los trabajos premiados por el Ayuntamiento, no dejaron de subrayar el estilo regionalista-historcista acorde con la arquitectura del recinto y con una sociedad en la que el regionalismo, estética y culturalmente, desempeñaba un papel dominante[1].

No obstante, esta primera visión de conjunto debe ser matizada. Los carteles promovidos desde el Estado a través de los concursos nacionales convocados en 1926 por el Consejo de Enlace, tanto para elegir el cartel oficial de la Exposición Ibero Americana, como para anunciar la denominada "Exposición General Española Sevilla-Barcelona" son, técnicamente modernos, y están impregnados de la influencia del *Art Déco* y del *Noucentisme*; un movimiento, este último, que desde Cataluña había promovido la renovación cultural, social y política, y que fue liderado, en primera instancia, por Eugenio d'Ors. En artes gráficas, este estilo se inspiraba en el mundo mediterráneo de la Grecia clásica y en la Italia prerenacentista y renacentista. Se consolidó un estilo esquemático, levemente arcaizante y conceptualmente idealista. Sus imágenes buscaban, a través de formas de colores planos y de fuerte impacto visual, reforzar la identidad y el orden con la representación de arquetipos que simbolizaban conceptos como la serenidad o la armonía.

1. VILLAR, A., "Historicismo y Vanguardia en la Arquitectura de la Exposición Iberoamericana, La Exposición Iberoamericana de 1929". Separata de las *Actas de las VI Jornadas de Andalucía y América*, Escuela de Estudios Hispano-Americanos, CSIC, Universidad Santa María de La Rábida, Diputación de Huelva, 1987, p. 187 y ss.

El cartel oficial, que ganó Gustavo Bacarisas en el Concurso Nacional convocado por el Consejo de Enlace[2], evidencia influencias del Noucentismo, además de las porpuestas de cartelismo arquitectónico del *Art Déco* y de las vanguardias, con un fuerte predominio compositivo de las líneas y una vocación geométrica en la composición y en la propia representación silueteada de la Giralda y de la Plaza de España.

También los premiados en el Concurso convocado en 1926 por el Consejo de Enlace para anunciar conjuntamente los certámenes de Sevilla y Barcelona aspiraban a la modernidad formal del cartelismo *Déco*, con usos arriesgados del color y con composiciones, en algunos casos, de fuerte de impacto visual. Los carteles encargados por el Ayuntamiento de Sevilla con motivo de la celebración en el recinto de la Exposición de las Fiestas de la Primavera respiran en sus motivos un estilo propio del casticismo regionalista andaluz, si bien, técnicamente hallamos en ellos ecos de movimientos artísticos como el *Déco*, el *Fauve*, y el Cubismo.

En común con el Noucentisme y con el –ya anticuado en esa época– modernismo francés del *Art Nouveau*, en los carteles relacionados con la Exposición se puede encontrar también un sentido de nacionalismo lírico en el que las mujeres se convierten en símbolo y en ideal. Se representan en poses forzadas y poco realistas, con frecuentes guiños a la sensualidad. Las referencias a la Naturaleza y a las culturas exóticas propias del modernismo *Déco* se convierten aquí en referencias simbólicas a España o a la ciudad de Sevilla, en este caso tanto a través de la representación de sus monumentos como en la presencia omnipresente de los trajes regionales que visten las mujeres.

Como particularidad, en casi todos los carteles premiados en el concurso convocado por el Consejo de Enlace, se mantuvo idéntica la tipografía y estructura del faldón con la

2. Una crónica de *El Noticiero Sevillano* de 3 de febrero de 1928, describía así el cartel: Una bella obra de Bacarisas. «El cartel anunciador de la Exposición Iberoamericana. (...) Sobre un fondo obscuro se destaca la evocación de la plaza de España, de cuyo centro emerge una Giralda estilizada, y delante de ella, en bien estudiada colocación, flamean las banderas de las distintas nacionalidades Ibero-Americanas que han de estar representadas en el magno Certamen, poniendo con la estridencia de sus colores la nota graciosa de un bien concebido contraste. Delante de la gran plaza Iberia, arrogante, ofrece a las figuras que evocan a la América Latina el laurel de oro, símbolo acabado de la gloria que la vieja nación Ibérica supo conquistar por y para sus hijos. La obra de Bacarisas es un acabado modelo de las de esta clase, por la genialidad de la concepción y por la justeza en la ejecución. Las tintas planas riman perfectamente en una entonación que conviene al cartel anunciador, y en el que todo es simbolismo». La cita está recogida por RODRÍGUEZ AGUILAR, I., *Arte y Cultura en la Prensa Sevillana. La Pintura sevillana (1900-1936).* Universidad de Sevilla, 2000, p. 530.

denominación genérica de "Exposición General Española". En ellos se anuncia 1928 como fecha de la inauguración del certamen sevillano y 1929 para el de Barcelona, mientras que en otros, que se editaron más tarde, ya está rectificada la fecha. Hallamos, además, uno firmado por Pascual Capuz que no pertenece a la serie, al estar compuesto con diferente tipografía. Esta ilustración se empleó en la cubierta del Folleto Oficial editado por el Consejo de Enlace.

El primer premio del concurso para anunciar la Exposición General Española, dotado con seis mil pesetas, lo ganó Rafael de Penagos, uno de los grandes cartelistas de la época. Se concedieron dos segundos premios de dos mil pesetas cada uno, uno para el cartel de Ricard Fábrega y otro para el de Francisco de Hohenleiter. Además se repartieron otros premios de ciento cincuenta pesetas, uno de los cuales fue para el andaluz Juan Miguel Sánchez[3].

Curiosamente, pese a no predominar entre los premiados los artistas catalanes, pesa en la serie el estilo Noucentista, con imágenes de tono épico en las que se persigue la serenidad, el orden y la claridad característicos de este estilo, y en las que no se pierde la oportunidad de reivindicar las raíces clásicas y el compromiso de transformación social de acuerdo a altos ideales relacionados con la Justicia y entroncados con una visión sublimada de la historia.

La mujer, ataviada con ropa regional (aunque estilizada y *Déco* en el caso del cartel de Penagos), se convierte en referencia simbólica permanente del país, o de las ciudades que acogieron las exposiciones, y esta metáfora se enfatiza y subraya con diversos elementos iconográficos. En todo caso, esta serie de carteles presenta, vistos en conjunto, un *Noucentisme* menos arriesgado que el que propuso Francisco Galí en sus carteles realizados específicamente para la Exposición Internacional de Barcelona en los que, con un lenguaje

3. Las fotografías las publicó *La Unión* el 27 de septiembre de 1926. En RODRÍGUEZ AGUILAR, I., *Arte y cultura en la prensa. La pintura Sevillana (1900-1936)*. Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla, 2000.

gráfico marcado por lo geométrico y una propuesta claramente épica, se sucedían las figuras alegóricas femeninas inspiradas en la antiguedad latina y griega, que sobrevolaban una ciudad de Barcelona plena de fábricas y barcos, muy al gusto *Déco*.

En nuestra investigación también hemos hallado carteles fotográficos editados en español e inglés con la dirección artística de la empresa Lladó de Madrid e impresos en Barcelona en huecograbado por la imprenta Mumbrú, una empresa que trabajó habitualmente para el Patronato de Turismo. Añadimos a la representación de carteles, los que hemos encontrado de dos pabellones: el de México y el Pabellón Colonial. En ambos casos, el estilo se diferencia claramente del resto al no estar protagonizado por mujeres y carecer del carácter épico-simbólico del resto.

En cuanto a la ausencia de carteles que den una muestra más explícita de las vanguardias artísticas internacionales del momento, es necesario recordar que la Muestra de Arte Moderno de la Exposición Ibero Americana, coordinada por Gonzalo Bilbao, ignoró a los artistas que estaban ya triunfando en París, como Pablo Picasso, Salvador Dalí o Juan Gris, y redujo la exposición a una muestra de pintura regional, con obras del propio Bilbao y de pintores de su escuela como Julio Romero de Torres; a lo que se sumó una muestra de fotografía artística y daguerrotipos.

El enfrentamiento artístico que se vivía en España desde principios del siglo XX entre nostalgia o regeneración, se saldó muy favorablemente para la primera actitud. La mayor parte de los carteles revelan ideológicamente el carácter de toda la Exposición, y son consonantes también con el tinte historicista que el arquitecto regionalista Aníbal González dotó al recinto. Cabe recordarse como prueba de la nostalgia historicista que el Pabellón de Industrias y Artes Arquitectónicas, tiene inspiración árabe y neomudéjar; el Pabellón Real, es neogótico; y el de Bellas Artes neorenacentista.

En la mayoría de los carteles son débiles las influencias del cartelismo arquitectónico internacional que difundían los cartelistas comerciales europeos. También son tímidos los juegos tipográficos próximos al surrealismo y al futurismo que más de una década antes, en 1918, había proclamado en España el movimiento literario ultraísta. Tampoco tuvieron eco en los carteles los dibujos y pinturas de los miembros de la "Generación del 27", que habían dejado ya en la revista *Litoral* una muestra de la renovación gráfica influida por los movimientos que llegaban de Europa. De hecho, la modernidad artística se implantaría en España justo al finalizar la Exposición, con la caída de la Dictadura Militar y la proclamación de la República[4].

Pese a ello, la crítica sevillana consideró muy moderno el cartel que anunció las fiestas primaverales de 1929. A finales de julio de 1928, los periódicos locales ofrecieron las bases del concurso para estas fiestas. Entre sus condiciones figuraba la inclusión del epígrafe "Exposición Ibero Americana" junto al habitual de los festejos. Se concedieron dos premios: uno de tres mil y otro de mil pesetas. En octubre de 1928 se fallaron los premios concediéndose el primero a "Palomas de la Giralda" de Juan Manuel Sánchez, y el segundo al lema "Coral" de Teodoro N. Miciano[5]. Un año después, en octubre de 1929, se publicaron las bases del concurso de carteles anunciadores de las fiestas primaverales de 1930. Entre sus requisitos preveía que se incluyese la inscripción "Feria en el recinto de la Exposición Ibero Americana", y de nuevo los premios ofrecidos fueron de tres mil y mil pesetas. Se presentaron veintinueve obras y en noviembre de 1929 se otorgó el primer premio a "Bulerías" de Juan Parrilla y el segundo al presentado bajo el lema "Rosas de abril" de Juan Balcera de Fuentes. Además, se concedió un premio extraordinario a Roberto Martínez Baldrich por "Triana"[6]. Los carteles de las fiestas fueron impresos porla barcelonesa Rieusset.

4. Así lo explica SATUÉ, E., *Los años del diseño. La década Republicana (1931-1939)*, Turner, 2003, p. 15.

5. En el periódico *El Correo de Andalucía* de 9 y 11 de octubre de 1928 el escritor Joaquín Romero Murube se refería así al cartel vencedor: «Juan Manuel Sánchez, que es tal vez la sensibilidad más fina en toda la generación de cartelistas sevillanos, ha sentido la necesidad de hacer el cartel de la ciudad rompiendo moldes tradicionales y ha pintado la Sevilla actual: Sevilla es la reina del mundo y está sentada en un trono de oro. En el fondo está la Sevilla eterna, atacada por todos los adelantos de la civilización. Luces, reflectores, arcos, círculos, rodean a la Giralda, gracia de nuestra ciudad». Recogido por RODRÍGUEZ AGUILAR, I. *Ibidem.*

6. El crítico Núñez hizo el siguiente comentario en *El Noticiero Sevillano* de 7 de diciembre de 1929: «¿Saben pintar los cartelistas? Efectivamente saben pintar. La técnica alcanza a veces su más depurada ciencia. Pero ciencia no es arte, sino más bien artimaña. Los cartelistas son científicos, saben dibujar y colocar bien encajados los colores; pintan con mucha ciencia, con demasiada ciencia. Y por eso precisamente pintan con arte escaso. La ciencia que emplean en la confección del cartel, en la fabricación de ese producto al que se llama cartel de feria, resta acaso mucho a la obra mucha estética de la que se merece, mucho arte del que no tiene (...) La más grave equivocación de los cartelistas es la de querer resolver con una sóla y pertinaz fórmula el espíritu de la ciudad y de sus fiestas». Citado por RODRÍGUEZ AGUILAR, I. p. 532.

El estilo de la mayor parte de los carteles quedó también al margen del impacto que supuso en el mundo de las Artes la Exposición de Artistas Ibéricos que se celebró en el Palacio de Exposiciones del Retiro en 1925, o la Exposición Nacional que convocó el Estado un año después en la que además de veteranos como García Maroto o Vázquez Díaz participaron miembros de la recién creada Sociedad de Artistas Ibéricos, como Santiago Pelegrín, José Planes o José Frau, o algunos de los artistas que se habían formado en la Academia de España en Roma. La mayor parte de los críticos de la época ya denunciaban el envejecimiento de la tradición artística española que amparada en el casticismo, rechazaba la modernidad o el "arte de última hora", como se le denominaba con desprecio[7].

Hay que recordar que no sólo el Racionalismo tuvo dificultades para penetrar en España. El movimiento modernista fue adoptado casi en exclusiva por Cataluña que, a través de su burguesía, quiso homologarse a la Europa moderna e hizo propios, con matices autóctonos, los principios artísticos del Modernismo por un periodo prácticamente idéntico al de los artistas franceses, comenzando a finales del XIX y finalizando a finales de la primera década del siglo XX.

Como explica Oriol Bohigas: «El Modernismo recibe muy débil eco en el resto de España y es evidente que los modernistas no catalanes no sólo son escasos, sino que confirman una distinción fundamental: mientras en Cataluña los esfuerzos en busca de un nuevo estilo tenían un tono de progresismo al socaire de la cultura internacional, en el resto de la península fueron un paso atrás, una cerrazón tradicionalista con exaltaciones de casticismo»[8].

Técnicamente en los carteles relacionados con la Exposición predomina la composición triangular, generalmente enmarcada y con el texto en un faldón colocado en la parte inferior. Los colores azul y rojo o naranja son los más utilizados. La mujer es el tema central del cartel en diferentes actitudes. Las composiciones, debido tanto al uso de los colores

7. FRANCO, A. *op. cit.*, p.6.

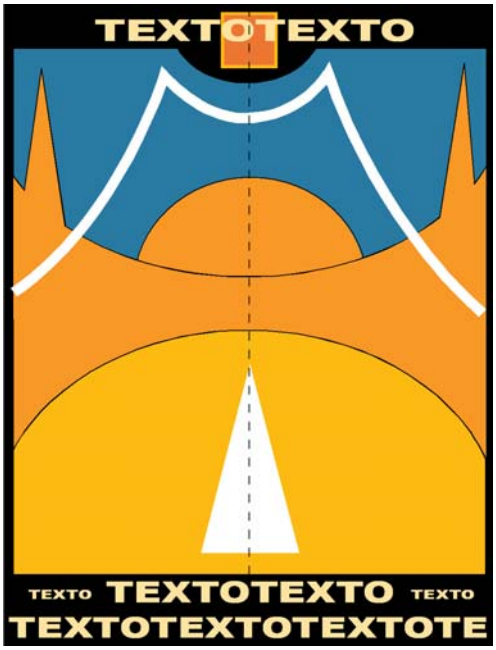
8. BOHIGAS, O, *Reseña y catálogo de la arquitectura modernista*, E. Lumen, Barcelona, 1973, citado por SATUÉ, E. *El Diseño Gráfico. Desde los orígenes...*, *op. cit.*, p. 443.

contrastados (frío/cálido) como a la disposición en triángulo, transmiten un gran dinamismo. La tipografía utilizada se repite en la serie de carteles encargados para anunciar la Exposición General Española. Se trata de un tipo de letra con serif, con una diferencia de grosor en sus trazos y con diferentes tamaños de las letras de un mismo cuerpo.

2.2. Cartel Oficial de la Exposición Ibero Americana de Sevilla. 1929



El cartel de Bacarisas obtuvo el primer premio en el concurso nacional convocado en 1926 por el Consejo de Enlace de forma simultánea a la convocatoria destinada a anunciar la Exposición General Española. El pintor y cartelista Gustavo Bacarisas nació en Gibraltar en 1873 y murió en Sevilla en 1971. Estudió en París y trabajó en Buenos Aires hasta 1916, estableciéndose después en la capital andaluza.



Esquema compositivo

Al igual que otros artistas de la época trabajó para el teatro y en Suecia fue responsable de los decorados y figurines de la ópera Carmen. También trabajó en el montaje del estreno de *El amor brujo* en el teatro Español de Madrid. Durante la Guerra Civil pasó a la isla de Madeira. Fue nombrado Hijo predilecto de Gibraltar y adoptivo de Sevilla, ciudad en la que, entre otras distinciones fue nombrado miembro de la Academia de Bellas Artes, y Medalla de Oro y catedrático honorario de la Academia de Santa Isabel de Hungría. Su obra, figurativa y ricamente cromática, aceptó influencias del Modernismo, del Impresionismo, del arte *fauve* y del cartelismo *Déco*. Tenía predilección por las escenas de ambiente nocturno.

Compositivamente[9] este cartel está caracterizado por la secuencialidad. Bacarisas establece el ritmo y el dinamismo de la obra a través de numerosas líneas horizontales y verticales, que dotan de un orden lógico a los diferentes elementos. Podemos observar la composición como tres planos diferenciados, dispuestos para crear la profundidad necesaria para ayudar al dinamismo. Así las líneas principales forman líneas curvas, otra característica básica de una obra dinámica. Las banderas colocadas en la parte superior, por su disposición en diagonal, y por el movimiento de las mismas, aportan al conjunto aún mayor movimiento.

9. Nos guiamos para el análisis por los autores citados en el capítulo dedicado a Material y Método.

Otro elemento que debemos señalar en la composición de Bacarisas es la simetría vertical. Si trazamos una línea imaginaria que divida verticalmente el cartel en dos partes iguales, comprobamos que los elementos utilizados a ambos lados son perfectamente simétricos, aportando un gran equilibrio a la escena.

El texto se dispone en dos franjas, una en la parte superior del cartel, donde se puede leer la palabra "Sevilla", y otra en la parte inferior, debajo de la ilustración, donde se indica el nombre de la Exposición y el año. La tipografía utilizada es de palo seco y moderna para su época, compuesta con un tipo ancho y grueso, con fuerte contraste y transición abrupta entre sus astas. La disposición es horizontal y facilita la lectura. También aumenta la legibilidad el haber elegido un color claro que se destaca sobre un fondo oscuro.

En cuanto a los elementos que componen la imagen, al tratarse del cartel oficial de la Exposición Ibero Americana de Sevilla, Bacarisas ha elegido jugar con los elementos representativos del evento. Al igual que el resto de los cartelistas, no desdeña el viejo recurso modernista, *Déco* y Noucentista de emplear a la mujer como símbolo, en este caso Iberia ofrece el Laurel de Oro, símbolo de la grandeza española, a las diferentes naciones participantes, vistiendo a cada una de ellas con el traje regional de cada país. En este primer plano la riqueza colorista de los trajes se suma al empleo de las banderas y otros signos característicos de las culturas anteriores a la colonización. Formalmente, además, la colocación de las banderas obliga al ojo a realizar un breve recorrido visual por todo el cartel, integrando el primer y el segundo plano. En un segundo plano elige un dibujo de trazo geométrico para describir, de forma superpuesta, la arquitectura del lugar en el que se realizará el evento: la plaza de España, como edificio representativo de la Exposición y la Giralda, representando a Sevilla.

Los colores utilizados los podemos analizar en los mismos tres planos en los que se encuentra dividida la obra. El plano principal ocupado por las mujeres posee un gran nú-

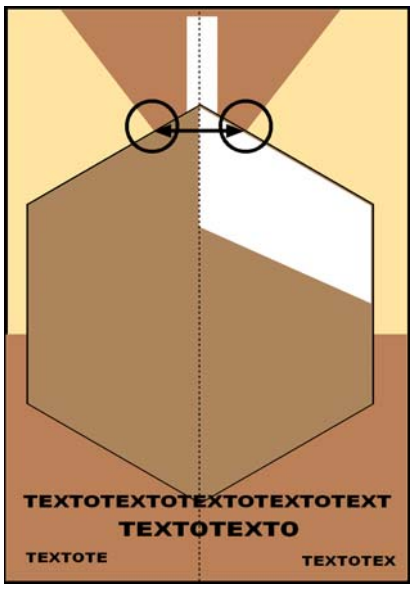
mero de colores cálidos: amarillos, rojos, naranjas... lo cual ayuda a que el primer plano se desplace visualmente hacia delante. Además, subraya el dinamismo de la obra y a la creación de ritmos que proporcionan movilidad.

En el segundo plano, para la arquitectura, Bacarisas utiliza unos colores más neutros, menos saturados, que colocan visualmente los edificios por detrás del primer plano.

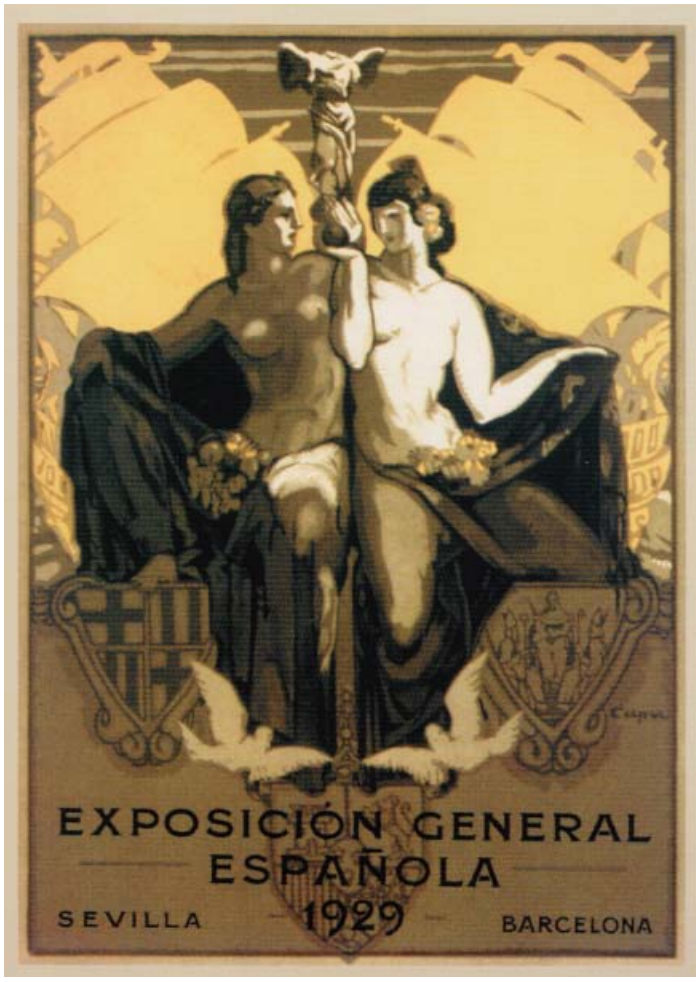
En el tercer plano, el color elegido es el azul, color que proporciona profundidad y que se aleja de los colores cálidos, con lo que se ayuda a la separación por planos de la obra y a la creación de una profundidad que se encuentra camuflada por la utilización de los colores poco texturados. Las banderas poseen unos colores muy saturados y contrastados, que unidos al movimiento y colocación en diagonal de las mismas aportan mucho más dinamismo y se convierten en uno de los temas centrales más llamativos del cartel. El cartel está impreso por Litografía S. Durá de Valencia

2.3. Carteles de la Exposición General Española

2.3.1 Cartel de Pascual Capuz



Esquema compositivo



Este cartel no forma parte de la serie del concurso convocado para anunciar la Exposición General Española. Fue realizado por el pintor y cartelista valenciano Pascual Capuz Mamano, catedrático de la Escuela de Artes y Oficios de Barcelona, que adquirió notoriedad en su tiempo, obteniendo entre otros premios la medalla de oro de París en 1925. Fue empleado como portada del folleto oficial de la Exposición General Española editada por el Consejo de Enlace y también sirvió de ilustración para la cubierta de la edición española que el *Diario Español* de Buenos Aires dedicó de forma monográfica a las exposiciones españolas.

La composición del cartel destaca por su forma hexagonal, que al ser casi circular podríamos decir que aporta un significado de infinitud, calidez y protección. Este significado se destaca además con la aparición de las palomas en la parte inferior y la colocación de las mujeres cogidas de la mano sujetando una "victoria" y mirándose de manera que se pronuncia aún más la unión de España.

A ambos lados de las mujeres, se presentan los escudos de las ciudades que participan en la gran Exposición General Española. Un gran eje central, provocado principalmente por el contraste lumínico, divide simétricamente la obra, aportando estabilidad. De fondo, dos carabelas en un color amarillo plano, nos sirven para destacar a las figuras y para recordarnos uno de los motivos de las Exposiciones: la unión de España y América. A diferencia del resto de los carteles, las mujeres posan desnudas, tapándose con unas telas. Esta composición nos transporta al Renacimiento y más concretamente a Miguel Ángel y está presidida por una reproducción gráfica de la escultura *La Victoria de Samotracia*, la escultura helenística del siglo II A.C. que simboliza los triunfos sobre Antioco III. La escultura original, que tiene mutilada la cabeza, se conserva en el Museo del Louvre y muestra un personaje femenino asentado sobre un pedestal que representa la proa de un navío.

En el cartel de Capuz los colores tierra: marrones y amarillos apagados, nos transmiten más la idea de una escultura con cierto aspecto de dureza y frialdad que de un festejo. Este cartel se aleja del uso del color de los carteles de la época en los que imperan los colores vivos.

La tipografía, muy similar a la Copperplate Gothic, es absolutamente diferente a la de la serie de carteles de la Exposición General Española analizados. En este caso no hay transición entre las astas, el serif es recto y pequeño, y los hombros de las letras son anchos, dejando aire entre unas y otras. La introducción del escudo de fondo, daña la legibilidad del texto.

2.3.2. Cartel de Rafael de Penagos



Esquema compositivo



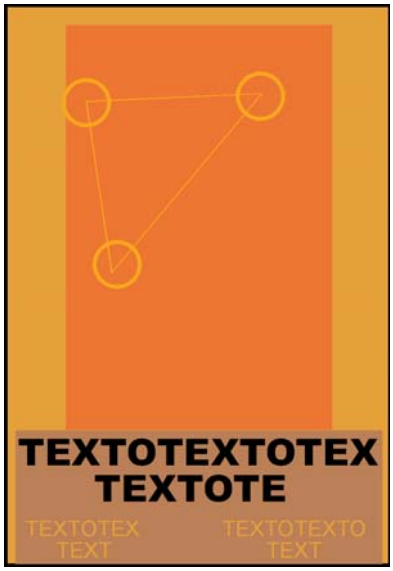
Rafael de Penagos Zalabardo ganó con esta obra el primer premio de carteles convocado para anunciar la Exposición General Española. La composición triangular nos transmite acción y tensión. Llenando todo el cartel, una mujer con pose majestuosa porta diferentes elementos símbolos del triunfo: la espada, el laurel de oro en la mano derecha y la Victoria alada en su mano izquierda. En la parte izquierda del cartel, un león simbolizando la fuerza y la valentía, dirige su mirada a la espada, que nos transmite la necesidad de la lucha en un periodo crítico en España. Como característica diferenciadora de este car-

tel con el resto de los realizados en esta época, cabe destacar el fondo liso, sin ningún elemento que describa una ciudad, una fiesta o cualquier motivo decorativo. Penagos, a la manera que había popularizado a principios del siglo XX el cartelista italiano Leonetto Cappiello, sintetiza la imagen dejando el fondo negro y la reduce a sus elementos esenciales, lo que realza la figura y le aporta mayor contraste. Nada nos aparta la vista al símbolo de España como "reina vencedora". Castilla coronada con los símbolos de la victoria acompañada del león que simboliza el Reino del mismo nombre. Ayudan al significado de acción y tensión, aportando aún más dinamismo, los colores cálidos de la bandera española, el rojo y el amarillo, cuyo significado se acerca a la valentía y la pasión, que nos transmiten todos los elementos dispuestos en esta obra. Los colores utilizados son planos, no tienen degradados ni estarcidos.

En el faldón inferior, conviven la tipografía, igual a las otras utilizadas en la serie de carteles de la Exposición General Española, y los escudos de Sevilla y Barcelona, colocados a ambos lados del cartel.



2.3.3. Cartel en italiano de Francisco Hohenleiter



Esquema compositivo



Este cartel, obra de Francisco Hohenleiter, ganó uno de los dos segundos premios de carteles para anunciar la Exposición General Española. Hohenleiter nació en Cádiz en 1889. Estudió en la Academia gaditana de Bellas Artes en 1897. «Pintor, dibujante y fácil colorista, fue destacado en los temas de costumbres populares andaluzas, con reminiscencias románicas y "casacones", pero en el campo donde más éxito obtuvo fue en la pintura decorativa mural, gráfica y cartelística.»[10]

10. Así lo describe un artículo firmado por Manuel Olmedo en *ABC* el 20 de marzo de 1979. Citado por RODRÍGUEZ AGUILAR, I., *op. cit.*, p. 573.

La composición del cartel es fundamentalmente cuadrada, lo que le confiere una estructura que ofrece estabilidad y tranquilidad. El recorrido visual forma un triángulo con las cabezas de las mujeres y el león. Las modelos visten los trajes regionales de la ciudad que representan: Sevilla y Barcelona, uniendo de esta manera simbólicamente a las dos Exposiciones en una Exposición General Española. El león, situado entre las mujeres, representa a España, que ha sido capaz de romper los límites del mundo conocido para conquistar América. En el fondo se atisba la silueta de un galeón con las velas en diagonal y color rojo, que simboliza la gesta de los colonizadores, aportando dinamismo a un cartel cuya estructura es básicamente estática. Los colores del cartel: rojo, negro y ocre, poseen gran contraste entre ellos que además con su calidez llenan de dinamismo la obra, aportando un significado de vitalidad y pasión.

A los lados del cartel, las dos columnas de Hércules recogen toda la composición, un toque considerado característico de Hohenleiter. Mitológicamente, Hércules levantó las dos columnas a ambos lados del Estrecho, en Gibraltar y en Ceuta, simbolizando así el final del mundo conocido. Carlos I había incorporado como emblema la vieja frase latina empleada por los marineros *Non Plus Ultra* ("no más allá"), hicieron desaparecer el "non" una vez que Colón descubrió el Nuevo Continente. La propia figura del león está presente en las armas del antiguo Reino de León en el escudo de España.

La tipografía del cartel es la misma utilizada para toda la serie de la Exposición General Española, aunque aquí el idioma utilizado es el italiano. Este es, con toda seguridad, uno de los carteles empleados para la promoción internacional del evento.



2.3.4. Cartel de Ricard Fábregas



Esquema compositivo



El cartel del pintor e ilustrador catalán Ricard Fábregas para anunciar las Exposiciones que se iban a celebrar en España en 1928 y 1929 ganó uno de los dos segundos premios del concurso convocado en 1926.

Nos encontramos ante una composición triangular, estable y dinámica donde podemos observar que, de nuevo la mujer, con el traje regional, anuncia y nos sitúa en el evento. Detrás unas banderas compuestas como un triángulo invertido nos recuerdan al cartel de Bacarisas.

Como fondo encontramos un mantón rojo, que aporta dinamismo y calidez por su color, y que enmarca a ambas mujeres, quienes simbolizando a las ciudades de Sevilla y Barcelona se cogen de la mano representando la unión de las dos exposiciones españolas, aunadas además por la referencia americanista del galeón español. El barco sirve también de eje central de una composición que divide la obra en dos partes perfectamente simétricas, dotando a la imagen de estabilidad. Debajo del mantón y a los lados de las mujeres, podemos ver las referencias arquitectónicas de las dos ciudades.

Los colores fundamentales utilizados son el verde, que simboliza la esperanza, el negro, que aporta elegancia y sobriedad, y el rojo, que contrasta con el resto y transmite dinamismo.

Toda la ilustración se enmarca en rojo. En el faldón inferior, fuera de la ilustración, encontramos el título de las Exposiciones, que forma parte de la serie tipográfica con las que se titularon los carteles promovidos en el concurso para anunciar la Exposición General Española.



2.3.5. Cartel de Salvador Bartolozzi



Esquema compositivo

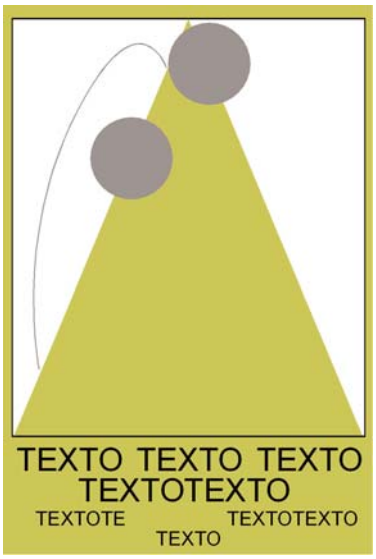


El autor del cartel, Salvador Bartolozzi (Madrid, 1882-México, 1950), ofrece su particular interpretación *Déco*. Al igual que ocurre con los carteles de Penagos, las mujeres de Bartolozzi simbolizan la modernidad y se alejan de la imagen de mujer decimonónica de caderas anchas y cubierta de la cabeza a los pies. La composición básica está dispuesta a modo de triángulo invertido, formado desde los brazos abiertos hasta los pies. Este tipo de estructura visual transmite cierto dinamismo a pesar de la posición estática de la modelo. La mujer posee elementos descriptivos de cada ciudad (Sevilla y Barcelona), que se unen por las

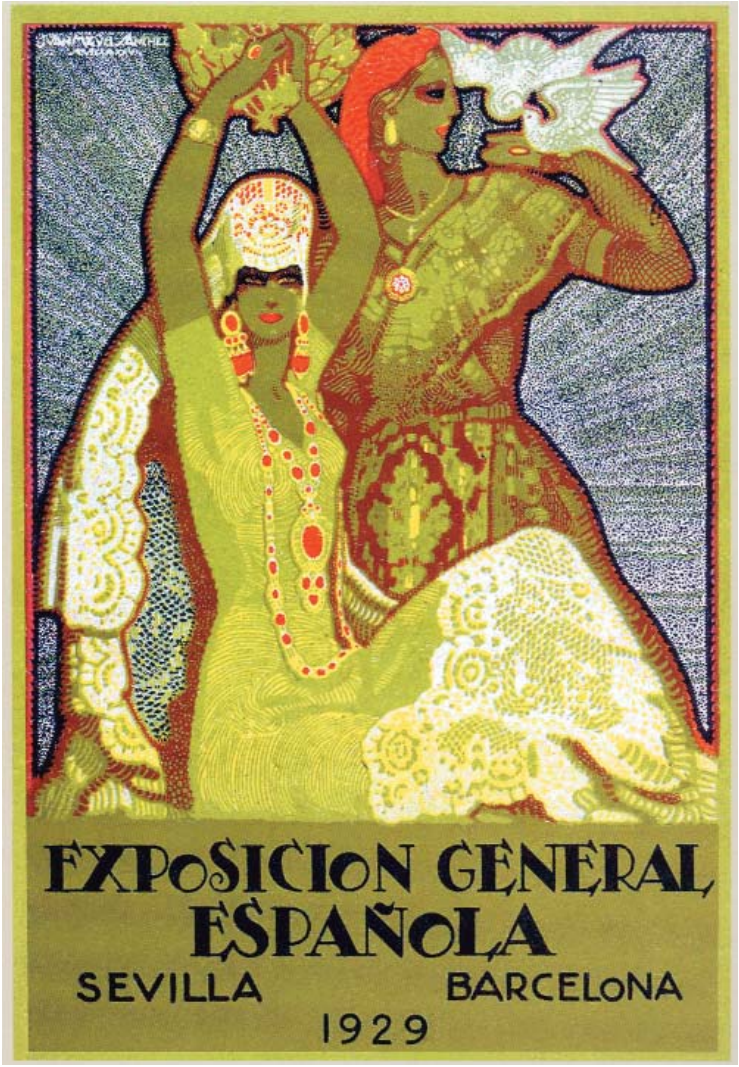
banderas de diferentes países que describen y subrayan el triángulo invertido. Como elemento descriptivo de España, que unifica ambas exposiciones, encontramos la mantilla. El fondo plano y negro resalta la figura con los pechos descubiertos, un rasgo que caracteriza el *Art Déco*, que diferencia a este cartel del resto de los premiados, en los que las mujeres siempre posan con trajes regionales. En la parte inferior de la ilustración, las dos ciudades se dibujan en una línea que pasa por detrás de la figura y que aporta cierta profundidad, remarcada por el negro que podría estar representando la noche. El resto de los colores son bastante neutros por lo que parte del protagonismo se va hacia las banderas, llenas de color y movimiento. No obstante, la figura, provocadora y sensual, situada como centro simétrico del cartel, es el primer elemento que visualizamos en nuestro recorrido visual. La tipografía utilizada, se repite con pocas variantes en toda la serie de carteles realizados bajo el título de "Exposición General Española". Es una letra de fuente romana modificada, con alto contraste entre las astas de cada letra y con los remates corregidos con fines decorativos. Apenas quedan hombros entre las letras, lo que ópticamente dan al título un aspecto muy compacto. La letra "O" es algo más pequeña y la curva traza un fuerte contraste, modificando el eje constructivo en un ángulo agudo. El serif de la "S" la "C" y la "G"no respeta el eje horizontal y se inclina 45º hacia la izquierda. Algo parecido ocurre con los remates inferiores de la "E" y la "L", con ejes inclinados hacia la derecha. Los nombres "Sevilla" y "Barcelona" y las dos fechas emplean un tipo de palo seco.



2.3.6. Cartel de Juan Miguel Sánchez



Esquema compositivo



Este cartel de Juan Miguel Sánchez Fernández fue uno de los que obtuvo uno de los premios menores del concurso. Su empleo subjetivo del color y los juegos de texturas evocan el arte *fauve* y el Expresionismo.

La composición tiene una clara disposición triangular, cuyo recorrido visual se realiza prácticamente en la diagonal que surge desde las palomas hasta la parte inferior izquierda del cartel, donde podríamos comenzar a leer el texto. El autor simplifica las formas y las reduce a volúmenes sólidos engarzando el color en áreas concretas y simples. El dinamismo

que transmite el cartel se apoya, además, en la colocación en tensión de las mujeres, con los brazos en alto, y con las palomas en movimiento. Cada mujer lleva el traje regional de su tierra, como elemento descriptivo del lugar. Las palomas se colocan como símbolo de la unión de dos continentes.

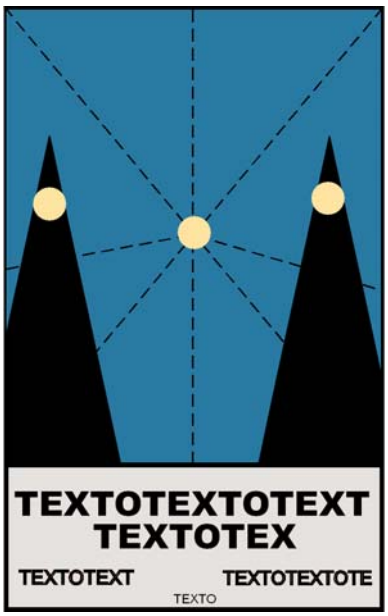
El color verde, es símbolo de esperanza. En este caso, es un verde que tiende al amarillo, por lo que es más cálido y, por lo tanto, más dinámico. Este dinamismo, que ya estaba subrayado por la colocación triangular y en movimiento de las mujeres, se agudiza aún más por la utilización de un fuerte contraste de colores: el rojo con su complementario, el verde. Además, la repetición de elementos en rojo, aportan un ritmo visual que incrementa el dinamismo y favorece el recorrido de la mirada del espectador entre las dos mujeres.

El fondo texturado destaca de las figuras planas y aporta más movimiento debido al contraste de color. Además, el efecto de expansión del fondo (de dentro a fuera) subraya este movimiento.

El faldón es idéntico a los de la serie pero con un fondo de color verde.



2.3.7. Cartel de Vila de Nori



Esquema compositivo



El cartel de Vila de Nori se dispone con una composición algo más compleja con una imagen que contiene muchos más elementos. Se trata de una estructura en cuadrado, donde se producen diferentes puntos de interés. El cartel está dividido en dos partes, la superior y la inferior. La superior está utilizada como fondo, no posee una importancia vital para la comprensión del cartel, si bien aporta algún significado a las Exposiciones, no es fundamental para el propósito del mismo. En la mitad inferior se describe el fin del cartel: las Exposiciones españolas. Podemos encontrar tres triángulos correlativos que, pese al dinamismo del cartel creado por los colores y los caballos, aportan cierta serenidad. De

nuevo se utiliza la imagen de la mujer con el traje regional para describir las diferentes Exposiciones españolas: Sevilla y Barcelona. La primera mujer situada a la izquierda, representaría a Andalucía, con un traje con mantilla y abanico. Su disposición es bastante estática y quizá el único elemento que le aporta dinamismo es el abanico, con contraste de colores y forma circular. La segunda mujer situada a la derecha representaría a Cataluña. También en una actitud estática, y con cierto paralelismo entre el abanico y el pañuelo. En medio de ambas mujeres se encuentra una fuente y un jarrón con flores, que puede simbolizar la prosperidad.

En el fondo podemos contemplar una muestra de la arquitectura de ambas ciudades. Esto le da perspectiva al cartel, a diferencia de la mayor parte de los presentados en este concurso, que son bastante planos. Si trazamos una línea imaginaria vertical desde el centro del cartel, podremos comprobar que tiene una simetría bastante pronunciada, que añade quietud a un cartel que intenta transmitir dinamismo a través de la figura mitológica Apolo, enemigo de los crímenes y de la oscuridad, que, en forma de Febo, surca el cielo en el carro del sol tirado por cuatro caballos y portando en su mano el laúd de oro, que le identifica como Dios de la Música, de la Armonía y de la Poesía.

2.3.8. Cartel de Téllez



Esquema compositivo



El cartel realizado por Téllez, es también de corte *Déco*, con predominio del uso de líneas rectas y en zigzag, sentido de la simetría, economización de las figuras y combinaciones audaces del color. Nos muestra Mercurio, el dios que en la mitología romana simbolizaba el comercio y las relaciones mercantiles. Sus alas de color azul se confunden con el fondo de la ilustración, y también sus pies son alados. Como predomina en las figuras masculinas del *Déco*, transmite una imagen de velocidad y de fuerza (mostrando la victoria y el poder eléctrico que emanan de su puño. Un cartel lleno de esperanza y coraje, donde las Exposiciones son el motor de España.

La composición poligonal, compuesta por dos triángulos invertidos formando una especie de rombo, subrayan el dinamismo que ya se observa en la actitud del ángel. Tres puntos principales guían nuestra mirada: la cabeza y ambas manos de las que afloran rayos y hondas "protectoras".

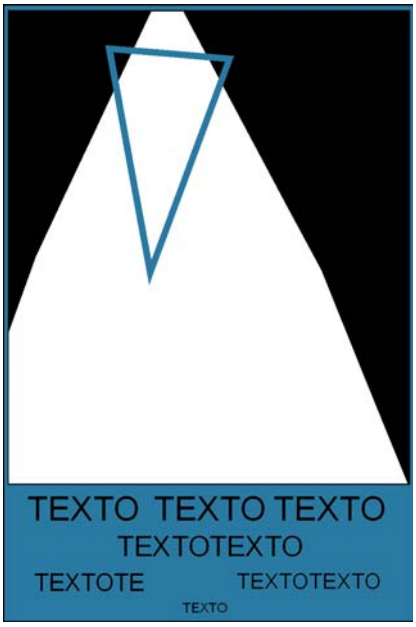
La peculiaridad de este cartel es que utiliza al hombre y no a la mujer como elemento principal, que nos retrae a la imágenes de las mitologías romana y griega, alegorías características del *Noucentisme* catalán.

El fondo, en colores planos, nos muestra el negro del cielo, las alas azules y la representación de las dos ciudades: Barcelona y Sevilla en verde. Son colores fundamentalmente fríos que contrastan con el ángel en tonos amarillos y negros que ayudan a resaltar el dinamismo que ya de por sí posee.

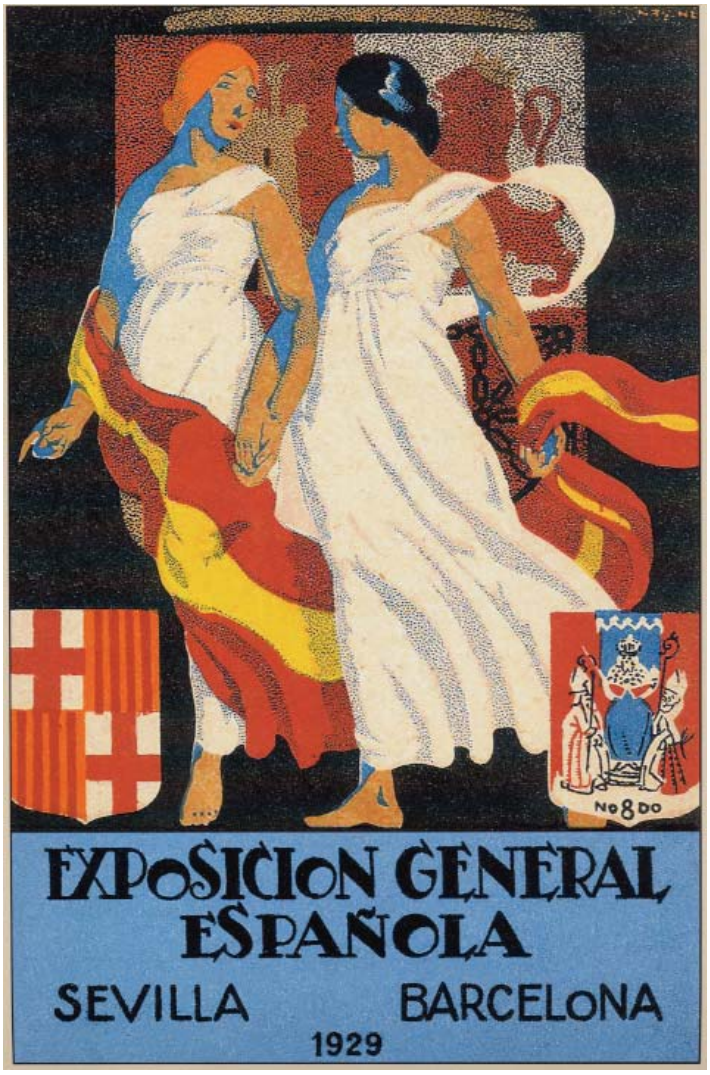
La tipografía, colocada en el faldón inferior del cartel, es exactamente la de la serie. El color negro de las letras destacan del amarillo del fondo proporcionando una gran legibilidad.



2.3.9. Cartel. Firma ilegible



Esquema compositivo



La estructura de este cartel también está dispuesta de manera triangular. La base utiliza todo el ancho de la imagen y recoge los escudos de Sevilla y Barcelona, continuando la lectura de modo ascendente, dos mujeres van andando unidas de la mano, ambas con un traje blanco y rodeadas por una bandera española ondulante. Cada una de ellas representa una ciudad (Barcelona y Sevilla). Sus cabezas se miran, formando junto con las manos un triángulo invertido que se contrapone al triángulo general y aporta mayor dinamismo al que ya posee la obra por sí misma, creado por las diagonales y la actitud andante de las mujeres. Dentro de la clasificación propuesta por Dondis, podríamos enmarcarla dentro de la com-

posición en "unidad", donde diferentes elementos se ensamblan y se perciben como un objeto único. Esto puede ocurrir con las mujeres que se unen para transmitir las Exposiciones de Sevilla y Barcelona, como una sola Exposición española. El color que destaca en el cartel por contraste con el fondo es el blanco. Al estar utilizado en el ropaje de las mujeres, nos transmite una sensación de pureza y libertad. El color del pelo distingue una provincia de otra (Andalucía: pelo negro, Cataluña: pelo rojo). El azul, utilizado en las sombras, se vuelve a utilizar en el faldón donde se coloca el título del cartel.



2.3.10. Cartel. firma Ilegible



Esquema compositivo



Este cartel sí puede ser catalogado como estrictamente moderno y *Déco*, con un lenguaje sintético y geometrizante, y un toque de metalización y riesgo en el color, que ha asimilado las experiencias futuristas. La composición tiene una estructura triangular, lo que le aporta actividad, acción y tensión. De la misma manera que realizó Penagos en el cartel que ganó el concurso, una mujer que simboliza España, posa con una corona de laurel de oro en la mano derecha, como símbolo de victoria. En esta ocasión, la actitud parece más de una madonna del renacimiento que la de una reina como en el cartel de Penagos. Sus

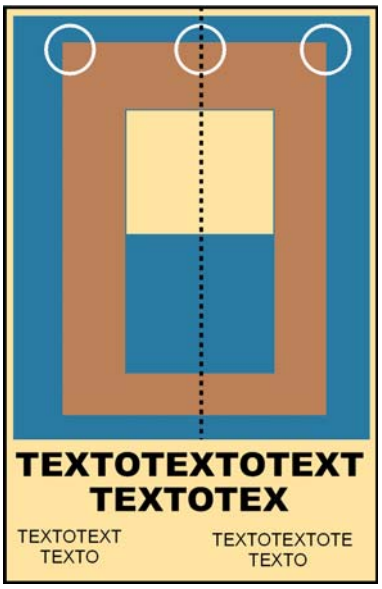
brazos se apoyan en los escudos, símbolos de Sevilla y Barcelona que, a su vez, están recogidos por la bandera española. En el fondo, se extienden del interior al exterior del cartel diferentes líneas que parecen rayos proyectados en la noche, muy propios del *Déco*, donde abundan las representaciones solares en forma de círculos y semicírculos.

Los colores son contrastados: amarillo y blanco para la mujer, aportando calidez. Los escudos en colores vivos y cálidos ayudan al dinamismo de la obra y los coloca casi en los primeros objetos a los que se dirige la mirada. El fondo negro ayuda a contrastar la figura. Además, en el fondo las líneas moradas, casi complementarias del color de la mujer, aportan más dinamismo a la obra y algo más de profundidad. El blanco y verde del óvalo del que salen los rayos, expresan la luminosidad de las exposiciones.

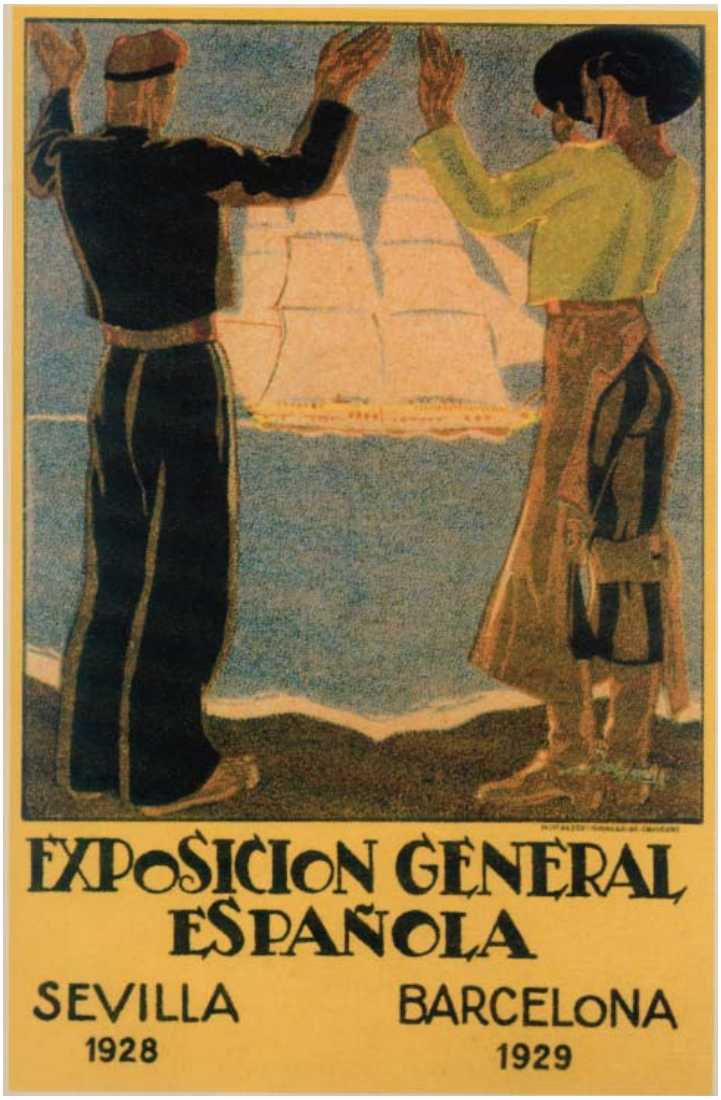
El texto, en verde sobre negro, mantiene la tipografía y disposición de la serie de carteles del concurso.



2.3.11. Cartel. firma ilegible



Esquema compositivo



En este cartel la composición es principalmente cuadrada. Dos hombres, un dato peculiar, a cada lado del cartel, esperan y saludan en la orilla, la llegada de un navío que se ubica en el centro de la obra.

La disposición de los elementos nos transmiten una visión un tanto estática, no sólo por la composición cuadrada, sino también la actitud de los hombres que aunque parece que se mueven, están colocados de una manera poco dinámica.

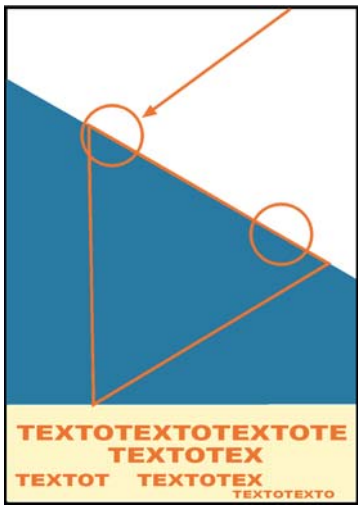
Los personajes visten el traje regional catalán y andaluz, lo que nos acerca metafóricamente a las exposiciones que se están anunciando. El galeón, no sólo nos acerca a la Exposición Ibero Americana y al contacto con otro continente, sino que es además un medio de transporte, símbolo de importaciones y exportaciones en la era industrial.

Los colores, azul, marrón, negro y verde, no ayudan para nada al dinamismo de la obra, subrayando el estatismo que ya se percibe en la colocación de los elementos. Las velas blancas del barco, destacan por su luminosidad del resto del cartel, siendo uno de los primeros elementos de nuestro recorrido visual, llevándonos después a las manos y cabezas de los personajes.

La obra se coloca sobre un fondo amarillo del que sobresale el faldón donde se sitúa el texto del cartel. La tipografía es igual al resto de los carteles de la Exposición General Española. El color negro de ésta, sobre el fondo amarillo, le proporciona una gran legibilidad.



2.3.12. Cartel de Rafael de Penagos



Esquema compositivo



Este cartel de Rafael de Penagos está firmado en 1929, tres años después de la celebración del concurso que había ganado él mismo. Demuestra su gusto por el *Déco*, otorgando el protagonismo a dos chicas que, a pesar de sus indumentarias, mantienen el aire moderno y la figura delgada, una imagen alejada de las mujeres de los carteles decimonónicos. Compositivamente, el cartel destaca por su gran dinamismo con un motivo en diagonal, formado por las mujeres, una de pie y otra sentada. Ambas visten el traje regional de su ciudad, y están caracterizadas con elementos que describen cada exposición. La representación Exposición Internacional de Barcelona, más centrada en la industria, la simboliza con el

traje azul de la mujer, un color más tecnológico, una imagen que se refuerza con la representación gráfica del martillo y de la rueda metálica. La Exposición Iberoamericana de Sevilla, más centrada en la cultura, se describe mediante una mujer con traje de flamenca rojo, color más dinámico y alegre, rodeada de frutas, que describen el intercambio cultural entre los dos continentes.

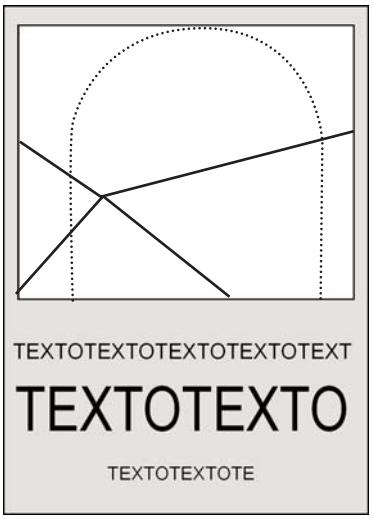
La bandera de España, también en diagonal, debido a sus colores y disposición, nos llama la atención, haciéndonos dirigir nuestra mirada en primer lugar hacia la modelo catalana. La ruta visual continúa en zig zag hasta llegar a la modelo andaluza.

El cartel, debido a la realización de diagonales, es fundamentalmente dinámico. Este dinamismo se apoya en los colores, cuyo contraste frío-cálido crea aún más movimiento. Los amarillos y naranjas de las frutas subrayan el movimento creando un cartel muy activo a pesar de la pasividad de las mujeres. En el fondo se adivina una arquitectura creada simplemente por la colocación de algunas ventanas y un color tenue para el edificio.

Aunque es muy similar, la tipografía no coincide exactamente con la que se empleó de forma común en la serie de carteles presentados al concurso para anunciar la Exposición General Española. La diferencia mayor con el resto de las tipografías es que es extremo el contraste entre astas, condicionando una transición abrupta. Además el asta transversal de la "E" termina en gota. Los remates decorativos se componen en ángulos de 45º. La "O" tiene el interior desplazado a la derecha, igual que en los otros carteles. El título en rojo sobre fondo amarillo hace que destaque y tenga una gran legibilidad. A diferencia del resto de la serie, se mantiene este mismo tipo también en los nombres "Sevilla" y "Barcelona" y en las dos cifras.

2.4. Carteles fotográficos

2.4.1. Vista del Alcázar



Esquema compositivo



Este cartel pertenece a una serie probablemente encargada por el Patronato de Turismo que se realizó con fotografías en sepia y blanco y negro. En este caso aparece en el texto la penúltima fecha anunciada para la Exposición Ibero Americana: el día 15 de marzo

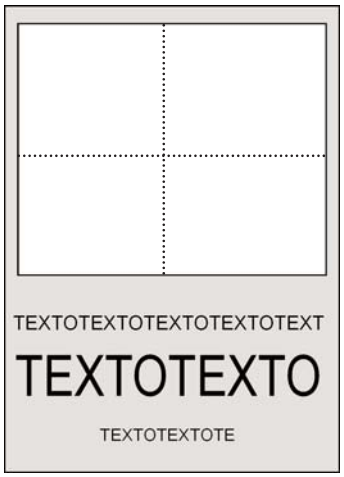
de 1929, que luego se retrasó al día 9 de mayo. Se realizó una serie con idénticas características en las que sólo se cambiaba la escena. Tenemos constancia de que, al menos, estuvo compuesta por 16 carteles distintos en idioma español e inglés. Mostraban los principales pabellones además de otros lugares característicos de Sevilla como el Parque de María Luisa, Los Reales Alcázares, o la plaza de Santa Cruz[11]. Los destinados al mercado español miden 550 x750 mm y el destinado al anglosajón 640x1.020mm.

Técnicamente, la estructura de estos carteles es muy sencilla: fotografía en la parte superior y un faldón con texto en color negro en la parte inferior. Esta imagen, en concreto, difiere ligeramente del resto ya que se trata del cartel que anuncia la inauguración de la Exposición el 15 de marzo de 1929, por lo que en el faldón podemos ver el título: "Exposición Ibero-Americana", el nombre de la ciudad en grande con el escudo de fondo y en la última línea, la fecha de la inauguración. En el resto de los carteles, la disposición del texto será algo más sencilla. Compositivamente podemos observar líneas que dotan de profundidad a una imagen, que juega con las líneas que trazan los senderos del jardín, las hileras de palmeras y la reja y las columnas del balcón. La tipografía emplea una fuente romana para el título, y de palo seco para la palabra "Sevilla", que se dispone ocupando todo el ancho del cartel. En el título, las astas transversales de la letra "A" se han modificado decorativamente para darle aspecto de "V".

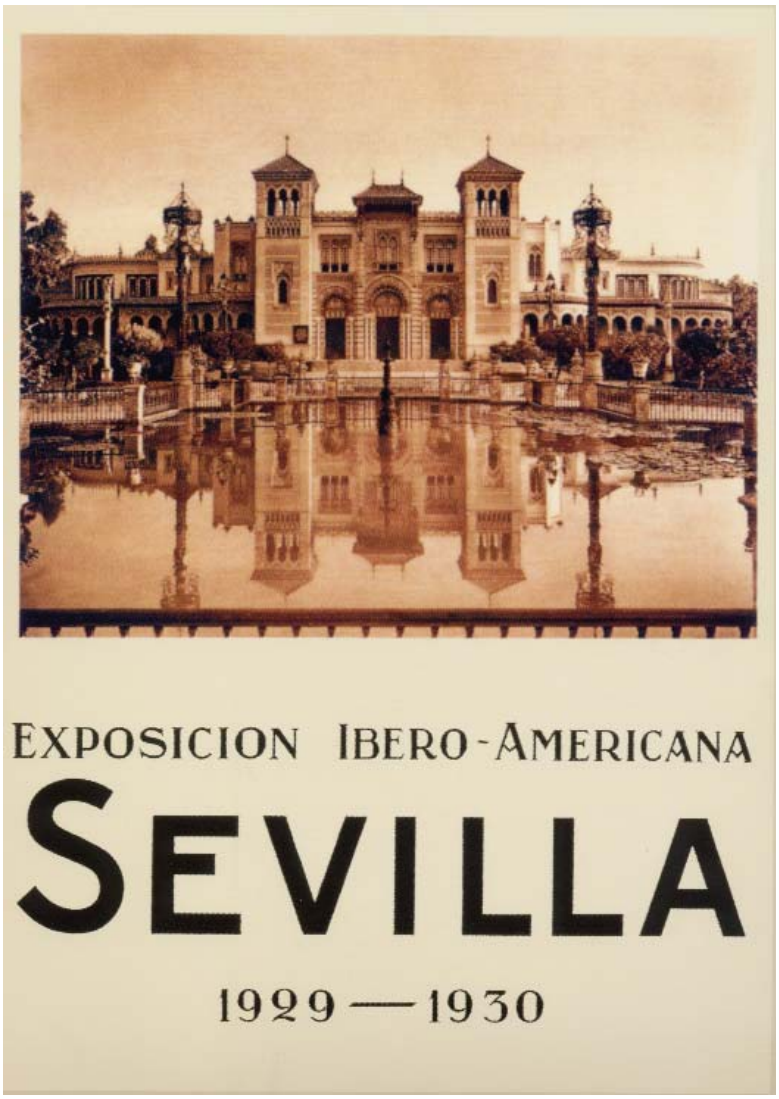


11. En la página web de la librería de Barcelona Goya <www.llibreriagoya.com> se recoge una imagen con toda la serie de carteles que, según explican, fueron vendidos a un particular por 900 euros. Los recogemos en el apartado "Otros carteles"

2.4.2 Vista del Palacio de Arte Antiguo



Esquema compositivo



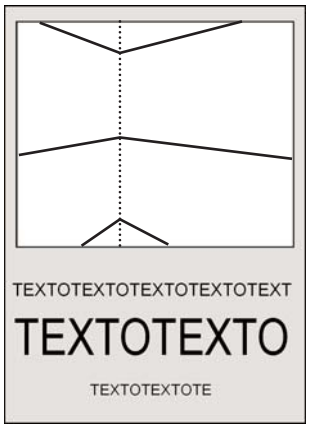
Al igual que el cartel anterior, la composición se encuentra dividida en dos partes diferenciadas, una en la que se coloca la fotografía y otra donde se encuentra la tipografía. En este caso, como en los otros hallados con motivos fotográficos, el texto no anuncia la inauguración, sino el periodo de dos años en los que se desarrolló la Exposición: "Exposición Ibero Americana. Sevilla 1929-1930".

La fotografía del Palacio de Arte Antiguo tiene un color sepia que la diferencia ligeramente del cartel de la inauguración, pero que la une con el resto de los carteles fotográ-

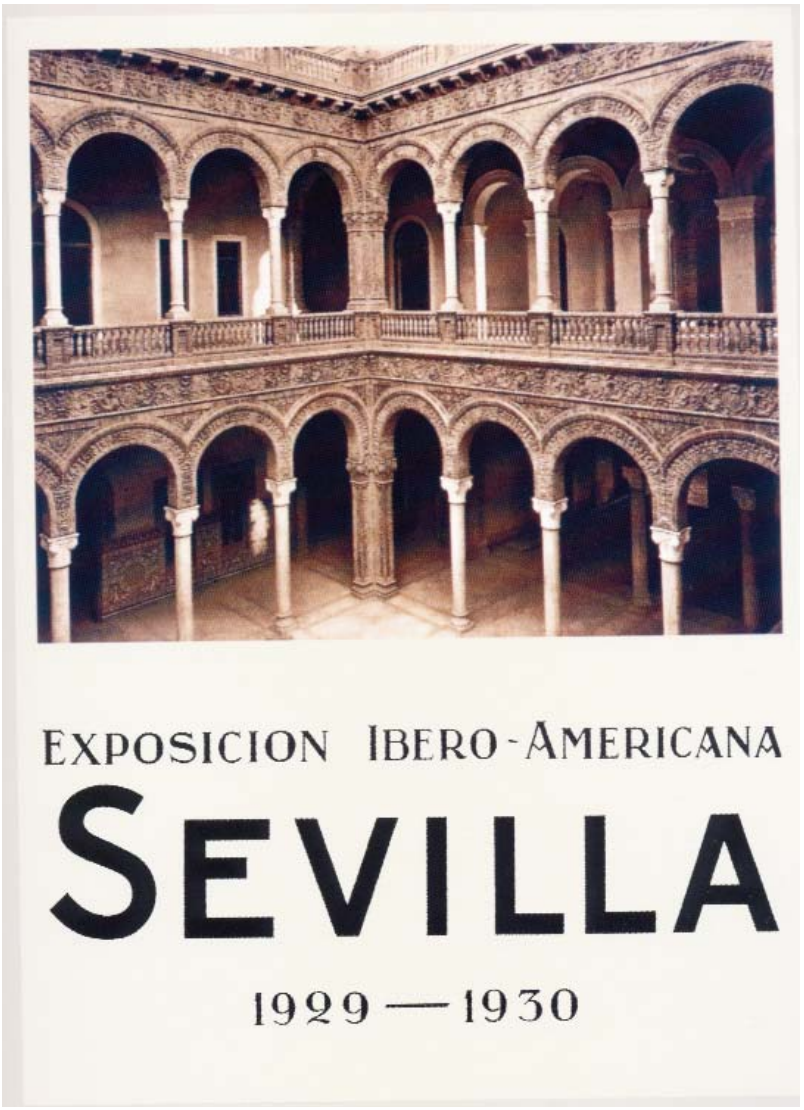
ficos que también tienden al sepia. La composición de la fotografía se centra en la arquitectura del edificio: simétrica. Esta simetría se acentúa aún más al introducir dentro del encuadre el pequeño lago artificial, que produce un reflejo con el que se consigue una simetría tanto en la horizontal como en la vertical. Esta simetría transmite tranquilidad y equilibrio a la fotografía y nos muestra la belleza del entorno.

El faldón es idéntico al resto de la serie y se ha prescindido de colocar el escudo de la ciudad, dando así mayor legibilidad al texto.

2.4.3. Vista del patio del Palacio Central de la Plaza de España



Esquema compositivo



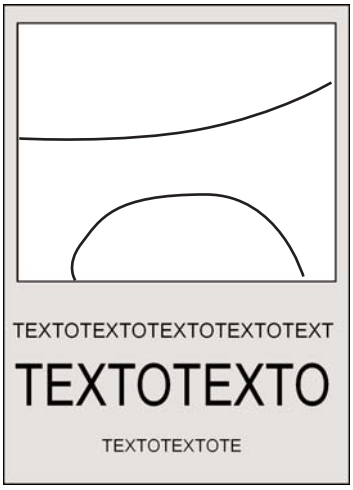
Con este cartel tenemos otro ejemplo de cartel fotográfico, que se divide exactamente de la misma manera que los anteriores: fotografía y texto sobre blanco.

La fotografía tiene color sepia y su composición, al igual que el anterior, es simétrica, aunque en este caso sólo con la vertical, que además no coincide exactamente con el centro. La fotografía encuadra la esquina de un patio de columnas. El hecho de recoger la esquina y no un lateral, hace que se creen una serie de diagonales que le dan profundidad y dinamismo a un elemento fundamentalmente estático. Este dinamismo se subraya con la re-

petición de las columnas que aportan ritmo a la composición. Si en el encuadre observásemos sólo el primer plano de una columna, estaríamos ante una composición estática, pero en este caso el fotógrafo aportó dinamismo al patio central de la Plaza de España mediante las diagonales y el ritmo de las columnas.

El texto, como en el resto de la serie, combina tipografías con y sin serif, dando una gran importancia a la palabra: "Sevilla".

2.4.4 Vista de la Plaza de España



Esquema compositivo



Último ejemplo de cartel fotográfico que anuncia elementos arquitectónicos de la Exposición. Al igual que los anteriores se divide en fotografía y texto, y posee un tono virado al sepia. La composición en la fotografía destaca por las curvas formadas por el puente y por la curvatura que forma el edificio. Esto le proporciona cierto dinamismo a la estructura visual, aunque el encuadre de la fotografía resta importancia al edificio de la Plaza de España, ocultando parte de una arcada que le proporciona arquitectónicamente un ritmo por repetición.

La tipografía es la de la serie.

2.5. Carteles de pabellones

2.5.1. Cartel del Pabellón de México





Esquema compositivo

Este cartel, de autor desconocido, anuncia el Pabellón de México de la Exposición Ibero Americana. A diferencia de la mayor parte de los carteles relacionados con la Muestra, el elemento central no es la figura de una mujer ataviada con traje regional. Se trata de una composición que tiene como motivos los productos de cerámica, textil, cuero y joyas, que probablemente se expusieron en el pabellón oficial. Compositivamente se muestran dos partes diferenciadas: la que define la mayor parte de la imagen, con objetos pintados en tin-

tas planas con colores vivos, y el fondo azul. Los colores de la obra, rojos, amarillos, naranjas, sobre el negro y el azul, crean un gran contraste que se traduce en una imagen de viveza que es, probablemente, la que quiere transmitir el autor sobre la cultura mexicana. En la parte superior izquierda se rotula el título de la Exposición y el del pabellón. A diferencia del resto de los carteles, en este la tipografía no se enmarca en un faldón, sino en el primer punto de vista en un recorrido visual de izquierda a derecha. Además se le otorga importancia a los tipos, estilizados y modernos para la época, que se componen de forma original y consiguen dotar de dinamismo a todo el cartel.



Las letras en blanco sobre azul destacan por la superposición de caracteres y la extrema modificación de los tipos con fines decorativos. El hombro de las letras es estrecho o inexistente, de tal forma que en la primera línea la "X" invade el hombro de la "E" y la "S" se yuxtapone a la "O". También se solapan las "L" que se solapan una sobre otra para componer una "LL". En la segunda línea sus astas transversales rompen la ascendente de la "A" en la segunda línea y de la "N" en la cuarta línea. Este tipo de composición hace, además, que las letras tengan diferente anchura, que es exagerada en la "S" de la primera y tercera línea, que ha perdido prácticamente sus ángulos y se ha convertido casi en una recta, con un eje de construcción que forma un ángulo de 45 grados con la horizontal. Para compensar la anchura de la letra, en la primera línea se yuxtapone a la "O"; mientras en la tercera se cubre el hombro que queda por debajo de la letra con una línea recta horizontal. La letra "A" tiene una doble asta transversal decorativa. En la palabra pabellón, la tilde que acentúa la "O" se sitúa no sobre la letra, sino en el único hueco que queda disponible: sobre la "N". "1929" está situado entre dos rectángulos blancos que ayudan a dotar a todo el texto de un aspecto cuadrado. En la palabra "México" el eje constructivo de la "E" está exageradamente inclinado hacia la izquierda, hasta tumbarse sobre una ancha "M". Es extremo el contraste entre las dos astas de la "X."

2.5.2. Cartel oficial del Pabellón Colonial





Esquema compositivo

Al igual que en el caso del cartel del Pabellón de México, esta imagen tampoco emplea ninguna figura femenina. En este caso el motivo es un paisaje rodeado de palmeras, mar y playa.

El movimiento en la composición del cartel se desarrolla en las hojas de las palmeras, que están dispuestas en círculos y poseen un gran dinamismo que se apoya además en el trazo. Aparte de las hojas, el resto del cartel se desarrolla en líneas verticales y horizontales que nos transmiten tranquilidad y estabilidad.

A ello ayuda el empleo de colores relajantes como el verde y el azul, que nos transportan a un lugar idílico. El color marrón que tenemos en la parte inferior del cartel, re-

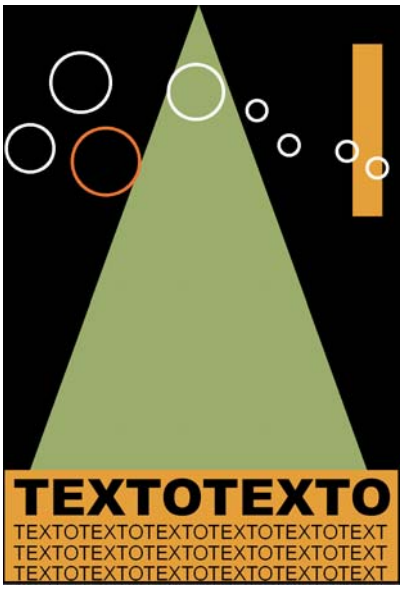
presenta la tierra. Sobre el espacio terroso encontramos el texto que describe el cartel: "Pabellón Colonial. Exposición Ibero Americana. Sevilla 1929." Como en la tipografía del pabellón de México, la fuente se ha deformado con fines ornamentales, con letras altas y estrechas. En este caso la fuente carece de remates y el hombro de las letras es exageradamente estrecho, lo que hace que la composición quede extremadamente compacta, solapando cada ojo el hombro de la letra contigua. Las letras, de color blanco, están perfiladas en verde. Como singularidades más destacadas, la "O", más pequeña que el resto de las letras, va variando su línea base de composición según conviene por la forma o disposición del resto de las letras; las "L" se yuxtaponen entre sí, y la "I" solapa el hombro de la letra izquierda a la que acompaña. El color blanco utilizado en las fuentes aporta contraste con el fondo por lo que las hace muy legibles.



2.6. Carteles de las Fiestas de la Primavera de Sevilla

2.6.1. Cartel de Juan Miguel Sánchez. Fiestas de 1929





Esquema compositivo

Juan Miguel Sánchez nació en 1900 en el Puerto de Santa María. Empezó a estudiar dibujo, pintura y música en la Academia local de Santa Cecilia con la edad de ocho años. Con diecisiete años comenzó sus estudios en la Escuela de Artes y Oficios de Sevilla, teniendo como maestros a Mottoni, Rico Cejudo, Gonzalo Bilbao, Gestoso y Marco. Más adelante obtuvo una plaza en el aula de Dibujo de la sección de Bellas Artes del Ateneo, donde tuvo como padrino a Gustavo Bacarisas. En los años 20 triunfó como cartelista, obteniendo nuevos éxitos como pintor y académico en décadas posteriores. Manejó diversas

técnicas como el óleo, la acuarela, la encáustica y el fresco y destacó por dotar un cierto aire de modernidad en la pintura sevillana, compatibilizando una temática localista con un estilo más constructivo que simplificaba las formas en sólidos volúmenes de color[12].

El cartel "Palomas de la Giralda" obtuvo el primer premio en el concurso convocado por el Ayuntamiento de Sevilla para anunciar las fiestas primaverales de 1929. Compositivamente posee inspiración cubista, con una clara estructura triangular en la que se vuelve a utilizar la imagen de la mujer y los elementos que describen cada fiesta de la primavera: Semana Santa, Feria y la Exposición Ibero Americana. Esta composición en triángulo es particularmente estable ya que se apoya sobre una gran base, que se ayuda además de una pose bastante estática de la modelo.

Los colores fríos, en su mayoría verdes o azules, ayudan a transmitir calma y serenidad. Por otro lado, en un primer vistazo, nuestra vista recorre una línea que va desde el ramo de flores al rostro de la dama. El ramo de flores es el punto de color del cartel, en rojo, que es complementario del verde, por lo que da más contraste y aporta algo de dinamismo a una obra fundamentalmente estática. Esta quietud se subraya por el tratamiento del color en planos que nos recuerdan al cubismo pictórico. Las palomas, que revolotean en la parte superior del cartel, ayudan a una lectura algo más dinámica, además de dar nombre al mismo: "Palomas de la Giralda". Detrás del motivo principal, la Giralda como símbolo de Sevilla, una arquitectura tratada en planos, y luces geométricas que nos recuerdan la fiesta nocturna y la Exposición Ibero Americana.

La fuente tipografica del título es de palo seco modificada con fines ornamentales. Son letras anchas, de fuerte contraste entre sus astas y de vocación geométrica. El asta transversal de la "E" se sustituye por un rombo y el de la "A" por un triángulo. La composición de la "S" es discontínua y de plantilla. La "O" es más pequeña que el resto y se eleva de la línea compositiva. Esta tipografía subraya el estilo de inspiración cubista y geométrica del cartel de Juan Miguel Sánchez

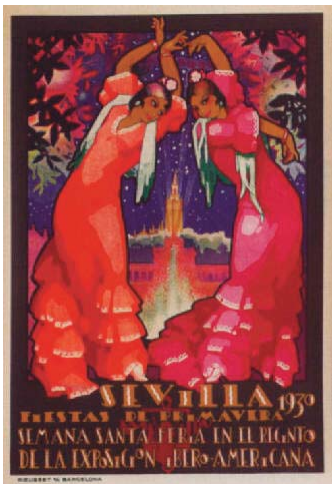
12. Así describe la obra de Juan Miguel Sánchez en un artículo de *Blanco y Negro* de 30 de septiembre de 1928 firmado por Muñoz San Román.

2.6.2. Cartel de Juan Parrilla. Fiestas de 1930





Esquema compositivo



El cartel de Juan Parrilla "Bulerías" obtuvo el primer premio en el concurso convocado por el Ayuntamiento para anunciar las fiestas de Primavera. En las bases del concurso se exigía que se explicitara que se celebraría en el recinto de la Exposición. Este cartelista sevillano era apreciado por la crítica local y se trasladó en 1933 a Madrid para trabajar como dibujante publicitario[13]. La composición del cartel es básicamente circular. Dos mujeres vestidas con traje de flamenca adoptan la pose característica del movimiento del baile de sevillanas. Se crea de esta manera una estructura circular que transmite dinamismo y centra el punto de

13. Una crítica del periódico *La Unión* del 12 de octubre de 1933, describe la obra de Parrilla Dapena como modernista y renovadora en sus carteles anunciadores de las fiestas de primavera de Sevilla de 1928 y 1930, dejando atrás el «cromo». En diferentes periódicos y revistas de la época como *Blanco y Negro*, *El Eco semanal* o *La Unión* se pueden hallar sus trabajos como dibujante publicitario.

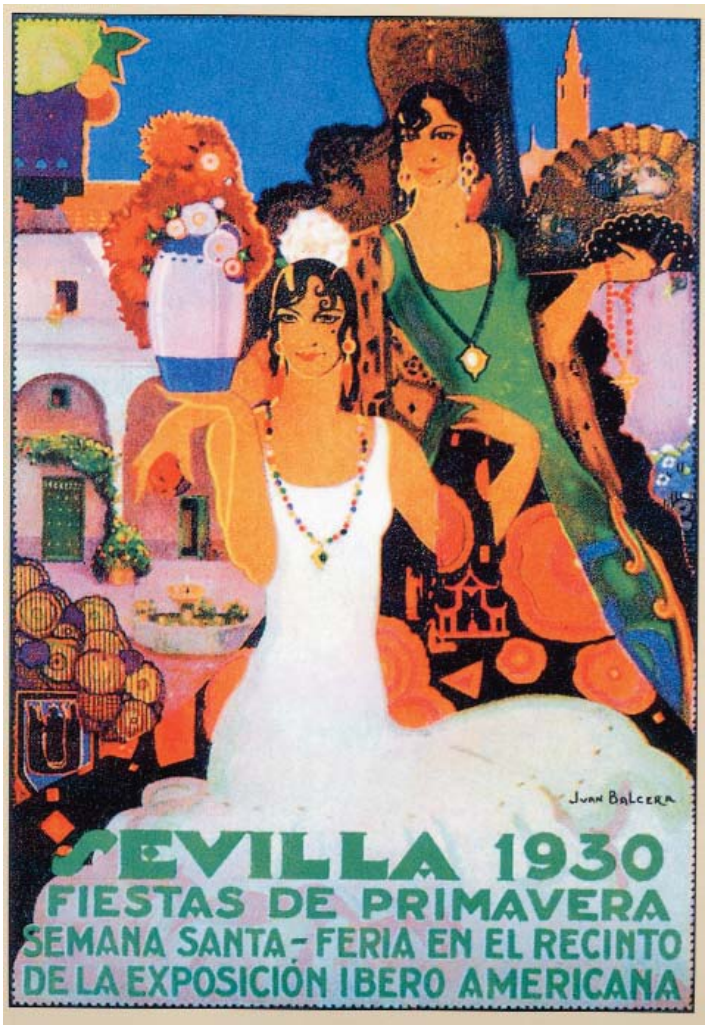
vista del espectador en la Giralda, elemento que se sitúa justo en el centro de la obra. La torre, a su vez, tiene una luz que redirige la mirada del espectador a las cabezas de las mujeres. Por delante de la Giralda, la plaza de España y la fuente subrayan la dirección vertical que completa el comienzo de una lectura circular.

Los colores originales, rojo y magenta, aplicados a las "bailaoras" y a parte de los elementos vegetales, transmiten el dinamismo que ayuda al movimiento de la obra. El autor emplea colores muy vivos para la plaza de España y la Giralda para crear un nexo con las dos figuras, acercando al primer plano los elementos arquitectónicos que decoran el fondo de la composición. El azul violáceo que predomina en el fondo aporta profundidad al cartel y destaca como complementario de los colores anaranjados utilizados para el resto de la obra. Además, este color nos sitúa en el momento en el que sucede gran parte de la animación de las fiestas primaverales: la noche.

Todo el cartel se enmarca en negro, sobre el que destaca el faldón con la tipografía. Como fondo a la tipografía, Dapena coloca el escudo de Sevilla en un tono rojizo que resta legibilidad al texto. Las letras tienen serif y se ensanchan o condensan en cada línea para adaptar la información al ancho de la imagen. Como particularidad son letras de color naranja con huecos en serpentina de color blanco. Los contrastes entre las astas son extremos, siendo muy cortas las transversales de la "E", compuestas por debajo de la línea de base. La "O" y la "I" son más pequeñas que el resto.



2.6.3. Cartel de Juan Balcera. Fiestas de 1930





Esquema compositivo

Juan Balcera Fuentes nació en Sevilla en 1907. Desde muy joven recibió clases de dibujo de José Rico Cejudo. Estudió en la Escuela de Artes Industriales y Bellas Artes donde tuvo maestros de la talla de Bilbao y González Santos. Entre 1921 y 1932 participó en las exposiciones primaverales de Sevilla. Desde 1929 se dedicó al cartel, donde consiguió varios premios. En 1937 uno de sus carteles obtuvo el primer premio en el concurso convocado por el ayuntamiento de Sevilla para anunciar las Fiestas de la Primavera y, merece mencionarse como curiosidad, que fue repetido por encargo del ayuntamiento en una tela de siete metros para tapar una fachada en obras. Balcera murió en 1940.

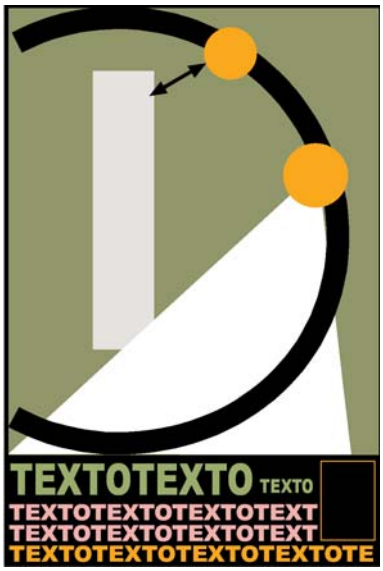
El cartel "Rosas de abril" obtuvo el segundo premio en el concurso convocado por el ayuntamiento para las Fiestas de Primavera de 1930. Tal y como exigían las bases del certamen, aúna la Semana Santa y la Feria de ese año e incluye la mención a la celebración de la feria en el recinto de la Exposición Iberoamericana. La composición, al igual que los carteles anteriores es marcadamente triangular y también utiliza a la mujer como motivo principal. En este caso, nos encontramos con dos trajes diferentes, que describen las dos fiestas primaverales principales: la Semana Santa, descrita por la mantilla, y la Feria, descrita por la mujer con una peineta. Sobre las manos del las mujeres, un abanico y un jarrón subrayan las fiestas anunciadas. Podemos encontrar un paralelismo entre el jarrón y la Giralda que se asoma detrás del abanico. El fondo nos sirve para situarnos en un patio andaluz pero apenas aporta profundidad a la obra.

Los colores son planos y saturados. Destacan el blanco, verde y rojo, colores muy representativos de Andalucía. El azul del cielo aporta profundidad y el negro sobriedad. A pesar del estatismo de las figuras, el uso contrastado del color que contribuye al dinamismo al cartel, sobre todo el creado por los complementarios rojo y verde. El blanco transmite pureza y libertad, el verde esperanza, y el rojo fuerza y energía. Valores que seguramente se querrían transmitir con la Exposición Ibero Americana de 1929.

El texto se compone sobre el tercio inferior de la ilustración. Emplea en las tres líneas inferiores una fuente de palo seco. Para la primera línea modifica un tipo, probablemente también uno de palo, grueso y ancho, añadiéndole remates muy finos. Como particularidad, la letra "S" ha perdido su ángulación natural y su eje compositivo está tumbado a la derecha. Las astas transversales de la "A" muestran un triángulo que se mantiene en el subtítulo. Mientras que el título "Sevilla 1930" se encuentra algo expandido, el resto de la frase se condensa ligeramente, seguramente como recurso para llenar el recuadro y/o para ajustar toda la información.

2.6.4. Cartel de León Astruc. Fiestas de 1930





Esquema compositivo

El cartel que anuncia las fiestas primaverales de 1930, creado por León Astruc, sin perder el tono regionalista, tiene también ambición *Déco* y ecos cubistas, con la estilización de las figuras femeninas y el juego de líneas y sombras sobre la Giralda, transmitiendo con su composición un gran dinamismo. Dos mujeres ataviadas con los trajes típicos de cada fiesta, Semana Santa y Feria, se disponen en semicírculo a la derecha del cartel, guiándonos la mirada hacia la Giralda que luce en color plata en una perspectiva más lejana. El fondo de la Giralda, en verde oscuro, cruza dos líneas en forma de aspa por detrás del monumento, aportando mayor dinamismo y creando una sensación de luminosidad propia de

las fiestas. El recorrido visual se realiza en círculo: podemos empezar por la mano de la modelo vestida de flamenca, que coge una castañuela con un lazo rojo. Nos llama la atención por su color que contrasta con el blanco. Seguimos su brazo, en una diagonal muy dinámica, hasta llegar a los claveles de su pelo, también rojos por lo que centran otro segundo punto de atención. Siguiendo el ritmo que se genera con el color rojo, seguiríamos con nuestra mirada al pañuelo y a los labios de la modelo vestida de mantilla. Este color destaca aún más ya que el color fundamental en el vestido de esta mujer es el negro. La colocación, ligeramente inclinada de la cabeza, y en concreto, la dirección que posee la mirada, nos lleva a la Giralda, que por su verticalidad nos transporta de nuevo a la castañuela inicial de la flamenca.

Los colores blancos, lilas, negros y verdes, no aportan dinamismo pero ayudan a que el color rojo, rítmico, dinámico y que guía nuestra mirada, destaque. También aporta dinamismo el tono anaranjado de la piel de las modelos que contrasta con el lila de las sombras.

La tipografía utilizada para el texto del cartel es de trazo grueso, cuadrado, y sin serif. La letra "a" está realizada por dos triángulos superpuestos en lugar de un asta transversal. La letra "S" no tiene una línea de construcción fija y cambia el ángulo en función de la palabra. En las tres primeras líneas, el texto se condensa para dejar espacio al escudo de Sevilla, que se resuelve con una silueta. La fuente la podemos encontrar más o menos extendida en función de la necesidad de introducir más o menos palabras. Los colores son los mismos que los del cartel: verde, lila y naranja que ayudan a separar las distintas frases: Sevilla 1930 (verde), Fiestas de Primavera, Semana Santa y Feria (lila), y Exposición Ibero Americana (naranja).



2.6.5. Cartel de Roberto Martínez Baldrich. Fiestas de 1930





Esquema compositivo

Roberto Martínez Baldrich (Tarragona 1895 - Madrid 1959) obtuvo con este cartel el Premio Extraordinario del Concurso de Carteles bajo el lema "Triana". Este pintor, dibujante, figurista y cartelista, fue otro de los destacados exponentes del *Art Déco* español a través de sus dibujos en *Blanco y Negro*, *Nuevo Mundo* y *ABC*. Precisamente desde 1928 había fijado su residencia en Nueva York, donde trabajó como colaborador de las revistas *Harper's Bazar*, *Vogue* y *Smart Set*.

De nuevo nos encontramos con una composición en triángulo invertido. Dos núcleos principales guían nuestra mirada en un primer vistazo: la cabeza de una mujer joven y estilizada y las palomas. A continuación, la mirada recorre las joyas para seguir por el vestido hasta llegar al faldón que recoge el título del cartel. En esta ocasión la figura sólo describe una de las fiestas de la primavera: la Feria, y no hace mención a la Semana Santa. La palomas, como símbolo de libertad y unión de las dos tierras: España y América, nos transmiten que seguimos en el año de la Exposición. La cabeza, ligeramente inclinada, describe una diagonal que nos transmite movimiento. En el fondo, podemos observar la ciudad de Sevilla por la noche, con el río a los pies.

Los colores son altamente dinamizadores. Destaca el gran contraste entre los complementarios naranja y azul que aportan movimiento. El naranja, utilizado para el traje de la mujer, nos la acerca como un elemento lleno de vida y alegría. El fondo, en tonos azules, aportan profundidad a la obra. Los colores negro y verde del mantón contribuyen al dinamismo con el contraste entre ellos y con el naranja. El moteado del traje aporta un ritmo que añade aún más movimiento al cartel.

En el faldón inferior podemos diferenciar dos tipografías. Una de ellas es para la palabra "Sevilla", en color rojo y con serif. Emplea una fuente ancha y gruesa, de fuerte contraste entre sus astas. La primera "S" se modifica decorativamente limándole parte de su angulación. La tipografía utilizada para el resto del texto es de palo seco y varía ligeramente la anchura del ojo en cada una de las tres líneas, siendo la palabra "DE" de menor tamaño. La característica fundamental de esta segunda fuente es la colocación por debajo de la línea de base de las astas transversales de la "E" y la "A", y los anillos inferiores de la "B" y la "R".



2.7. Otros carteles e ilustraciones

La promoción internacional de la Exposición General Española llegó a las estaciones de tren de Francia. Así lo prueba el cartel firmado por Rogelio, de inspiración modernista, en el que dos personajes femeninos vuelven a ser el motivo central de la ilustración. Sobre un fondo azul, ambos personajes se disponen sentados sobre el escudo de España mientras sostienen, con sus brazos en alto, un soporte circular del que cuelga una guirnalda de flores con los colores de las banderas de Francia y España. La composición es simétrica y cada una de las chicas está vestida con la enseñas de su país, representando a Francia y a España. La joven francesa es rubia y la española morena y lleva peineta. El cartel, escrito en francés, lleva visible en su esquina inferior izquierda el símbolo del Patronato Nacional de Turismo. Los títulos que identifican las líneas ferroviarias son de color naranja y se emplea una letra de palo seco, una tipografía que se asociaba en la época a la información técnica. Para el título principal se elige un tipo en negrita y estrecho sin remates ni contraste entre sus astas, en el que destaca la construcción de la "S", muy modificada hasta casi convertirla en una línea recta con el eje vertical ligeramente inclinado a la derecha.

Respecto a la serie de carteles fotográficos que promocionaron la Exposición Ibero Americana de Sevilla, hemos encontrado en nuestra investigación que la librería Goya de Barcelona vendió en el año 2006 una colección de 17 de ellos, con imágenes de los edificios emblemáticos de la Exposición y de la ciudad, así como con otras vistas de interés turístico. De ellos, 16 están en español y uno en inglés.

Fueron adquiridos en lote al precio de 900 euros. Las imágenes las hemos obtenido de la página web de la tienda, <http://www.llibreriagoya.com/libros/catlist/6168.html>,

consultada el 15/12/2006. Al igual que los ejemplares analizados en este estudio, fueron editados por Hueco Grabado Mumbrú de Barcelona y están fechados en 1929. La dimensión de los carteles españoles es de 550x750 mm., mientras el inglés mide 640x1.020 mm.

Otro cartel que incluimos en esta sección lo hemos rescatado del proyecto inicial, cuando se denominaba a la Exposición como Hispano Americana, y estaba previsto que se organizase en 1914. El 1 de marzo de 1912 se convocó el concurso de carteles para promocionarla, estableciéndose en sus bases tres premios de 3.000, 2.000 y 1.000 pesetas, respectivamente. El jurado declaró desiertos los dos primeros premios y otorgó el tercero al que llevaba como lema "Cortejo"[14]. Fue reproducido por la revista *La Exposición*, el 1 de junio de 1912.

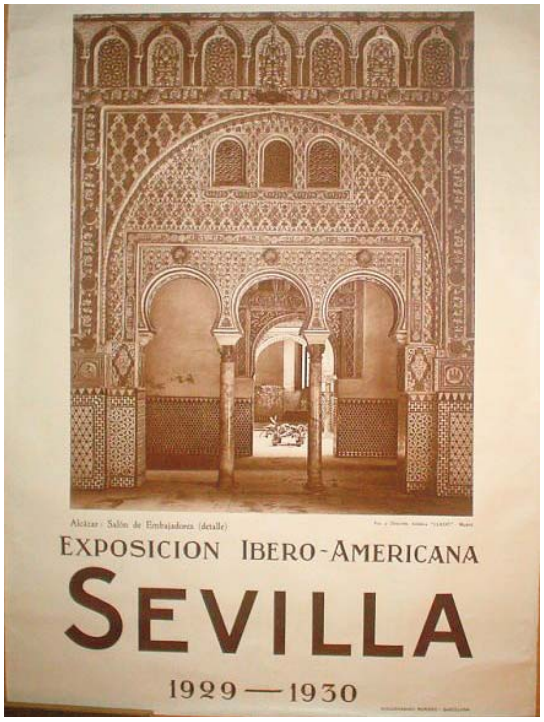
Finalmente, como curiosidad, mostramos las ilustraciones de las cubiertas de las revistas *El libro de Galerín. Sevilla en broma.* Esta revista la promovía Agustín López Macías, conocido con el seudónimo de "Galerín", y analizaba en clave de sátira la actualidad política y social de la ciudad[15]. Se editaba anualmente y, los de 1.929 y 1930, ofrecen estas particulares interpretaciones que hizo el dibujante Marín Feria de los carteles "Palomas de la Giralda" de Juan Miguel Sánchez, y "Bulerías" de Juan Parrilla. Ambos ganaron el primer premio en los concursos convocados por el Ayuntamiento de Sevilla para anunciar las fiestas de la Primavera de 1929 y 1930, respectivamente. Marín Feria exagera cómicamente la inspiración cubista del cartel de Juan Miguel Sánchez, acentuando sus trazos geométricos. La parodia del cartel de Juan Parrilla la consigue exagerando la postura de los dos personajes femeninos.

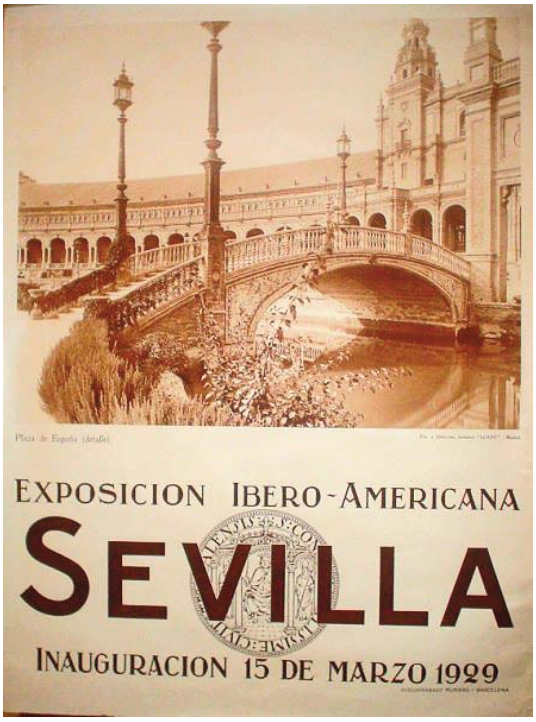
Nos asombra, que la ilustración cómica de la cubierta que hizo Marín Feria para el número de *Galerín* del año 1928, sea tan similar en su composición al cartel de Juan Parrilla de 1930.

14. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *La Exposición Iberoamericana en la prensa local*, *op. cit.*, p. 226.
15. AA.VV., *Recuerdos de la Exposición Ibero Americana. 1929-1930*, Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1992. p. s/n.

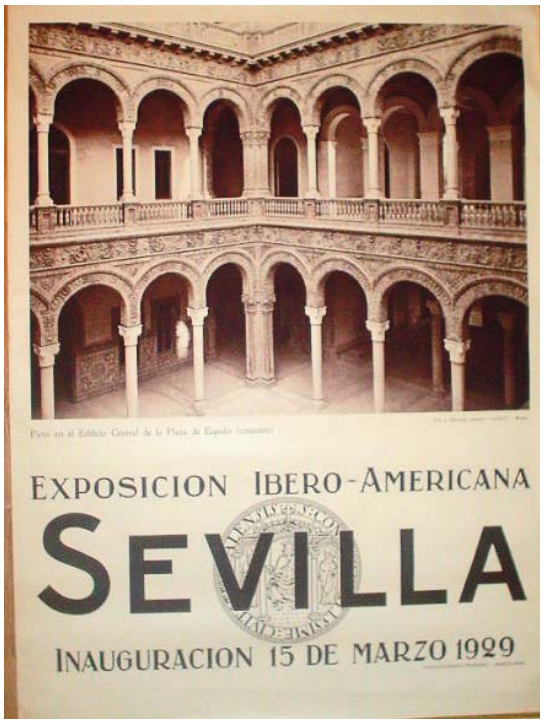


Cartel de Rogelio, en francés e inglés, para la Exposición General Española

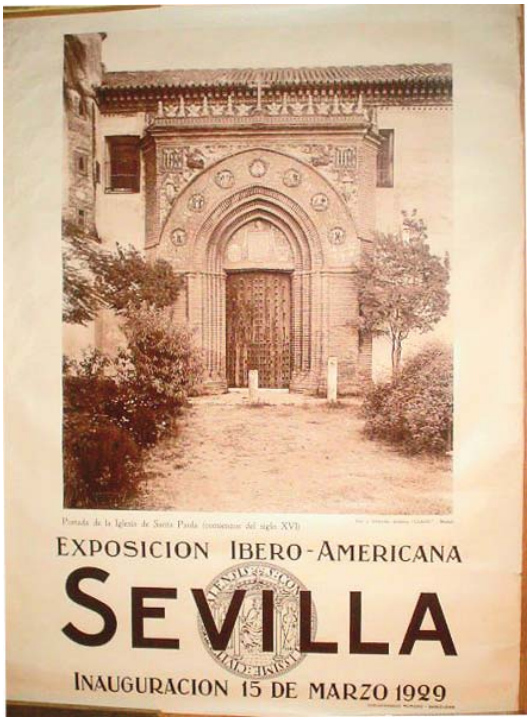


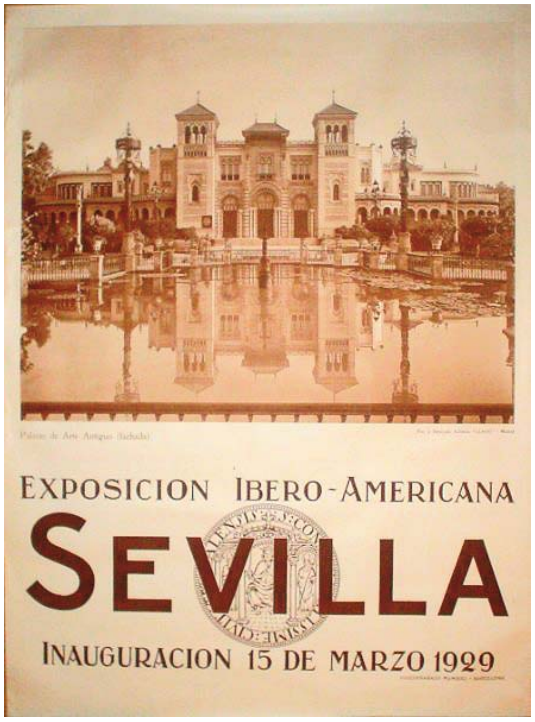


Colección de17 carteles vendidos por la librería Goya de Barcelona





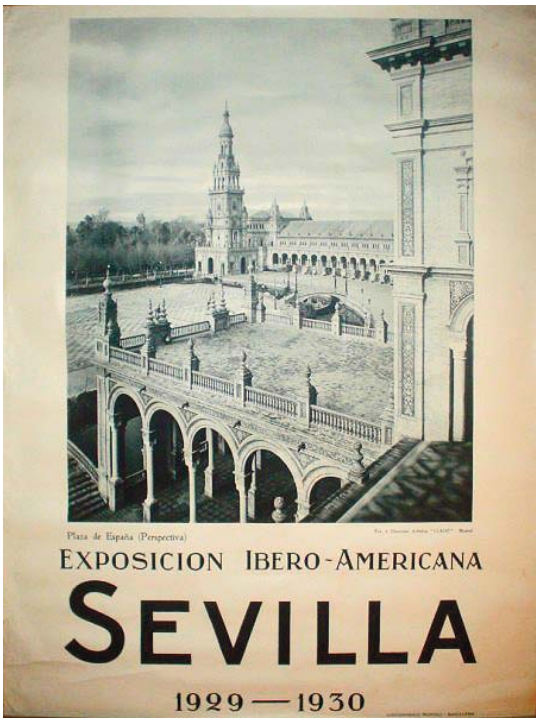

Portada de la Iglesia de Santa Paula (comienzos del siglo XVI)
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929


EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929


Palacio Central de la Plaza de España
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


Palacio Central de la Plaza de España
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


Plaza de España (detalle)
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


Plaza de España (Perspectiva)
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


Jardines del Alcázar (detalle)
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929


Patio en el Edificio Central de la Plaza de España (planta alta)
EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929


EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929


EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
1929 — 1930


EXPOSICION IBERO-AMERICANA
SEVILLA
INAUGURACION 15 DE MARZO 1929



Cartel de la serie, en inglés



Tercer premio del concurso de 1912, publicado en la revista *La Exposición*



Portada de la revista *Galerín*, 1928



Portada de la revista *Galerín*, 1929



Portada de la revista *Galerín*, 1930

3. Catálogos, folletos y otros impresos

Introducción

La mayor parte de los folletos catálogos y suplementos, relacionados con la Exposición Ibero Americana que analizamos en este trabajo han sido rescatados uno a uno en librerías de viejo a lo largo de los últimos cinco años. Se trata, en conjunto, de un testimonio excepcional de la actividad de las Artes Gráficas españolas de finales de los años veinte a la que, desgraciadamente, hasta hace muy poco ni siquiera se le ha considerado objeto de bien patrimonial. Algunos de los ejemplares son verdaderas joyas bibliográficas que almacenan en sus centenares de páginas una amplia muestra de los anuncios, tipografías y elementos decorativos editadas por imprentas desaparecidas hace décadas.

Distinguimos cuatro grupos en relación con las instituciones que promovieron propaganda relacionada con la Exposición:

3.1. Propaganda promovida por el Estado, a través de la Unión Ibero Americana, el Patronato de Turismo y el Consejo de Enlace. En este grupo encontramos material de promoción tanto de la Exposición Ibero Americana en particular, como de la denominada Exposición General Española, una manera de designar conjuntamente los certámenes de Sevilla y Barcelona para facilitar su difusión nacional e internacional.

3.2. Propaganda promovida desde Sevilla por el Comité Permanente de la Exposición y por otras entidades locales.

3.3. Folletos y catálogos de los pabellones.

3.4. Propaganda promovida por empresas privadas y otras instituciones.

Un primer análisis de conjunto de este material gráfico nos deja constancia de que aún 1929 es una fecha en la que las vanguardias artísticas internacionales sólo se dejan sentir en algunas manifestaciones tangenciales. Apenas algunos anuncios modestos llegan a concebirse de manera estrictamente geométrica, traduciendo ecos de las propuestas de *De Stijl* y de los modelos compositivos funcionales de la *Bauhaus*.

Historiadores como Satué, sostienen que en España no sería hasta dos años después, con la proclamación de la República, cuando la ruptura social que acompañó al movimiento político llevó al campo del diseño la libertad de experimentación que convirtió a las páginas impresas en territorio fértil para popularizar las nuevas propuestas gráficas[1]. No obstante, en nuestra investigación hemos hallado algunas muestras de modernidad gráfica. Cabe citarse el *Libro de Oro Iberoamericano*, donde se compusieron las cajas de texto con gran libertad y se manejaron tipografías originales. También encontramos influencias de las corrientes artísticas internacionales de la época en algunos de los anuncios comerciales incluidos en los dos grandes catálogos relacionados con la muestra: el *Catálogo Comercial* y el mencionado *Libro de Oro*. Es muy interesante, en este último, apreciar la convivencia en su diseño gráfico de las nuevas tendencias funcionales y arquitectónicas del racionalismo más ortodoxo, con retazos de viejas prácticas modernistas cuajadas de capitulares adornadas, viñetas, orlas, escudos, símbolos y adornos de inspiración vegetal.

Hay que hacer notar que, en los años veinte del siglo XX, las propuestas de vanguardia españolas habían quedado en la semi clandestinidad de publicaciones minoritarias apenas leídas por los círculos culturales de los artistas más jóvenes. Las ilustraciones y la propia composición de la revista *Litoral*, que acogió a la que después se denominaría como "Generación del 27" o, incluso antes, las manifestaciones ultraístas de revistas como *Gallo*, *Reflector* o *Ultra* pueden ser consideradas una anécdota en el mercado editorial de la época, y sus piruetas gráficas no influyeron en el diseño de las publicaciones relacionadas con la Exposición.

1. SATUÉ, E., *Los años del Diseño. La década republicana*, Turner, Barcelona, 2003, pp. 15-21.

En aquella época, en general, no se cuidaba mucho la calidad de los folletos y catálogos, cuyo diseño corría, en la mayoría de los casos, a cargo de los propios impresores[2]. Chambonnaud ya defendía a comienzos de los años treinta del siglo pasado la formación específica de profesionales en lo que hoy denominaríamos diseño gráfico ya que, en su opinión, ni impresores ni tipógrafos ni otros profesionales de las Artes Graficas estaban especializados en hacer publicidad. Además lamentaba que, pese a disponer de materiales y máquinas adecuadas, eran pocas las imprentas especializadas en catálogos e impresos[3].

Los estudios de técnica publicitaria nacieron en Estados Unidos y llegaron a España en 1915 cuando Prat Gaballí impartió un curso especializado en la Cámara de Comercio de Barcelona denominado "Una nueva técnica: la publicidad científica". Este mismo investigador impartió otro, dos años más tarde, en la misma sede otro sobre "Ventas por correspondencia y campañas de publicidad". En 1919 la Perfumería Gal creó el primer departamento técnico de publicidad. En las primeras décadas del siglo XX, apenas era posible estudiar en nuestro país las técnicas de lo que hoy se denomina diseño gráfico más allá de referencias en cursos breves y en algunos libros especializados[4].

En las tipografías y las composiciones de los folletos y catálogos relacionados con la Exposición predomina, con desigual acierto, la ambición por la legibilidad y el orden, la columna única o la doble columna y la letra romana; tal y como proponían los teóricos de las Artes Gráficas en los libros de texto de la época[5]. Refiriéndose a la publicidad, Prat Gaballí ya exigía a los técnicos del sector que practicasen la racionalidad, fruto de la experiencia ajena convertida en método científico, y que huyeran de la intuición y del mero capricho[6].

---

2. CHAMBONNAUD, L., *Arte de preparar Catálogos*, *op cit.*, p. 9.

3. *Ibidem*. Chambonnaud llega a decir textualmente: «*Se comprende que un tipógrafo ocupado hoy en hacer una esquela de defunción, mañana una invitación a un baile, al día siguiente pliegos de aleluyas y otro día el estado de un padrón será menos diestro que otro tipógrafo que se ocupe únicamente en componer catálogos comerciales (...) Es necesario que la persona encargada de la propaganda impresa pueda hablar al impresor en su propio lenguaje (...) tiene que saber la denominación técnica de cada clase de tipo, viñeta, orla y dibujo para que le comprendan con facilidad, y también conocer los efectos que cada elemento tipográfico producirá sobre el papel, con el fin de escoger los más adecuados (...)*».

4. PRAT GABALLÍ, P., *op. cit.*, pp. 7 y ss. Prat lo explica así: «*Han sido inútiles los esfuerzos hasta hoy realizados para conseguir que la enseñanza de la publicidad y materias complementarias sea un hecho en las carreras comerciales. Hubo un momento en que la inclusión de aquellas en un plan de estudios oficiales pareció que iba a tener realidad, pero, desgraciadamente, tal esperanza no pasó de las páginas de la "Gaceta". Esto sucedía en 1921. En lo oficial sólo quedan las iniciativas (...) en la Cataluña Autónoma*».

5. Prat Gaballí en Barcelona y Chambonnaud en Francia y, a través de Carnicero Barrio, en Deusto.

6. PRAT, P, *op cit.*, p. 15.

El propio Prat lamenta que los publicistas se limiten a dar meras orientaciones a las imprentas sobre aspectos que considera cruciales como los tipos de letras que hay que emplear, su disposición, las agrupaciones de texto y título, etc[7].

En los folletos que analizamos en nuestro estudio predomina el papel satinado, la encuadernación en rústica y las cubiertas ilustradas; si bien hay que hacer mención aparte de, *El Libro de Oro* y el *Catálogo Comercial*, que están editados como verdaderos libros gruesos, con tapas duras y enteladas. Una vez pasados los excesos de formas e imágenes que predominaron en los años del modernismo, observamos ya en 1929 como predominan las ediciones más ordenadas, con textos compuestos a una o dos columnas e ilustraciones fotográficas.

Las cubiertas ofrecen muestras de lo más variado. El *Catálogo* y la *Guía oficial* se encargaron a la imprenta barcelonesa Rieusset, que trabajaba para el negociado de publicidad de la Comisión Permanente. Mientras la cubierta de la *Guía Oficial* está ilustrada con un dibujo regionalista de Miciano –que obtuvo el segundo premio en el concurso de carteles de las Fiestas de la Primavera de Sevilla de 1929–, el *Catálogo Oficial* se limita a ofrecer una escueta composición sobre fondo rojo con tipografía de palo seco y el escudo de la ciudad.

Entre las iniciativas privadas, la cubierta de la pequeña *Guía Rápido*, editada en Barcelona en 1929, teje una abigarrada imagen de modernismo regionalista que, en unos pocos centímetros cuadrados, muestra diferentes tipografías, ornamentos florales, el escudo de la ciudad y un mantón de Manila. La orla juega y prolonga su linealidad con una arcada arquitectónica asentada sobre un murete con azulejos, en la que se ofrece una estampa de Sevilla sobre el Guadalquivir, con un zeppelín surcando el cielo.

Entre las iniciativas regionales, llama la atención la modernidad de la portada del catálogo del Pabellón de Navarra, que muestra una representación arquitectónica con una ele-

7. *Ibidem*, p. 204.

gante combinación funcional de economía de líneas, equilibrio compositivo y juego tipográfico que recuerdan las estructuras geométricas y la búsqueda de patrones de los carteles y cubiertas de catálogos firmadas por Peter Behrens, fundador del *Deutsche Werkbund*, que en los primeros años del siglo XX fue pionero en aplicar la teoría reticular al diseño gráfico. En contraste, la sección del libro de la Imprenta de la Exposición editó, a la manera de William Morris, una portada para el catálogo del Pabellón Real que recupera la tradición renacentista, enmarcando el escudo de Alfonso XIII con una orla arquitectónica gótica.

Asistimos, a través de los diseños de estos folletos y catálogos, a una época de transición que va dejando atrás la ornamentación propia del modernismo para ir acatando la funcionalidad que proponían los impulsores del Estilo Internacional, que anhelaban, en palabras de Nikolaus Pevsner que «la arquitectura y el diseño se transformaran en un servicio y que los objetos de uso cotidiano se proyectaran no únicamente para satisfacer los anhelos artísticos de sus creadores, sino también para llenar sus necesidades prácticas»[8].

En 1928, apenas un año antes de la Exposición, Jan Tschichold había editado el primer libro con el texto en letra de palo seco, un tipo de los que hasta entonces se habían llamado "grotescos".

La revolución racionalista de los años veinte llegó al diseño gráfico de la mano de la arquitectura, y fue desarrollada por una parte por los soviéticos y por otra por los alemanes. En ambos casos se buscaba un cauce que permitiese analizar y emplear desde una perspectiva científica las propuestas dispersas que había puesto sobre el papel el arte de vanguardia. La tipografía acata así, de la mano de la *Bauhaus* y de diseñadores como Renner o Tschichold, la letra de palo seco como ejemplo de claridad, legibilidad y simplicidad, y los textos se ordenan en la página en blanco con un imperativo de funcionalidad, para servir a la lectura.

8. Citado por SATUÉ, E., *El diseño de libros del pasado, del presente, y tal vez del futuro*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1998, pp. 30-31.

Cabe destacarse que el nacionalismo alemán, retomó en la Primera Guerra Mundial la tipografía gótica, ya considerada anacrónica, como emblema patriótico. Posteriormente, con la subida al poder de Hitler, el nazismo persiguió a los impulsores de la Nueva Tipografía, si bien durante la Segunda Guerra Mundial este movimiento empleó la Futura para sus propios fines. La adscripción de la letra de palo seco al diseño moderno se extendió desde el final de la I Gran Guerra en 1918 y el comienzo de la II en 1939. Desde entonces y hasta nuestros días ha prevalecido la preferencia por la tipografía romana[9].

Desde el punto de vista técnico-gráfico, la mayor parte del material español que promovió la Exposición, puede homologarse al que se diseñó en Nueva York y al catálogo de la República de Panamá, diseñado en la ciudad alemana de Hamburgo. En general, las maquetas facilitan la legibilidad y el orden, aunque sin renunciar al empleo de elementos decorativos. La singularidad del material realizado en España, respecto al que se hizo en el extranjero, hay que buscarla en algunas de las cubiertas y portadas, en las que encontramos orlas recargadas, ilustraciones con imágenes costumbristas y referencias gráficas a símbolos históricos.

Debemos mencionar, expresamente, la innovación estética que aportó la maquetación del *Libro de Oro Ibero Americano,* realizado en Santander por la imprenta Aldus. La composición de maquetas asimétricas y los juegos tipográficos en los encabezamientos, significaban un signo de vanguardia en su época.

Si atendemos a la funcionalidad como criterio de modernidad, hay que destacar la ilustración de la cubierta del Pabellón de Navarra, firmada por la imprenta de Pamplona Bengaray, el folleto de la Sección del Libro, editado en Barcelona por Oliva de Vilanova, así como los diseños de los suplementos editados por la Enciclopedia Espasa Calpe y por la Hemeroteca de Madrid. En cuanto al grueso catálogo que sirvió de *Anuario* a la empresa Comercio Internacional, destaca en su maquetación la variada muestra de portadillas de los capítulos,

9. El vínculo entre la tipografía de palo seco y la modernidad lo explica Satué en: *El diseño gráfico. Desde...*, *op cit.* pp. 183-184.

la maquetación a dos columnas, cada una de ellas en un idioma, inglés y español, así como el uso variado que, con mayor o menor acierto, se hizo de los elementos decorativos.

Atendiendo al mismo criterio, los documentos más anticuados son los más recargados, como el folleto de la Exposición, elaborado por la imprenta madrileña Mateu en 1927; el folleto del *Colegio Mayor Hispano Americano* de la imprenta madrileña Juan Tejada; la cubierta costumbrista del *Himno Oficial de la Exposición*; el folleto del Pabellón Real, realizado en la propia imprenta de la Exposición; la cubierta, la portada y las primeras páginas del *Folleto Oficial de la Exposición* de la imprenta barcelonesa Oliva de Vilanova; el *Catálogo de la Sección de Arte Antiguo*; el folleto del *Pabellón Colonial*, de la imprenta madrileña Gráficas Reunidas; y los dos impresos firmados por la imprenta sevillana Luis Gómez Hermanos: el folleto de la *Exposición de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir* y el del *Congreso Mariano Hispano Americano de 1929*.

3.1. Propaganda promovida por el Estado, a través de la Unión Ibero Americana, el Patronato de Turismo y el Consejo de Enlace

3.1.1 Catálogo Oficial: *Libro de Oro Ibero Americano*

3.1.1.1 Tomo I

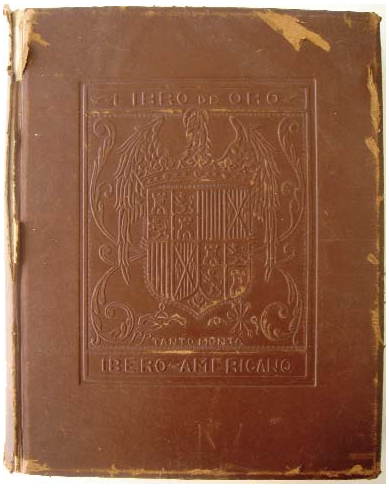
Introducción

El *Libro de Oro* de la Exposición Ibero Americana de Sevilla está editado por la Unión Ibero Americana, una institución que presidía el Duque de Alba y que contaba en su junta directiva a algunas de las personalidades más relevantes de la cultura española de la época, como Américo Castro, Eugenio d'Ors, o Ramiro de Maeztu, entre otros. Se trata de una obra editada con gran lujo, con una extensión de 800 páginas en formato gran folio, cosidas en el lomo, se imprimió en los talleres Aldus S.A. de Santander, con un papel fabricado por la Papelera Española. Está encuadernado en piel grabada en seco y las planchas y las guardas están dibujadas por Luis Quintanilla. Según consta en el colofón, los fotograbados los realizaron las casas La ilustradora española y Antonio M. Páez de Madrid. Las ilustraciones están firmadas por Bradley, Castro Gil, Cuervo, Méndez, Navarro, Pedraza, Ostos, Ruiz, Serny, Vázquez Díaz y Zaragoza. Su tamaño es de 300 mm. de ancho por 380 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de entre 8,5 y 12 puntos pica y un medianil de 7 mm.

El Presidente del Gobierno, Primo de Rivera, rubricó un documento –que se publica en la página XV– en el que reconoce que *El Libro de Oro* ha sido declarado por el Comité de la Exposición Catálogo Oficial en el aspecto Monumental. En él recuerda que el propio rey ha ordenado a todas las instituciones y cargos que colaboren en su elaboración[10]. Con-

10. El texto íntegro dice: «Excmos. Sres: Vista la petición formulada a esta Presidencia en el sentido de que se ordene a los diversos centros Ministeriales, Autoridades y organismos oficiales que se atiendan y suministren a la entidad Unión Ibero Americana cuantos datos e informaciones soliciten de la vida oficial española que puedan redundar en el beneficio de España insertándose en el titulado "Libro de Oro Ibero-Americano", que ha sido declarado por el Comité de la Exposición de Sevilla Catálogo Oficial en el aspecto Monumental de la misma; Visto el favorable informe que sobre el referido proyecto de la entidad Unión Ibero Americaba emite el Comisario Regio de la Exposición de Sevilla, en atención a los elevados fines que con la publicación del mencionado Catálogo Monumental persigue, ajeno en absoluto a toda idea de lucro a favor de los miembros que la integran.

S.M. EL REY (q. D. G.) se ha servido acceder a la petición formulada, ordenando a todos los Ministerios, Centros Oficiales y Autoridades de los diversos órdenes, que faciliten, cuanto de ellos dependa, la formación del referido Catálogo Oficial y Monumental de la Exposición Ibero Americana de Sevilla, suministrando a sus representantes cuantos datos e informaciones sobre el progreso cultural, económico y social de España puedan redundar con su publicidad y difusión en beneficio colectivo. Lo que de Real Orden comunico a VV. EE. Para su conocimiento y efectos oportunos. Madrid 4 de enero de 1928. Firmado Primo de Rivera».



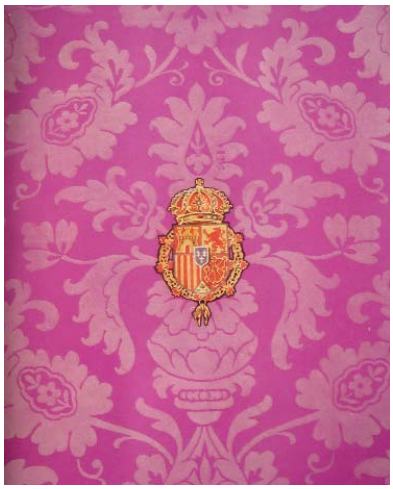
Cubierta



Guardas



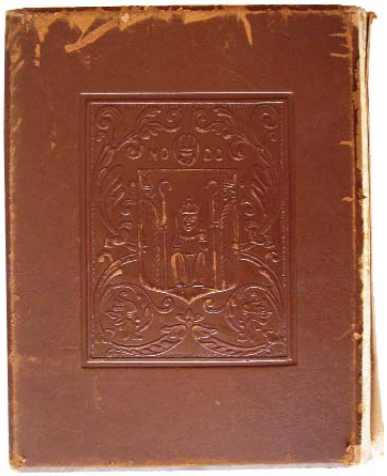
Portada



Escudo de España con el Toisón de Oro



Guardas



Contracubierta

tiene más de 2.500 ilustraciones y fotografías y 250 artículos firmados por altas personalidades de la política, la economía y la cultura de la época. Entre ellos, destacan Federico García Lorca, Pío Baroja, Manuel Machado, Ramón Gómez de la Serna, Eduardo Marquina, Ramón Pérez de Ayala, Concha Espina, o Eugenio d'Ors. El catálogo incluye láminas en color con reproducciones de algunas de las más célebres pinturas de autores españoles[11].

El contenido del Tomo I ofrece una visión propagandística de la España de la época. Tiene un primer y único capítulo titulado "España" con dos secciones: en la primera se explican detalladamente los aspectos culturales, geográficos, económicos, industriales y de organización política del país; en la segunda, denominada "Las Regiones", los artículos explican estos mismos aspectos desglosados por regiones y por provincias. En función de esta división, encontramos claras diferencias en la maquetación y en la introducción de distintas capitulares, tipografías y tamaños de la letra. La maquetación, salvo excepciones, se realiza en dos columnas, con un medianil de 7 mm y unos márgenes cuyas medidas son: superior 30-32 mm., inferior 32-34 mm.

Para la tipografía básica del texto emplea una fuente de la familia de las romanas. La introducción de tipografías más originales se reserva para las cabeceras, donde se juega de forma decorativa con diferentes fuentes, con y sin serif, de más o menos grosor. Además se realizan juegos tipográficos separando las letras, y colocándolas de manera vertical, diagonal, o incluso sin formar líneas rectas. La libertad tipográfica y formal bebe de las propuestas de vanguardia que habían hecho desde unos años antes corrientes como el futurismo, el dadaísmo y el ultraísmo[12].

11. "La Inmaculada Concepción", "La familia de Carlos IV" , "Los fusilamientos de la Moncloa" y "El cacharreros", de Goya; "La Sagrada familia" y "Niños comiendo fruta", de Murillo, "Las Meninas", "El Infante Don Baltasar Carlos", "Las Hilanderas" y "La Rendición de Breda" de Velazquez; "El Cristo después del azotamiento" y "San Francisco", de Zurbarán; "La ascensión de Cristo a los cielos", "La oración en el huerto" y "La Venida del Espíritu Santo", de El Greco; y "El Sueño de Jacob", de Ribera.

12. A diferencia de lo que ocurre en las Vanguardias, la tipografía del *Libro de Oro* no es puramente artística y caligráfica, ni tiene un autor identificable. Está por investigar la historia de Aldus, la imprenta santanderina responsable de la edición. El estudio de Elena González y María Jesús Lavín sobre los impresores en Cantabria, menciona que esta imprenta editaba ejemplares impecables; el primero de ellos *Aromas de silencio*, publicado en 1925. También editó el semanario deportivo *Palestra* (1924-1926) y *Revista de Santander*, que tenía su redacción en la Biblioteca Municipal. En GONZÁLEZ, E.- LAVIN, M.JESÚS., *La Imprenta en Cantabria. Dos siglos de historia*, Fundación Marcelino Botín, Santander, 1994.

Además, la maquetación de los bloques de texto también es más arriesgada que en el resto de los catálogos y folletos que hemos analizado en esta investigación. En muchos de los capítulos no se respeta la anchura de las líneas en toda la longitud del bloque y se componen juegos visuales más o menos llamativos. Apreciamos que en muchas de las páginas estas composiciones se distancian de las convenciones que imperaban en la mayoría de las imprentas, abandonan las orlas decorativas y renuevan la inspiración ornamental en una fuente bien diferente: en los "caligramas", palabras o textos más o menos cortos que habían empleado los poetas de vanguardia aprovechando la tipografía, la disposición de las palabras o la caligrafía para representar imágenes gráficas que evocaban el contenido de lo escrito[13].

Es en ese contexto, plenamente contemporáneo con la edición del catálogo, es en el que hemos de situar los contenidos experimentos y juegos que aparecen en esta maquetación, que también recogen el eco que llegaba de las propuestas gráficas que desde 1917 impulsaba Theo van Doesburg en *De Stijl*, donde se hacía una defensa del estilo geométricamente puro e impersonal, que más adelante influyó decisivamente en la gráfica de la *Bauhaus*. Sorprende el empleo, en una publicación oficial, de este tipo de técnica de vanguardia, que en su día –y con fines bien distintos– estuvo reservada a círculos muy minoritarios.

La cubierta, forrada en piel, muestra en relieve el escudo de España, en la época del descubrimiento, con el águila de San Juan, el yugo y las flechas, como divisas de los Reyes Católicos, y el lema "Tanto Monta". El conjunto se completa hasta los límites del marco con un adorno vegetal. Por encima y por debajo, también recuadrados los títulos *Libro de Oro* en su cabecera e *Ibero-Americano* en su pie; ambos también recuadrados.

13. Los caligramas estuvieron ligados, sobre todo, a los poetas del futurismo y del movimiento Dadá y Guillaume Apollinaire fue su principal impulsor en Francia. En España los juegos tipográficos habían entrado en 1913 de la mano del poeta Chileno Vicente Huidobro tras incluir en su libro de 1913 "Canciones de la Noche" su primer caligrama, "Triángulo armónico". El futurismo llegó también a través de Ramón Gómez de la Sema, quien tradujo y publicó el manifiesto de fundación de este movimiento en su revista *Prometeo*, apenas unos meses después de su publicación en Francia. Dos años más tarde la editorial valenciana Sempere editó *El futurismo*, un libro en el que Filippo Tommaso Marinetti desarrolla las ideas básicas de su movimiento. Los poetas españoles empezaron a emplear los juegos tipográficos futuristas en 1916 a través del catalán Josep Maria Junoy. En 1918 en Madrid, bajo la tutela de Rafael Cansinos Assens un grupo de jóvenes poetas redactó el primer manifiesto ultraísta en 1918, que quiso ser una síntesis de todas las estéticas vanguardistas, con Marinetti, Apollinaire y Tristan Tzara como modelos a seguir. Vicente Huidobro y Guillermo de Torre desarrollaron una intensa labor de difusión de lo nuevo que había culminado con la publicación en 1925 del libro *Literaturas europeas de vanguardia.* En BONET, J.M., *Diccionario de las Vanguardias Artísticas en España 1907-1936*, Alianza, Madrid, 1995.

Para la contracubierta se emplea la misma técnica y se ilustra con un recuadro en el que figura el escudo de Sevilla, también rodeado de una ornamentación vegetal. Para la portadilla se emplean letras de fuente gótica en minúscula y una estampa en el centro con el escudo de España con los Reyes Católicos sobre un fondo negro de estrellas.

Las guardas se decoran con una ilustración, de motivo continuo, en color rojo poco tintado sobre un fondo verde. En la guarda par aparecen distintos elementos del escudo nacional, como los leones, el castillo, el yugo y las flechas. En la impar se representan dos carabelas.

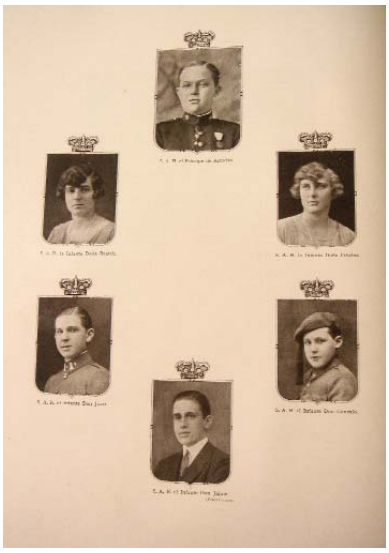
La introducción del libro suma cuarenta páginas, que se ordenan con números romanos. En ellas se incluyen textos explicativos del contenido y la finalidad de la obra, así como sendos capítulos dedicados a detallar la historia y los contenidos de los principales pabellones de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona. Antes del primer capítulo se incluye una página en la que aparece el escudo de España con el Toisón de Oro, emblema, por tanto, de la Casa Real Española, desprovisto de ornamentos exteriores sobre un fondo estampado en color rosa con un motivo floral. Las tres páginas siguientes muestran sendas fotografías de la Reina, el Rey, y los Infantes, que se muestran en una página con el grupo de seis fotografías recortadas en forma de escudos, que se rematan por encima con sendas coronas reales y que se disponen en orla. La del Príncipe de Asturias encabeza la composición.



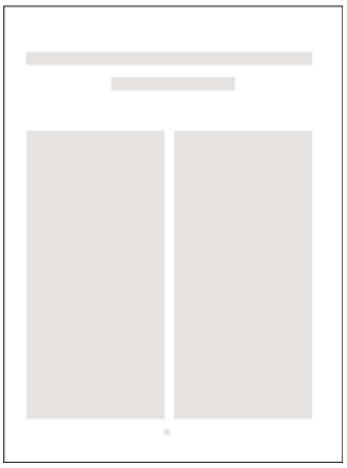
Retrato de Alfonso XIII



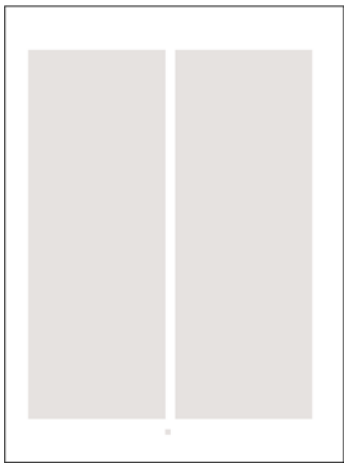
Retrato de la Reina Victoria Eugenia



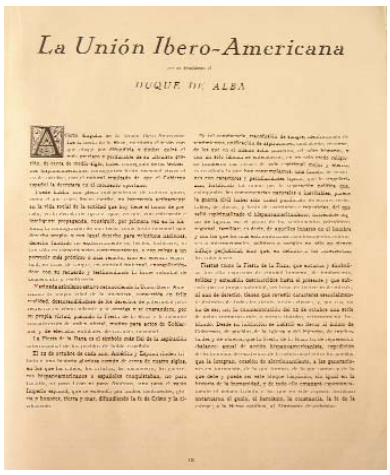
Orla con el Principe de Asturias y los Infantes



Esquema de la maquetación general



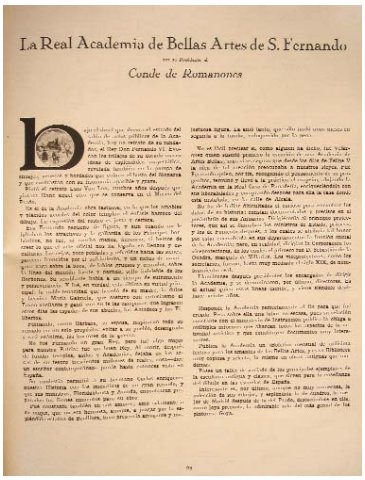
Esquema de la maquetación general, sin título



La Unión Ibero-Americana

DUQUE DE ALBA

Ejemplo de la maquetación general



La Real Academia de Bellas Artes de S. Fernando

Conde de Romanones

Ejemplo de maquetación general con letra decorada al comienzo del texto



Ejemplo de maquetación general con dos columnas encabezadas por fotografías y viñeta al pie

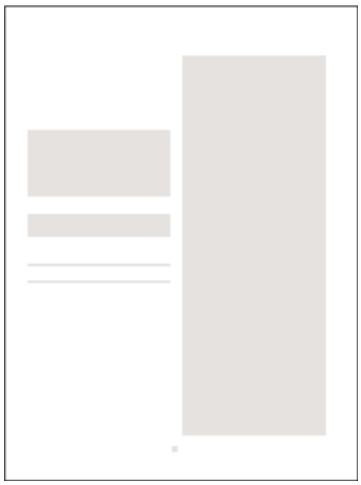
Maquetación

Maquetación General

En la mayor parte de las páginas la maquetación se realiza en dos columnas, con un medianil de 7 mm y unos márgenes cuyas medidas son: superior 30-32 mm. inferior 32-34 mm. interior 28 mm. y exterior 31 mm. aproximadamente. El formato del libro es de 300 x 380 mm. con una ceja de 4mm (la tapa dura sobresale 4 mm. del cuerpo del libro). Se utilizan capitulares al comienzo de cada capítulo, diferentes entre sí, aunque se repiten varios modelos. El cuerpo oscila entre los 9 y 14 puntos aunque lo habitual es que tenga un tamaño de 12. Los títulos suelen tener un tamaño de unos 33 puntos y la interlínea oscila entre los 8,5 y los 12 puntos pica. Los párrafos que no llevan tratamiento decorativo son ordinarios y con la primera línea sangrada.

Los títulos de los capítulos ocupan en una línea el ancho de las dos columnas y emplea una fuente de letra romana antigua, que en algunos de los textos va en cursiva. Algunos de los capítulos se titulan con mayúsculas. La primera capitular es de mayor tamaño y va decorada con arabescos y otros motivos decorativos. En ocasiones está enmarcada y también se emplean para algunas decoraciones viñetas o ilustraciones alusivas al contenido del texto, e incluso se comienza el texto con una minúscula decorativa.

Las fotografías se introducen en el texto de varias maneras, bien ocupando el ancho de las dos columnas, por arriba o por debajo; en el interior del texto, rompiendo las líneas; y coronando o bien sirviendo de faldón a cada columna. Cuando hay varias se suelen solapar entre ellas. Cada artículo remata el blanco final con un florón o una viñeta alusiva al contenido del texto, que puede ser una ilustración o sustituirse por una pequeña fotografía.



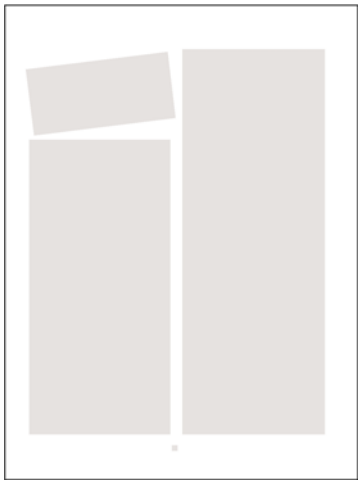
Esquema del modelo de cabecera 2



Media plana izquierda reservada para el título



Título en línea descendente al estilo Dadá



Esquema del modelo cabecera 3



Original composición tipográfica en el título



Título con un tipo sin remates ni contraste constructivo



Título ocupando un módulo sobre la columna izquierda



La fuente del título está perfilada

Modelo cabecera 2

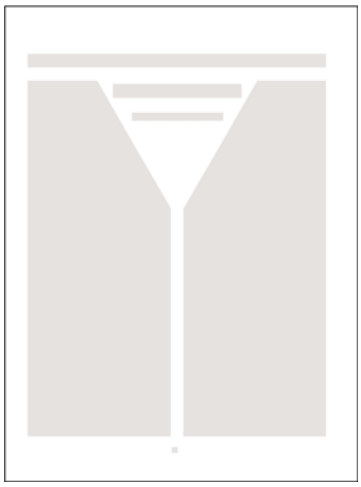
Atendiendo a la maquetación decorativa de algunas cabeceras podemos encontrar varios modelos de composición. En uno de ellos se reserva la columna de la derecha para el texto, mientras el espacio de la columna de la izquierda se sustituye por el título. Algunas de las maquetaciones están recuadradas y otras no y la tipografía del título es de lo más variada, jugando con el tamaño, la altura y la anchura de distintas fuentes romanas y de palo seco, pero también componiendo con letras más originales; anchas, gruesas y discontinuas. En las que decoran el artículo dedicado a "Cádiz" el título se compone en un trazo oblicuo descendente que se quiebra para buscar la horizontal en la última letra.

La tipografía y la composición evocan el estilo Dadá. En este modelo de maqueta las fotografías se componen al ancho de la columna del texto.

Modelo cabecera 3

Otro de los modelos de cabecera que juega con una composición próxima a la modulación del espacio. Aunque respeta la estructura en dos columnas de retícula, en la mitad superior de la página la caja izquierda se ocupa con el título y la derecha con una fotografía. En artículo dedicado a "Huelva" el título también se compone a la manera dadaísta, con letras decorativas gruesas y sin remates, que se solapan parcialmente de arriba abajo sin respetar la línea natural de lectura.

También son decorativas, anchas y gruesas las que titulan el artículo de "Goya", con una fuente tipográfica en la que no hay remates ni transición en los trazos, ni contraste constructivo, lo que convierte la "O" en un círculo perfecto. La línea de lectura del título es una línea oblicua ascendente. Curiosamente este artículo está firmado por Ramón Gómez de la Serna, uno de los principales padres de la vanguardia española, cuyo nombre se subraya con un trazo grueso. Los dos artículos citados se ilustran con fotografías al pie



Esquema del modelo de cabecera 4



Original juego con la maqueta que orienta la visión hacia la imagen de la vaca



Maqueta del encabezamiento ocupando un blanco triangular



Esquema del modelo cabecera 5



La maqueta deja un blanco triangular para alojar la cabecera



El juego de la maqueta conduce la vista al título

de las columnas. En el dedicado a Cádiz, además se incluye una vertical entre ambas columnas. Las primeras capitulares de ambos textos están decoradas.

Los capítulos dedicados a "Ceuta" y a "La siderurgia y la metalurgia en España" también se titulan en módulos por encima de la caja de texto de la columna izquierda. En ambos casos las letras del título están perfiladas y en mayúsculas. Las fotografías se maquetan apaisadas entre las dos columnas, rompiendo las líneas a derecha e izquierda.

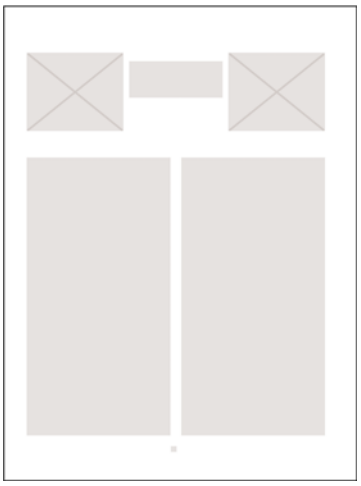
Modelo cabecera 4

Para jugar decorativamente no sólo se utilizan los titulares, sino que también se emplea una maquetación arriesgada, rompiendo las líneas de las columnas derecha e izquierda para sugerir formas. En el artículo sobre la "Industria lechera en España" la maquetación en triángulo equilátero invertido, de la mitad superior del texto, deja la superficie para el título y busca en su vértice la fotografía de una vaca. La primera capitular del texto es una "U" decorada, para la que se emplea una fuente de gran tamaño y grosor, con remates superiores y sin contrastes entre sus tres trazos, que mantienen una anchura uniforme.

También se maqueta respetando la superficie de un triángulo obtuso parte del texto del tercio superior del artículo, dedicado a "Las cuevas de Mallorca" donde, además, se disponen tres fotografías que buscan el equilibrio de la plana rematando por debajo dos de ellas, las columnas izquierda y derecha; mientras que la central sirve de remate superior del texto. Las dos columnas que forman la página, se estrechan en la parte inferior debido a las fotografías, haciendo un poco difícil la lectura.

Modelo cabecera 5

También un triángulo, aunque rectángulo, alberga la cabecera de los artículos "La conexión ferroviaria en España" y "Guadalajara". En estos casos el ángulo recto ocupa la es-



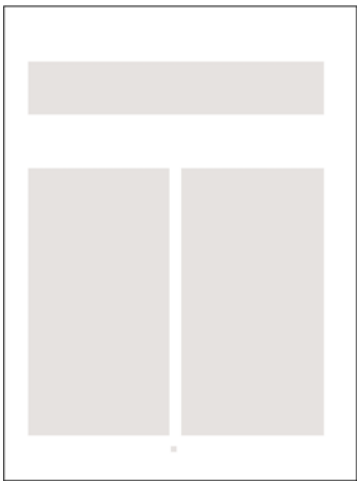
Esquema del modelo cabecera 6



Cabecera coronada con tres fotografías



Cabecera flanqueada por dos fotografías



Esquema del modelo cabecera 7



Título con fuente tipográfica de astas muy gruesas



El encabezamiento incluye una viñeta

quina superior derecha de la plana, dejando la superficie para el título y ajustando las líneas de las columnas de texto para adecuarlas a la hipotenusa. Las columnas además se rompen con fotografías que se maquetan al ancho de cada caja en distintas alturas.

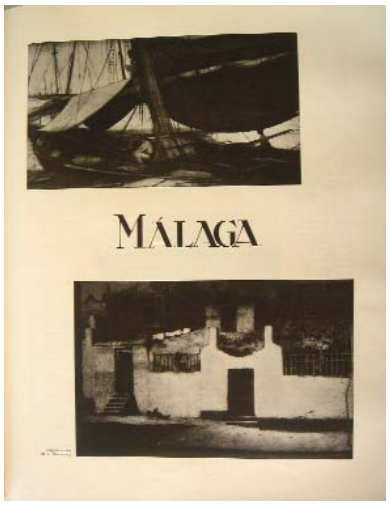
Modelo cabecera 6

Algunas cabeceras se coronan con dos o tres fotografías, como en los artículos dedicados a "Almería" y a "Granada". En el de "Almería", el tipo elegido no tiene remates y es también exagerado por su altura y estrechez, sin contraste en los perfiles de sus astas. Pese a ser capitulares la "I" se remata con un punto. En el caso de "Granada" el título se compone con una diagonal descendente y se dispone a la izquierda una paralela con un tipo de letra más pequeña para indicar que la autoría corresponde al P.N.T.; esto es, al Patronato Nacional de Turismo.

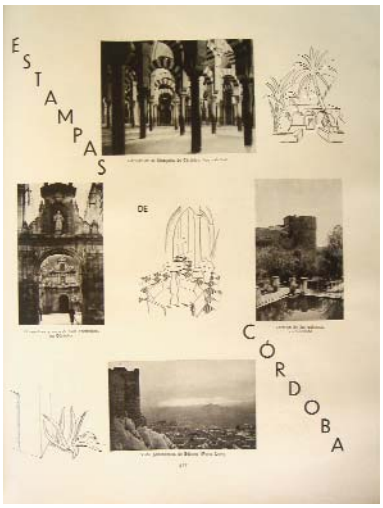
Modelo cabecera 7

Para los artículos dedicados a "Jaén" y "Sevilla", es el título el que ocupa la cabecera. En ambos casos se eligen tipos de letras gruesos, anchos y ornamentales. El de "Jaén" es exagerado y rompe la línea de lectura con una "J" que se corona con un punto y cuyo eje rompe la vertical para apoyarse sobre el asta izquierda de la "A". Las otras tres letras, que tampoco tienen contraste alguno entre sus astas, se solapan parcialmente entre ellas. La "E" carece de asta transversal. En las letras del título "Sevilla" son originales las astas inferiores de la "E" y de la "L", con trazos ascendentes y escalonados. La "I" también lleva punto de coronación, en este caso con función decorativa.

En ambos casos la retícula se realiza en dos columnas, y se introduce una fotografía en la parte central. Las capitulares son sencillas, con una tipografía romana. En el caso de Sevilla, una ilustración ocupa parte del primer párrafo y del espacio dedicado al título.



Ejemplo del modelo de cabecera 8.
Portadilla del capítulo dedicado a Málaga



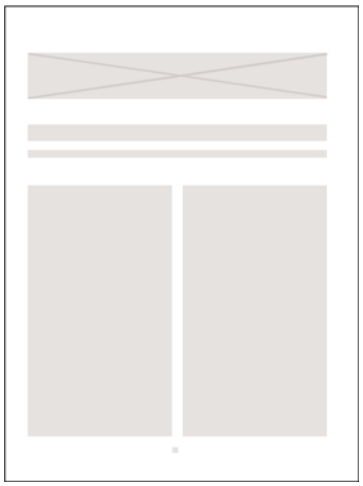
Ejemplo del modelo de cabecera 8.
Portadilla de Córdoba



Ejemplo del modelo de cabecera 9.
Maqueta compuesta al capicho



Ejemplo del modelo de cabecera 9.
La original maqueta un generoso blanco en la plana



Esquema del modelo cabecera 10



La fotografía apaisada corona el ancho de las columnas. La capitular es historiada



Fotografía por encima y al ancho del título

Modelo cabecera 8

Málaga y Córdoba son las únicas provincias que comienzan su sección por medio de una portadilla: unas fotografías y el nombre de la provincia, antes de comenzar a narrar las cualidades de la población. Llama la atención el uso de la tipografía en la portadilla dedicada a "Córdoba". Cuatro fotografías están dispuestas a cada lado de la página, dejando unos huecos que se llenan con la tipografía de palo seco ocupando la diagonal que va de arriba a abajo y de izquierda a derecha. Distintas ilustraciones ocupan la otra diagonal de la hoja.

Modelo cabecera 9

El texto juega con la forma. Dentro del capítulo dedicado a Málaga nos encontramos maquetaciones con cabeceras de diferentes tamaños que intentan crear formas por medio de las columnas tipográficas.

Modelo cabecera 10

En los artículos "Pasado, presente y porvenir de Melilla" y "El Toledo único", los títulos se coronan con sendas fotografías apaisadas que ocupan el ancho de las dos columnas.

Modelo cabecera 11

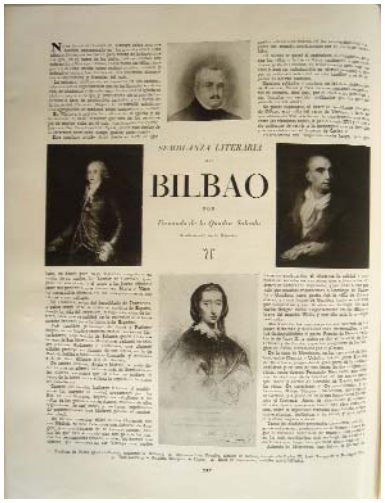
En estos casos las cabeceras se maquetan en el interior de los textos, empleando para el título la superficie de dos triángulos en los artículos de "Lérida" y de "Ferrol"; y de un cuadrado en el caso de "Bilbao". En este último la columna central no lleva texto y la compone el título con los remates por encima y por debajo de sendas fotografías.



Ejemplo del modelo de cabecera 11. La cabecera queda en el interior del texto



Ejemplo del modelo de cabecera 11. La cabecera queda en el interior del texto



Ejemplo del modelo de cabecera 11. El título corona la fotografía en un blanco cedido entre las columnas. Al pie, una viñeta y dos anuncios de texto

Otras cabeceras interesantes



Cabecera con primer párrafo en copa, truncado en su centro por una fotografía



Cabecera que se inserta entre las columnas



Cabecera en la mitad de la columna izquierda, fragmentando el texto principal



Dos cabeceras en la misma página. Guarda una simetría pero cambia el interlineado para ajustar mejor las columnas



La fotografía parte el título y el subtítulo. El título juega además con la disposición de las letras, que poseen diferentes inclinaciones. En la retícula, dos fotografías en la parte inferior de la página, equilibran la composición



Cabecera en la columna derecha jugando con la tipografía que se mueve en diagonal. La columna de la derecha es ocupada por dos grandes fotografías



Cabecera que se inserta en el texto en forma triangular



Cabecera que introduce primero el subtítulo y despues el título



Letra de palo seco



Letra estrecha o condensada



Letra de trazos discontínuos



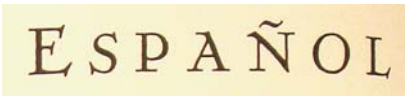
Letra gruesa



Letra perfilada



Letra sombreada



Romana mayúscula



Romana minúscula



El *Libro de Oro* ofrece una rica muestra de capitulares decoradas e historiadas

Tipografía

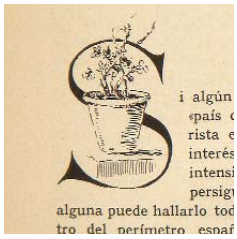
En las cabeceras de capítulos y artículos encontramos una variada muestra tipográfica, que aprovecha distintas variantes de fuentes romanas antiguas y modernas y de palo seco. Además, se juega modificando las formas convencionales de los tipos de letras, ofreciendo distintas variantes de construcción, forma, proporciones, modulación y espesor. También se emplean recursos ornamentales para modificar los atributos y así, además de hallar letras puramente decorativas o pictográficas, también encontramos muestras huecas, perfiladas, con sombra, invertidas, sombreadas, y de plantilla.

Capitulares

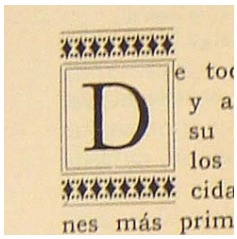
En la Edad Media fueron los amanuenses los que iniciaron la tradición de iniciar los textos con letras decorativas que tenían como función "iluminar" los textos. Los tipos decorativos han sido empleados a lo largo de la historia y se diferencian del tipo convencional que se aplica al texto, tanto por ser de mayor tamaño como por su propia estructura formal. Mientras las capitulares que se emplean habitualmente son de fuentes romanas, las decoradas embellecen el modelo o lo enriquecen con figuras y motivos que las rodean que, en su mayor parte, son alusivos al texto que decoran[14].

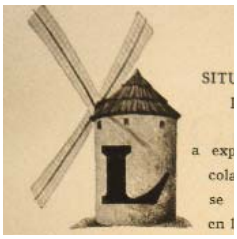
En el *Libro de Oro* hallamos "letras floridas", esto es, de fuentes identificables, pero que se han decorado con arabescos, adornos, ilustraciones y recuadros. En este grupo hallamos algunas letras de fuente caligráfica y minúsculas a las que se dota de funciones capitulares. También encontramos letras con efectos sencillos, como huecas y sombreadas. En otros casos el embellecimiento es más complejo, y va desde sustituir el marco cuadrado por uno circular y decorado hasta la técnica de "historiar"[15] la letra, esto es, sustituirla por signos que recuerdan su forma, utilizando para este fin ilustraciones o fotografías de animales u objetos.

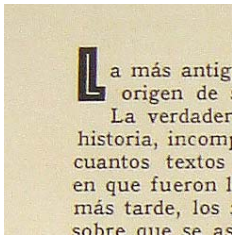
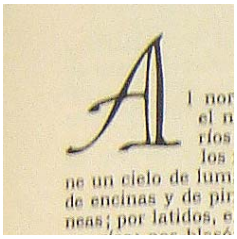
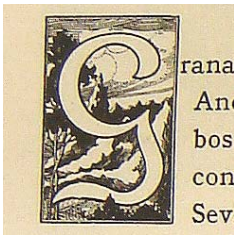
14. Según la clasificación de Baines y Haslam, *op. cit.*, pp. 75 y ss.
15. *Ibidem.*



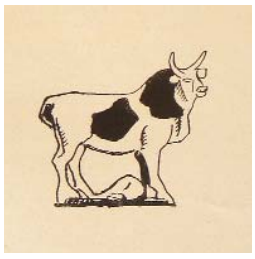
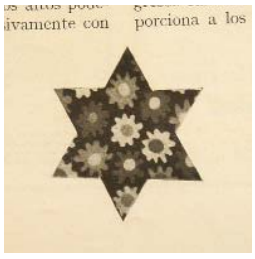








Las viñetas son de lo más variadas:, desde gracias tipográficas a composiciones geométricas, ilustraciones, etc.

Viñetas

Las viñetas son otro motivo ornamental empleado en el *Libro de Oro*. La palabra deriva del francés *vignettte* y significa "sarmiento", y en sus principios hacía referencia a la ilustración original de un pámpano tierno, aunque actualmente se utiliza también para todo tipo de imágenes tipográficas[16]. Su función es dotar de elegancia al macizo de las páginas en una obra, como ésta, de decidida pretensión artística.

Se colocan usualmente aprovechando la mitad inferior de las páginas equilibrando la plana respecto al texto. Encontramos pequeños adornos tipográficos de inspiración geométrica más o menos decorados, escudos e ilustraciones alusivas al texto. Su tamaño se compone, en cada caso, en función de las dimensiones del blanco que deja libre el texto, persiguiendo la composición armónica.



Otros ejemplos de viñetas utilizadas en el catálogo

16. Lo explica Luidl en: *Tipografía Básica. op. cit*, p. 16.



Buena parte de los anuncios son puramente tipogràficos



Algunos anuncios comparten la plana. En este caso de forma original



Anuncio sencillo con poco texto y fotografía

Anuncios

En cuanto a los anuncios, debido a que el *Libro de Oro* estaba impreso a una tinta, casi todos ellos son en blanco y negro. Como era característico de la época, sus influencias son variadas y los hay desde los puramente tipográficos hasta los de inspiración más historicista y regionalista, los que evocan influencias más relacionadas con el *Art Déco* europeo o con el arte comercial que se practicaba en Estados Unidos. En la mayor parte de los casos son varios los anuncios que comparten una misma página. Ésta es siempre par y se coloca como previa a un capítulo o a un artículo.

Buena parte de los anuncios son meras tarjetas comerciales de mayor tamaño que las convencionales[17] y sin apenas complicación de diseño. Son tipográficos o se acompañan de alguna ilustración o fotografía y suelen anunciar el título de la empresa, su ocupación y las señas. En ocasiones se acompañan de alguna frase de elogio al producto.

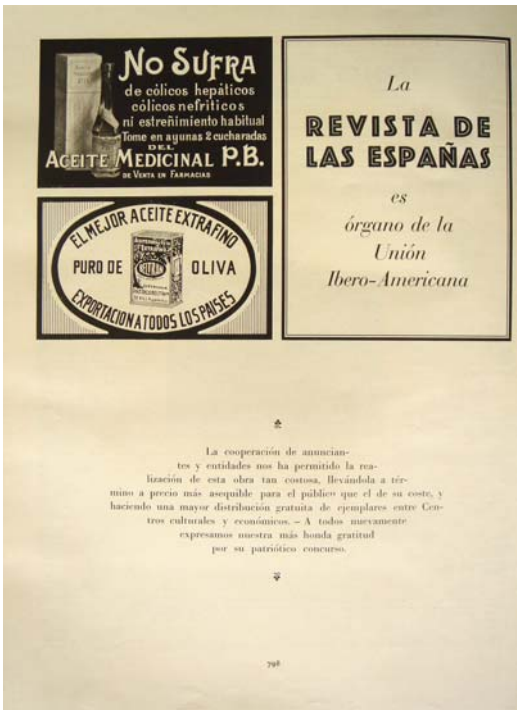
Entre los anuncios puramente tipográficos podemos citar el de Nitrato de Chile, que ocupa toda una plana con el texto comercial. Juega con una fuente romana, de mayor tamaño en el título, que se alinea a la izquierda, un subtítulo alineado a la derecha, y cuatro pequeños párrafos, el tercero de los cuales anima a visitar el *stand* de este producto en la Exposición Ibero Americana y se coloca en cursiva entre dos filetes.

También son anuncios muy sencillos y comparten página el que anuncia la fábrica de lonas de algodón y cáñamo Luis Sedó Boronat y el anuncio de los chocolates de la Compañía Colonial. Como curiosidad, no dividen la plana en cuadrados o rectángulos, sino en dos triángulos, remarcando el superior con varios filetes. El de la izquierda emplea un tipo de palo seco y se ilustra con un dibujo que representa la Torre de los Escipiones, uno de los símbolos arquitectónicos de Tarragona, el lugar en el que se domicilia la fábrica. El de la Compañía Colonial se ilustra con una silueta de lo que suponemos que será la planta del

17. Según explica Trenc Ballester refriéndose a Cataluña, las tarjetas y tarjetones comerciales tipográficos e ilustrados se habían popularizado coincidiendo con el auge del Modernismo a principios del siglo XX. En VV.AA.; *El Diseño en España. Antecedentes históricos y realidad actual*, Fundación BCD Centro de Creación Industrial, Madrid, 1985, pp. 124.



La plana se reparte en módulos para distribuir los anuncios



Cuando sobran blancos se decoran para equilibrar la plana. En este caso se introduce un texto con maquetación en rombo



Anuncio con ilustración puramente regionalista



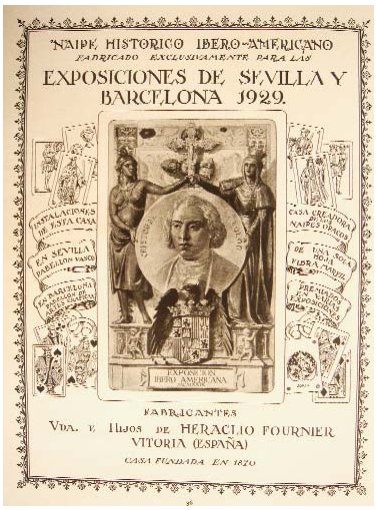
Anuncio del laboratorio Pons Moreno firmado por Arturo Ballester

cacao, sobre la que se colocan el escudo de la Casa Real española y el de la empresa. Para el texto se elige un tipo romano muy estilizado y con largos remates de líneas curvas.

También es sencillo el anuncio de la Colonia Güell, que se ilustra con una fotografía de la planta y tiene como único carácter de notoriedad, el empleo de un tipo perfilado. En las páginas en las que se comparten anuncios, frecuentemente se reparte el espacio en varios recuadros, colocando juntos los de igual tamaño y tratando de mantener un cierto equilibrio compositivo en el conjunto de la plana.

En una de las páginas sólo hay dos pequeños anuncios y se cubre la franja superior de la página con un anuncio de Las revistas de España, que es un órgano de la propia Unión Ibero Americana que editó el *Libro de Oro*. El blanco inferior se destina a un texto en el que explica que la publicidad ha permitido financiar la edición y distribución del libro. El párrafo tiene, además, una función decorativa, al equilibrar visualmente la página. Las líneas componen un rombo achatado, que se remata por encima y por debajo, con dos pequeñas gracias tipográficas.

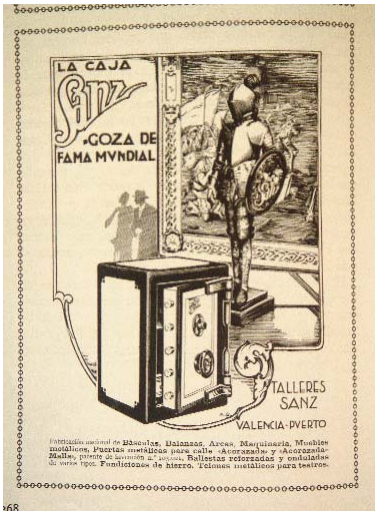
También hallamos anuncios de una inspiración más regionalista, cuyas imágenes principales son mujeres ataviadas con trajes típicos. Entre ellas cabe mencionarse los del aceite La Capitana, en el que el anuncio es la propia etiqueta del producto; y el de uno de los pocos anuncios en color: el laboratorio farmacéutico valenciano Pons Moreno, firmado por el prestigioso cartelista valenciano de la época de Arturo Ballester. La composición resulta abigarrada al yuxtapone al anuncio principal pequeñas estampas comerciales de productos de farmacia como el Septicemiol, el Jarabe Bebé, el reconstituyente Tetradinamo, el cardiotónico y diurético Eusistolina y el inyectable Mutasan. Curiosamente las pequeñas estampas son mucho más efectivas que el propio anuncio de la farmacia, demasiado recargado, y que se titula por debajo de la composición en una leyenda historiada que dificulta la legibilidad.



Recargado anuncio de la baraja histórica que editó Heraclio Fournier con motivo de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona



La ilustración recrea una escena del siglo de Oro



Muchos de los anuncios recogen referencias históricas



Anuncio de composición equilibrada con personajes *Déco* y referencia explícita a la ciudad de Sevilla



Recargado anuncio destinado al reclutamiento de tropas

Ballester evolucionó años después hacia unas composiciones mucho más sintéticas, siendo, durante la guerra civil, uno de los principales cartelistas del bando republicano.

Entre los anuncios de inspiración más historicista mencionamos los del Naipe Histórico Ibero Americano, una composición recargada en la que destaca la ilustración con el medallón del busto de Colón y la alegoría de unión de la Reina Católica y el indígena americano. También de corte histórico es el de la firma de vinos y licores Pedro Domecq, que incluye la ilustración del brindis de dos personajes del siglo de oro, que se sientan en torno a una mesa. El texto juega con las líneas curvas tanto en la composición del título como en la propia tipografía: una letra de fuente romana en la que la "S" está tumbada hacia delante y se trunca por debajo el asta de la "C" eliminando el ascenso del trazo.

También en el anuncio de la caja fuerte Sanz, el dibujo del producto se acompaña de la referencia gráfica a una armadura y a un motivo histórico; esbozado este último en el lienzo que queda por detrás. El anuncio de Renault, de inspiración *Déco*, también incorpora el mantón en los personajes femeninos y la referencia arquitectónica a la Giralda. Entre los anuncios de estilo más costumbrista, también hemos de mencionar la llamada a españoles y extranjeros a alistarse en La Legión, una composición de corte realista, en la que se destacan tres soldados a caballo y uno a pie que portan estandartes. El anuncio no ocupa toda la plana, y el blanco se cubre con filetes que se adornan con flores de lis y con el escudo de La Legión, que flanquea el anuncio a derecha e izquierda de los ángulos inferiores.

Encontramos un gusto más europeo en el anuncio de Suchard, con personajes caricaturescos resueltos con pocos trazos en una composición efectiva. También el anuncio de Anís del Mono que se incluye en el *Libro de Oro* es efectivo en su simplicidad, compuesta por dos manos que sostienen, respectivamente la botella y la copa. Una gruesa letra de palo seco para el nombre de la marca y un tipo caligráfico para el resto del texto rematan la composición. La empresa Anís del Mono, pues, ya no empleaba el anuncio de Ramón



Anuncio de gran impacto visual, con caricaturas



Sintético anuncio de Anís del Mono que sustituye al célebre reclamo modernista creado por Ramón Casas



Anuncio de Muebles Arnau



Anuncio de Cerebrino Mandri

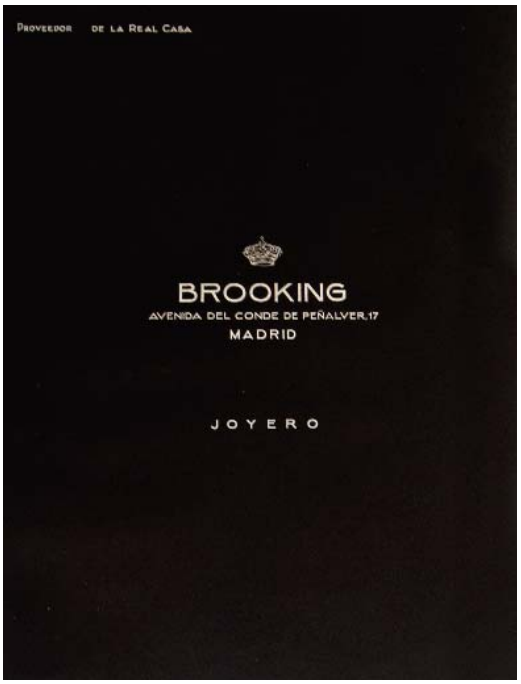
Casas en el que mostraba a una mujer vestida de mantilla llevando a un mono de la mano, entre otras versiones, que había popularizado el producto[18]. Una imagen también efectiva y simple es la que ilustra el anuncio de la tienda de muebles madrileña Arnau y la del Cerebrino Mandri, que con un fondo negro, economiza líneas para representar a los dos personajes.

La simplicidad y economía de recursos son máximas en el anuncio del Hotel Ritz, que emplea toda la plana con el escudo de la marca y el título. A la misma fórmula recurre la joyería Brooking, con un anuncio de fuerte impacto visual que sólo echa mano de la corona real como única ilustración y de un tipo de palo seco para el título y para el reclamo: "Proveedor de la Casa Real". Llama también la atención la arriesgada e innovadora maquetación del anuncio de los periódicos *El Sol* y *La Voz*. Ambos son de la misma empresa editora, uno es matinal y el otro vespertino. La composición emplea como reclamos las cabeceras de ambos diarios, que rompen el recuadro en sus ángulos superior izquierdo e inferior derecho, dejando un gran blanco en el centro.

La racionalidad en la composición también se aprecia en el anuncio de la zapatería Les Petits Suisses, que más al gusto norteamericano que europeo, se ilustra con una fotografía y no con un dibujo. De la misma manera lo hace el de la compañía cementera Asland, que también incluye un artículo de propaganda sobre la empresa.

También en los anuncios del *Libro de Oro* es frecuente descubrir elementos estéticos propios de la gráfica del *Art Déco*, con su gusto por mostrar fábricas, objetos industriales, modernos edificios, o líneas y rayas que representan los rayos del sol. Encontramos estas trazas características en anuncios como el de Muebles Rex, puramente geométrico compuesto a base de líneas que simulan los rayos solares y que se alargan desde un centro ocupado por el logotipo de la marca. Los blancos que quedan entre las líneas de diferente grosor se cubren con rótulos en los que se muestran los productos que vende la tienda. Se elige un tipo a la moda, una fuente de palo seco gruesa. El nombre de la marca se coloca

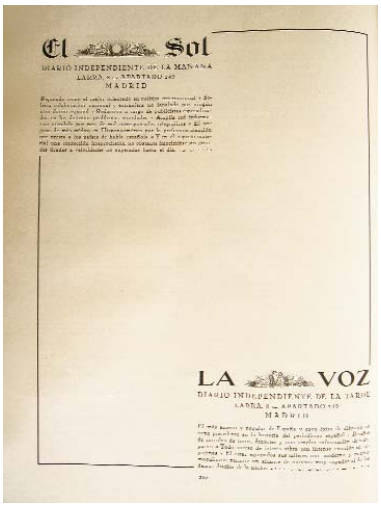
18. AA.VV., *Ramón Casas y el cartel*, Diputación de Valencia, Valencia, 2006.



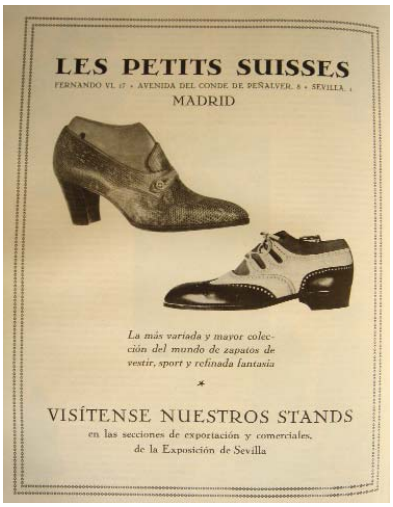
Anuncio de la joyería madrileña Brooking



Simple y efectivo es el anuncio del Hotel Ritz de Barcelona.



Anuncios de los periódicos *El Sol* y *La Voz*



Anuncio de ka zapatería Les petits suisses



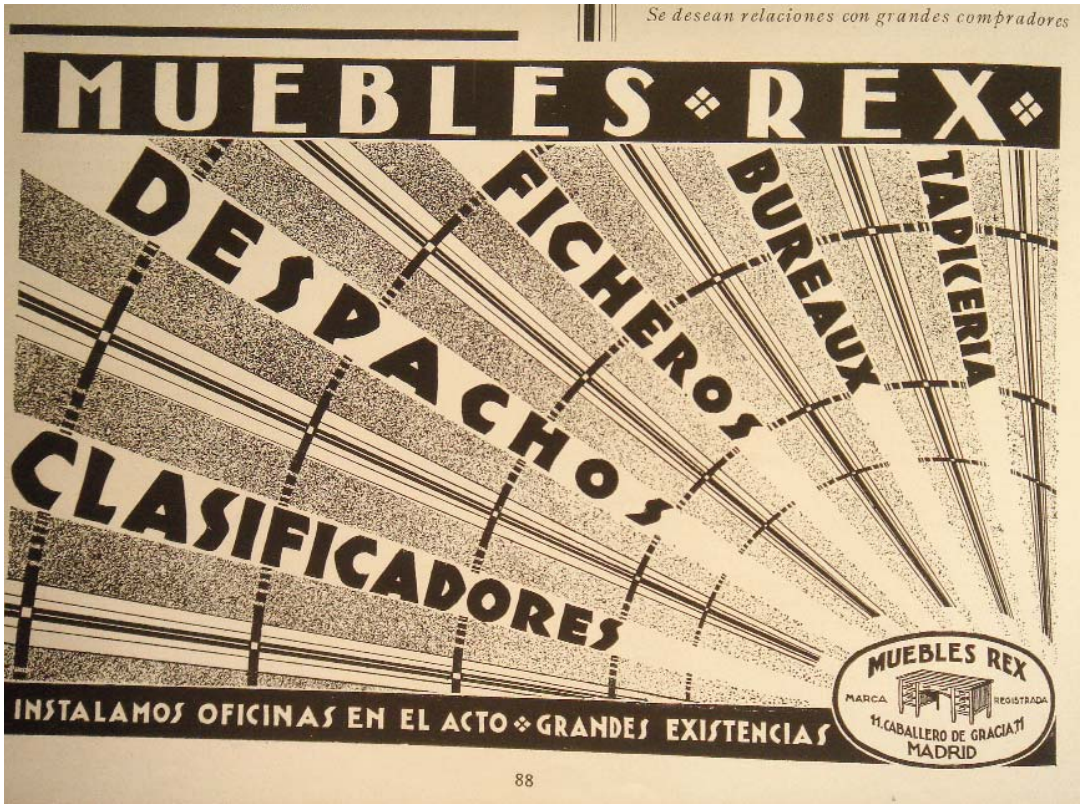
Artículo de propaganda de la cementera Asland

ocupando toda la franja superior, en una banda de color negro con letras blancas (fuente invertida o en negativo). También se emplea una fuente de palo seco gruesa para el anuncio de Chrisler Plymouth en el que la imagen del coche se forma a base de líneas y círculos, consiguiendo un efecto de dinamismo. Como particularidad, la empresa hace una alusión a la Exposición al incluir en el ángulo superior derecho una pequeña estampa con el dibujo de una carabela bajo la que se rotula el nombre de la marca.

Otra muestra de *Art Déco* nos la ofrece uno de sus representantes españoles más reconocidos, Eduard Jener, que en su anuncio de Myrurgia, juega con elementos del cubismo, como la fragmentación del espacio en otros cuatro más pequeños, que se diferencian entre sí por la mayor o menor intensidad de la gama de grises. La ilustración principal representa a una mujer vestida de mantilla sobre un fondo de grandes flores. Jener representa la velocidad del vuelo de una paloma, dibujándola varias veces entre las dos manos de un personaje que parece estar bailando. El espacio triangular inferior se emplea para componer –en cuatro arcos abiertos hacia arriba– el nombre de la marca. Elige una fuente de letra a la moda: gruesa, de palo seco y de construcción discontinua en las minúsculas.

Otro de los grandes cartelistas, Federico Ribas, también está representado con un anuncio de la perfumería de la competencia, Gal. En este caso los personajes son dos figurines muy a la moda, que posan ante un dibujo del pabellón de la empresa en la Exposición Ibero Americana. Se consigue un efecto de más impacto al situar la escena de noche, con el edificio iluminado. La fuente de letra para la marca es caligráfica. Por debajo del anuncio se coloca, a dos columnas, un texto comercial.

Otra chica *Déco* aparece en el anuncio central de la serie de los perfumes valencianos J. Robillard y Cía, en una escena que representa a un grupo de varones acosando a la joven ofreciéndole frascos de perfume. Otras muestras del gusto por representar fábricas y objetos industriales los encontramos en la publicidad de las firmas: Sociedad de Utensilios y



El anuncio de Muebles Rex, de gran dinamismo, emplea recursos visuales geométricos



Anuncio de Perfumes Myrurgia



Anuncio de Chrisler Plymouth

Productos Esmaltados, que se ilustran con las chimeneas humeantes de la factoría; y en el del almacén de ferretería y quincalla sevillano Barrio Márquez y Cía, un anuncio en el que la ilustración de una llave ocupa el centro y donde se compone una singular orla en la que sus elementos son todo tipo de cacharros.



Anuncio de la perfumería Gal que muestra su pabellón en la Exposición Ibero Americana



Serie de anuncios de perfumes de la compañía J. Robillard



Anuncio de la ferretería sevillana Barrio Márquez y Cía



Anuncio de la fábrica de esmaltados SUPE

3.1.1.2 Tomo II

El segundo tomo del *Libro de Oro Ibero Americano* tiene idéntico formato editorial que el primero, aunque con una extensión de apenas 300 páginas. Está dedicado en su primer capítulo a analizar las relaciones entre España y América, y el resto se dedica, respectivamente a Portugal y a 9 países Ibero Americanos; haciéndose una breve referencia a Estados Unidos y otra de mayor extensión a Filipinas. Aunque carece de créditos, sabemos que fue editado entre 1932 y 1933, y probablemente poco después de febrero de 1932.[19] También es una encuadernación impresa en los Talleres Aldus de Santander en formato gran folio, con páginas cosidas en el lomo y está encuadernado en piel grabada en seco, con guardas y planchas dibujadas por Luis Quintanilla. El aspecto exterior es igual que el primero, con un tamaño de 300 mm. de ancho por 380 mm. de alto. Tampoco varía la maquetación respecto a la del primer tomo, con la mayor parte del texto con tamaño de letra de 12 puntos, interlineado de entre 8,5 y 12 puntos pica y un medianil de 7 mm. El resto de las observaciones de maquetación, y empleo singular de cabeceras y tipografía, están ya explicadas para el primer tomo.

El primer capítulo se denomina España y Portugal (50 páginas)[20], y el resto se dedican a: Portugal (10 páginas), Argentina (48 páginas), Brasil (16 páginas), Chile (48 páginas), Colombia (18 páginas), Costa Rica (8 páginas), Cuba (22 páginas), Ecuador (12 páginas), Estados Unidos (4 páginas), Filipinas (18 páginas), Puerto Rico (14 páginas) y Uruguay (32 páginas). En el capítulo dedicado a Estados Unidos la Unión Ibero Americana se compromete, en un texto, a dedicar más extensión al estudio de ese país en un futuro tercer

19. Lo deducimos analizando la relación de los Presidentes de las Repúblicas Ibero Americanas que aparecen en la obra. No se pudo editar después de agosto de 1933, puesto que aún aparece como máximo gobernante de Cuba Gerardo Machado, que huiría del país en esa fecha. Lo más probable es que se editara poco después de febrero de 1932, puesto que en el capítulo de Argentina aparece un artículo firmado por el General José E. Uriburu, al que ya se que denomina como "Presidente" que fue de la República de 1930 a 1932. En el artículo Uriburu se refiere en tiempo presente a detalles de la acción de su gobierno. Además, detrás de la portada del capítulo dedicado a Argentina aparece un medallón con una foto del General "M. Justo", que contiene una errata, ya que el gobernante desde el 20 de febrero de 1932 se llamaba en realidad Agustín Pedro Justo. El hecho de que los editores del *Libro de Oro* ni siquiera conocieran correctamente y completo el nombre del militar hace consistente la hipótesis de que la edición se cerrase poco después de que éste asumiese el poder.

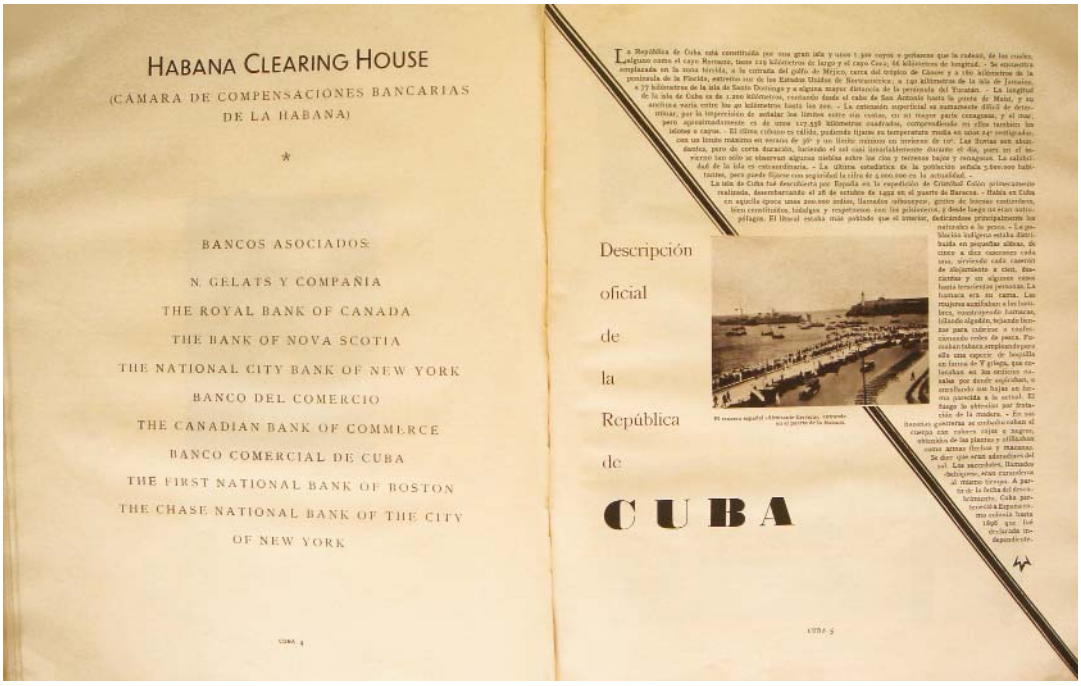
20. Faltan las páginas de la 17 a la 28. Estudiando la encuadernación del ejemplar analizado, no parece que hayan sido cortadas, por lo que no descartamos que pudiesen haber sido censuradas. Al no haber encontrado otro ejemplar de este tomo, no es posible contrastar este dato.



Portada del Tomo II del *Libro de Oro Ibero-Americano*



Portadilla del capítulo dedicado a España y América



Cabecera del capítulo dedicado a Cuba

tomo del *Libro de Oro*, del que no tenemos referencia alguna de que se llegase a publicar[21]. En ese tercer tomo, además de dedicar un nuevo capítulo a Estados Unidos, es de suponer que se incluiría el estudio del resto de países Ibero Americanos no recogidos en este tomo, esto es: Bolivia, El Salvador, República Dominicana, Honduras, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Venezuela y Brasil.

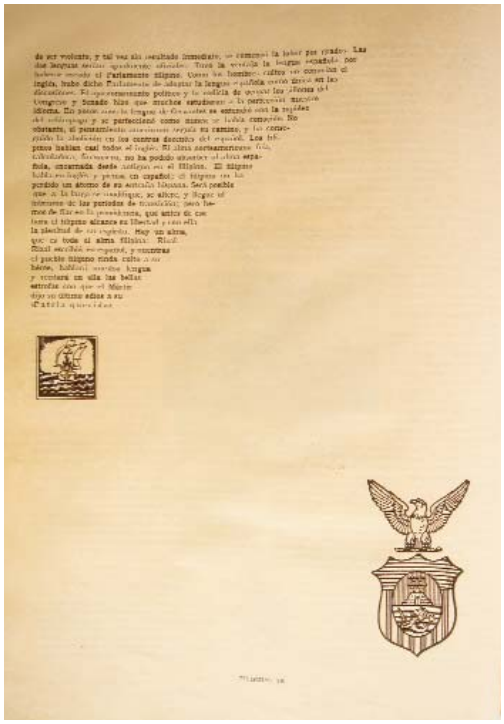
Como singularidad, en este tomo, el título de cada capítulo se pone en una página sin ilustraciones ni ningún otro tipo de adorno, empleando una fuente de letra gruesa, ancha y cuadrada con un modulado de contraste extremo entre las astas.

En la maquetación, seguimos encontrando cabeceras originales como la del artículo dedicado a describir Cuba, donde la plana se parte con una gruesa línea diagonal que se flanquea de otras dos más finas y que se truncan en su centro con una fotografía. En la página 18 del capítulo dedicado a Filipinas la maqueta forma una media copa, alineando la caja de texto a la izquierda y truncando las líneas a la derecha. Por debajo se remata con una viñeta con el dibujo de una carabela y el blanco de la derecha se equilibra con una ilustración que representa el escudo del país.

El capítulo dedicado al Club Español de Montevideo, también se maqueta en forma de copa, aprovechando la fotografía para ocupar gran parte de su superficie. Por encima se corona con el escudo de España y con el título en cursiva y mayúscula.

El artículo dedicado a la ciudad de Montevideo se precede de una portada en la que se hace un montaje con cinco fotografías, dos arriba, dos abajo y una en el centro, en la que como particularidad los pies de foto se componen en un blanco que se recorta a las imágenes. El título emplea una fuente decorativa sombreada y se maqueta en dos líneas diagonales: una ascendente y la otra descendente. En el blanco que queda, entre las dos fotografías de abajo, se coloca la ilustración de una carabela. La página 13 de Uruguay remata

21. Hay que tener en cuenta que este tomo se editó en una de las épocas más convulsas de la historia española del siglo XX. La II República se había instaurado el 14 de abril de 1931, y hasta las elecciones de 1933 el país vivió una situación de gran tensión, con un gobierno de coalición de partidos republicanos y socialistas y una fuerte radicalización en las calles entre las posiciones de derecha e izquierda.



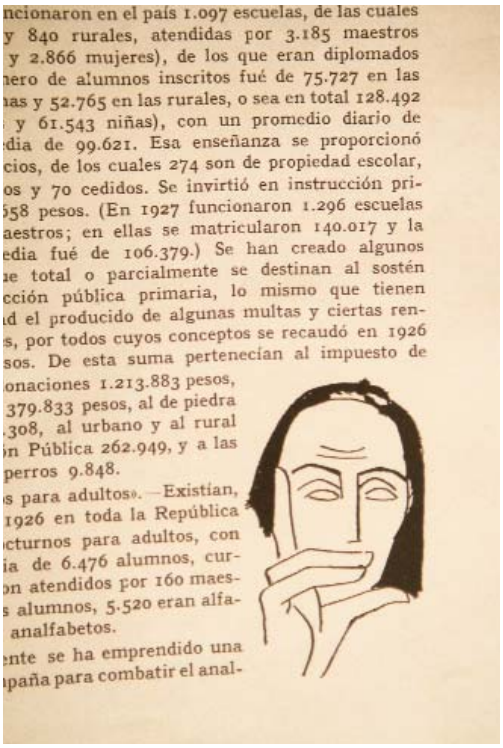
Final del capítulo dedicado a Filipinas



Artículo con texto en forma de copa



Portadilla del capítulo dedicado a Montevideo



ncionaron en el país 1.097 escuelas, de las cuales
y 840 rurales, atendidas por 3.185 maestros
y 2.866 mujeres), de los que eran diplomados
nero de alumnos inscritos fué de 75.727 en las
as y 52.765 en las rurales, o sea en total 128.492
y 61.543 niñas), con un promedio diario de
dia de 99.621. Esa enseñanza se proporcionó
cios, de los cuales 274 son de propiedad escolar,
os y 70 cedidos. Se invirtió en instrucción pri-
58 pesos. (En 1927 funcionaron 1.296 escuelas
aestros; en ellas se matricularon 140.017 y la
edia fué de 106.379.) Se han creado algunos
e total o parcialmente se destinan al sostén
cción pública primaria, lo mismo que tienen
d el producido de algunas multas y ciertas ren-
s, por todos cuyos conceptos se recaudó en 1926
sos. De esta suma pertenecían al impuesto de
onaciones 1.213.883 pesos,
379.833 pesos, al de piedra
308, al urbano y al rural
n Pública 262.949, y a las
perros 9.848.
s para adultos». —Existían,
1926 en toda la República
cturnos para adultos, con
ia de 6.476 alumnos, cur-
n atendidos por 160 maes-
s alumnos, 5.520 eran alfa-
analfabetos.
nte se ha emprendido una
paña para combatir el anal-

Viñeta con personaje

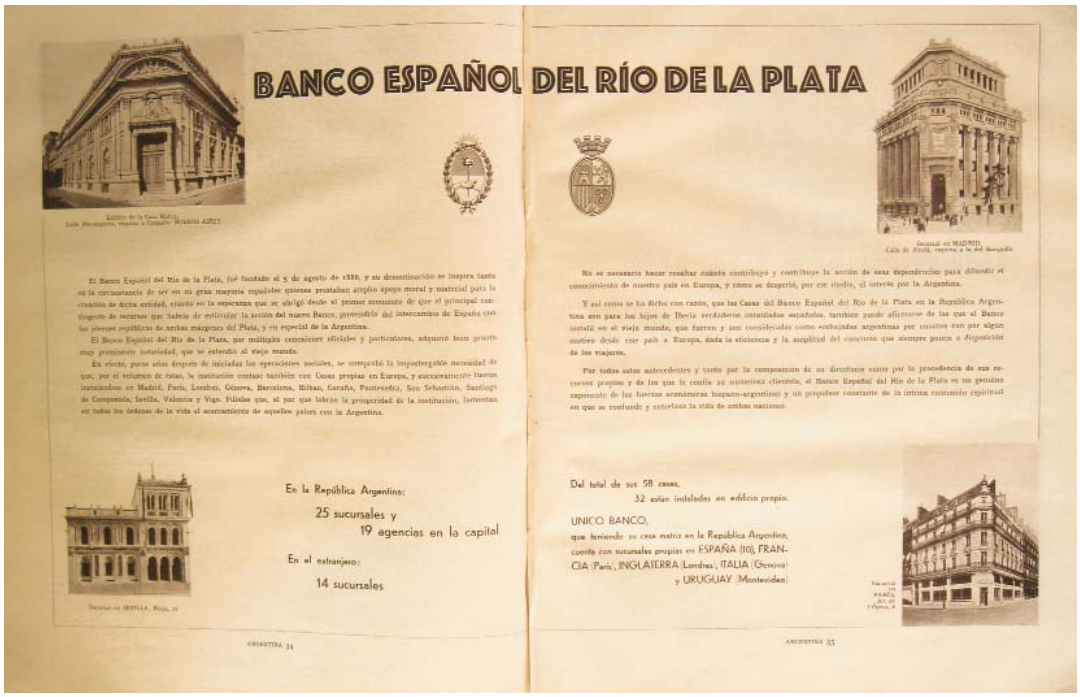
el texto de la página con una original viñeta, que sugiere un dibujo de Matisse o Picasso, en la que aparece el retrato de la cabeza de un hombre con la mano apoyada en su rostro.

En cuanto a los anuncios, hay pocos que destaquen por su diseño. Mencionaremos el del Banco Español del Río de la Plata por estar maquetado a doble página, algo infrecuente en la serie analizada en esta investigación.

El dedicado a publicitar los hoteles de lujo de Río de Janeiro, emplea una tipografía cursiva perfilada en su primera línea y con remates modificados y de filigrana. Por lo demás, la composición emplea fotografías e ilustraciones con ornamentos en recuadros y orlas, y cubriendo espacios blancos con adornos de inspiración vegetal, muy anticuados ya en la época.

También despertaron nuestro interés dos anuncios de las páginas de Uruguay: el de la empresa de exportación e importación Cerrau & Cía y el del Grand Hotel Montevideo, que se componen dividiendo la página en dos con un corondel fino. Cada uno de ellos se corona con una fotografía por debajo de la cual se compone un texto promocional a una columna. Como anuncio sintético mencionamos el de la fábrica de armas de fuego española Orbea y Compañía, en la que la fotografía silueteada de un revolver resulta de gran impacto visual. El anuncio de la empresa de boinas Nietos de Antonio Elosegui es puramente *Déco*, y consiste en una ilustración de J. Álvarez en la que aparece una joven luciendo la prenda, a la manera de las portadas de las revistas de moda de la época.

En este segundo tomo, además, hallamos varios anuncios que promocionan el primer tomo del *Libro de Oro*. Son tipográficos y los recursos decorativos que emplean son los propios de las imprentas: orlas con filetes puntillados y corondeles de fantasía, con distinta maquetación y más o menos texto comercial. Llama la atención, por su originalidad, el uso de leyendas dispuestas mediante franjas negras con letras blancas, en las que se segmenta un módulos para cada letra.



Anuncio a doble página



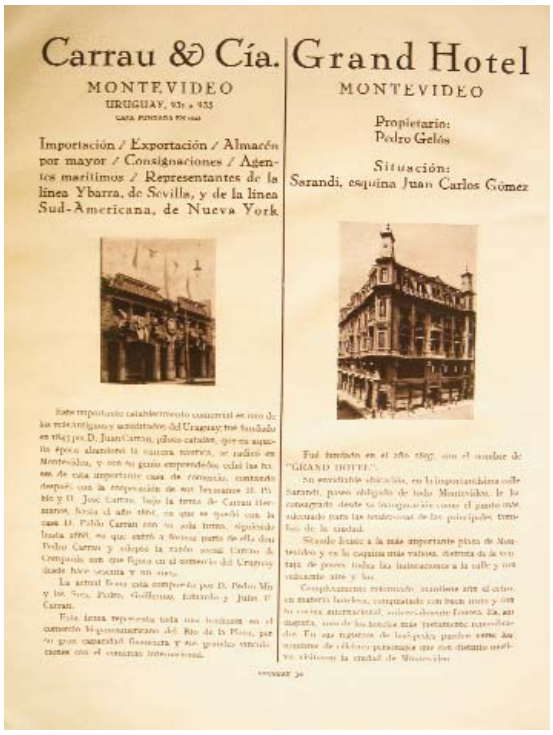
Anuncio con solapamiento de fotografías y elementos decorativos



Sintético anuncio de la fábrica de armas Orbea



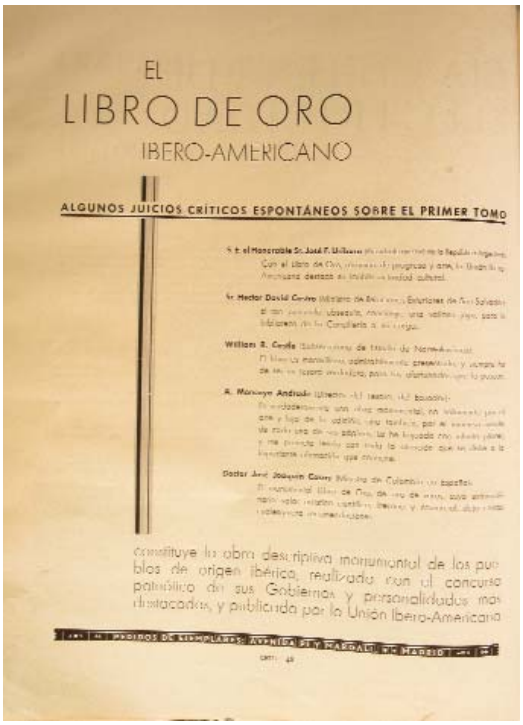
Anuncio de los grandes almacenes El Encanto



Anuncio de dos hoteles compartiendo la plana



Módulo con anuncio del *Libro de Oro Ibero Americano*



Anuncio a toda plana del *Libro de Oro*



Módulos de publicidad: Boinas Nietos de Antonio Elosegui y El libro de Oro

3.1.2. Pequeño folleto de la Exposición General Española

Aunque carece de créditos, no es aventurado deducir que este pequeño folleto de apenas 8 páginas fue encargado por el Consejo de Enlace de la Exposición, por ser este el organismo responsable de la propaganda conjunta de los dos certámenes. Está impreso en Madrid por Mateu. Su tamaño es de 110 mm de ancho por 170 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 8 puntos, con un interlineado de 8 puntos pica. Del texto se deduce que está impreso pocos meses antes de la inauguración de los certámenes de Sevilla y Barcelona y está destinado a animar la asistencia a ambos eventos.

Curiosamente la cubierta no emplea el cartel de Rafael de Penagos que ganó el concurso convocado por el Consejo de Enlace, sino el de otro de los grandes ilustradores de la época, Salvador Bartolozzi quien, con este cartel, sólo obtuvo uno de los premios menores.

La imagen, ya comentada en el capítulo dedicado a los carteles, es puramente *Déco* y busca la funcionalidad, consiguiendo con pocos recursos el máximo efecto visual. Cada uno de los escasos elementos que aparecen tienen un simbolismo particular. La escena muestra con apenas unos trazos la representación de las dos ciudades que acogen exposiciones. Delante de ellas una nueva mujer, una nueva España, delgada y atrevida, muestra sus pechos sin perder su tradición, simbolizada por la mantilla. Esta misma imagen es símbolo de la libertad y apertura de la época, mostrada en lo referente a la Exposición. Mantiene los brazos abiertos sosteniendo en sus manos los símbolos de Sevilla y de Barcelona, bajo los que caen sendas guirnaldas con las banderas de los distintos países participantes.

El faldón es el que fue común para todos los carteles participantes, compuesto con letras de caja alta y romanas, con remates y variación de intensidad en los trazos.

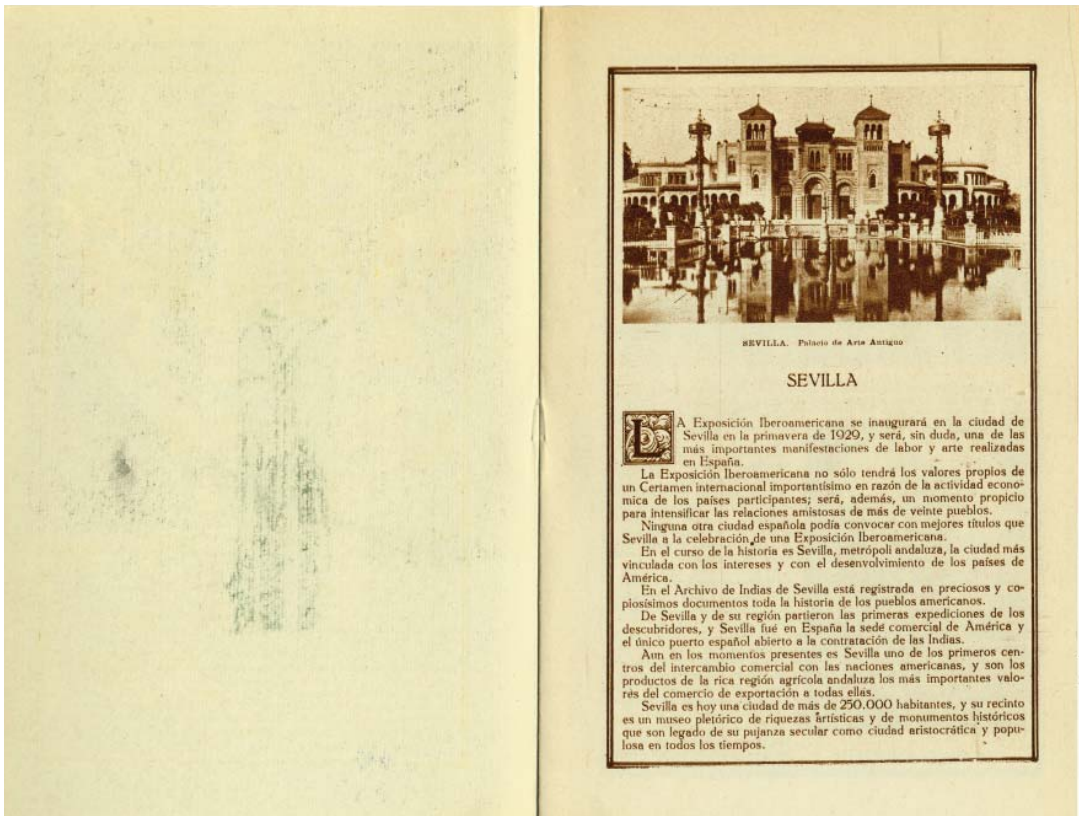


Cubierta ilustrada por Bartolozzi

Los nombres de las dos ciudades y el año se componen con tipos de palo seco.

Une las páginas, impresas en color sepia, con grapas y el texto se maqueta en una caja a una columna con un marco compuesto por dos líneas finas de idéntico grosor. Las primeras capitulares en los textos dedicados a Sevilla y Barcelona están decoradas y son de mayor tamaño, ocupando cada una de ellas la altura de las cuatro primeras líneas. Algunas fotografías se maquetan en horizontal por arriba y por debajo de la columna de texto, al ancho de la caja; otras se incorporan en vertical, dejando la columna de texto a izquierda o a derecha.

La contracubierta se adorna con el escudo Real y los de Sevilla y Barcelona, incorporando en el ángulo inferior derecho el nombre del impresor.



SEVILLA. Palacio de Arte Antiguo

SEVILLA

LA Exposición Iberoamericana se inaugurará en la ciudad de Sevilla en la primavera de 1929, y será, sin duda, una de las más importantes manifestaciones de labor y arte realizadas en España.

La Exposición Iberoamericana no sólo tendrá los valores propios de un Certamen internacional importantísimo en razón de la actividad económica de los países participantes; será, además, un momento propicio para intensificar las relaciones amistosas de más de veinte pueblos.

Ninguna otra ciudad española podía convocar con mejores títulos que Sevilla a la celebración de una Exposición Iberoamericana.

En el curso de la historia es Sevilla, metrópoli andaluza, la ciudad más vinculada con los intereses y con el desenvolvimiento de los países de América.

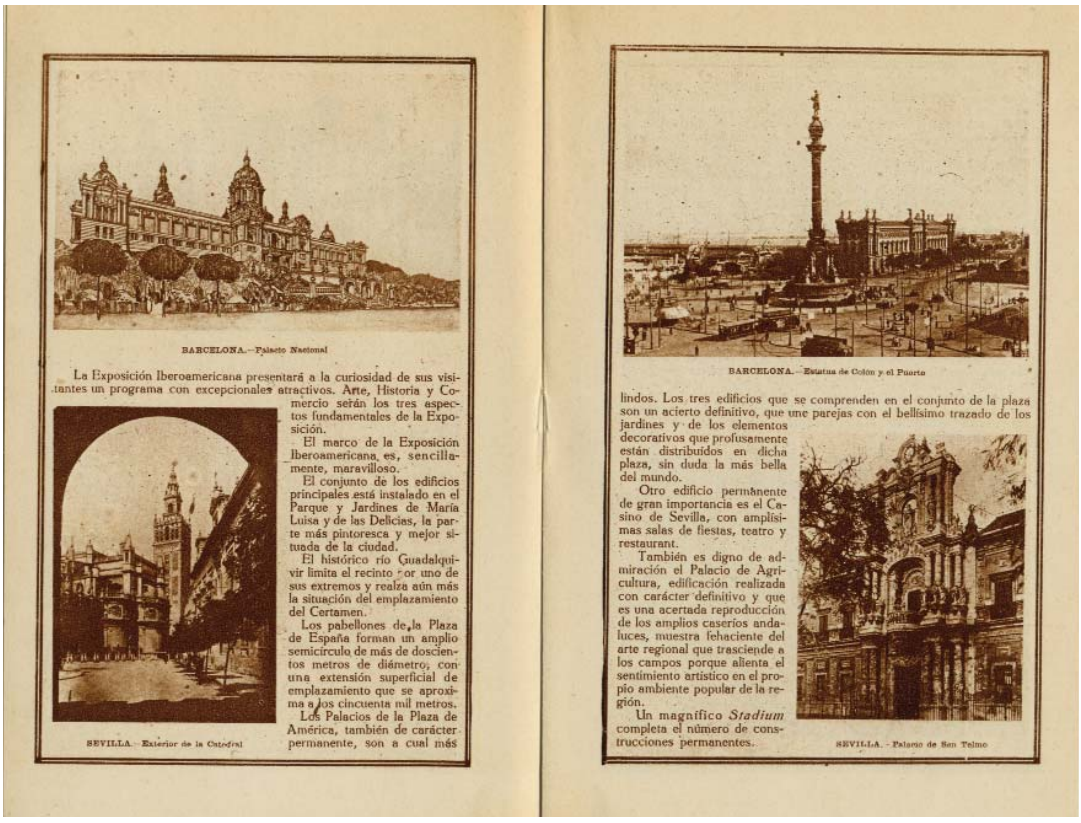
En el Archivo de Indias de Sevilla está registrada en preciosos y copiosísimos documentos toda la historia de los pueblos americanos.

De Sevilla y de su región partieron las primeras expediciones de los descubridores, y Sevilla fué en España la sede comercial de América y el único puerto español abierto a la contratación de las Indias.

Aun en los momentos presentes es Sevilla uno de los primeros centros del intercambio comercial con las naciones americanas, y son los productos de la rica región agrícola andaluza los más importantes valores del comercio de exportación a todas ellas.

Sevilla es hoy una ciudad de más de 250.000 habitantes, y su recinto es un museo pletórico de riquezas artísticas y de monumentos históricos que son legado de su pujanza secular como ciudad aristocrática y populosa en todos los tiempos.

Primera página del capítulo dedicado a Sevilla



BARCELONA.—Palacio Nacional

La Exposición Iberoamericana presentará a la curiosidad de sus visitantes un programa con excepcionales atractivos. Arte, Historia y Comercio serán los tres aspectos fundamentales de la Exposición.

El marco de la Exposición Iberoamericana es, sencillamente, maravilloso.

El conjunto de los edificios principales está instalado en el Parque y Jardines de María Luisa y de las Delicias, la parte más pintoresca y mejor situada de la ciudad.

El histórico río Guadalquivir limita el recinto por uno de sus extremos y realza aún más la situación del emplazamiento del Certamen.

Los pabellones de la Plaza de España forman un amplio semicírculo de más de doscientos metros de diámetro, con una extensión superficial de emplazamiento que se aproxima a los cincuenta mil metros.

Los Palacios de la Plaza de América, también de carácter permanente, son a cual más

SEVILLA.—Exterior de la Catedral

BARCELONA.—Estatua de Colón y el Puerto

lindos. Los tres edificios que se comprenden en el conjunto de la plaza son un acierto definitivo, que une parejas con el bellísimo trazado de los jardines y de los elementos decorativos que profusamente están distribuidos en dicha plaza, sin duda la más bella del mundo.

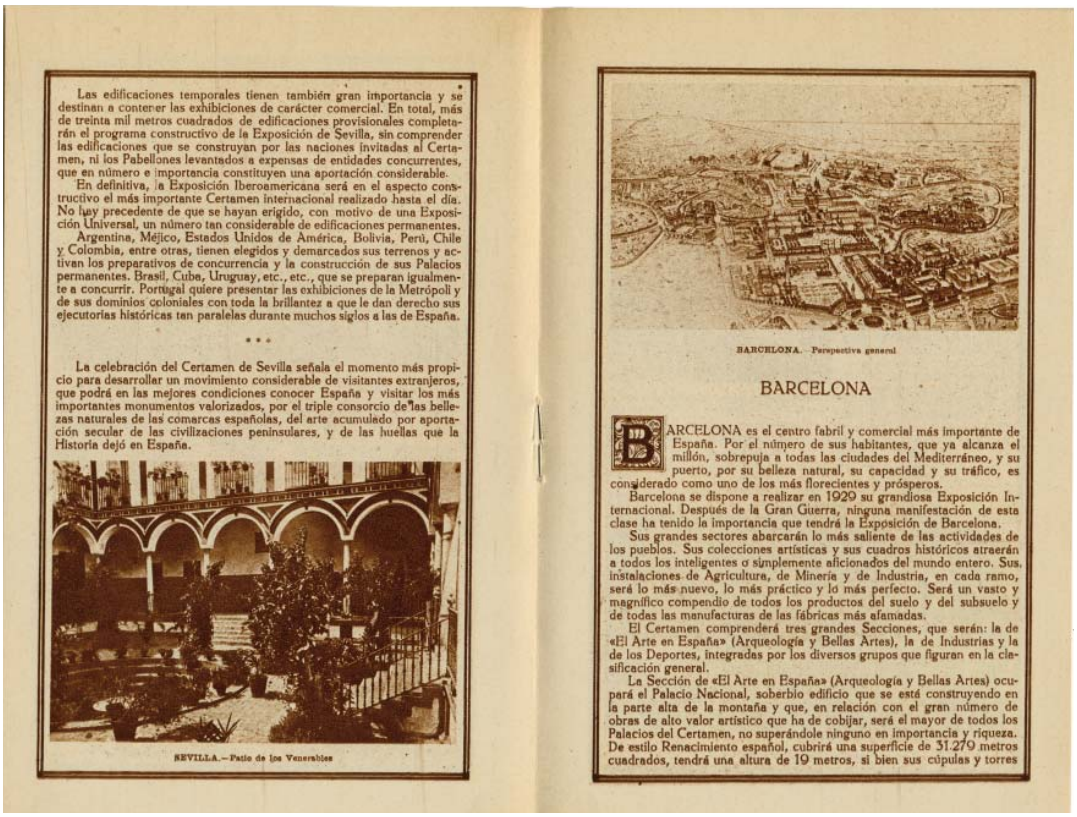
Otro edificio permanente de gran importancia es el Casino de Sevilla, con amplísimas salas de fiestas, teatro y restaurant.

También es digno de admiración el Palacio de Agricultura, edificación realizada con carácter definitivo y que es una acertada reproducción de los amplios caseríos andaluces, muestra fehaciente del arte regional que trasciende a los campos porque alienta el sentimiento artístico en el propio ambiente popular de la región.

Un magnífico *Stadium* completa el número de construcciones permanentes.

SEVILLA.—Palacio de San Telmo

Maquetación simétrica a doble página



Las edificaciones temporales tienen también gran importancia y se destinan a contener las exhibiciones de carácter comercial. En total, más de treinta mil metros cuadrados de edificaciones provisionales completarán el programa constructivo de la Exposición de Sevilla, sin comprender las edificaciones que se construyan por las naciones invitadas al Certamen, ni los Pabellones levantados a expensas de entidades concurrentes, que en número e importancia constituyen una aportación considerable.

En definitiva, la Exposición Iberoamericana será en el aspecto constructivo el más importante Certamen internacional realizado hasta el día. No hay precedente de que se hayan erigido, con motivo de una Exposición Universal, un número tan considerable de edificaciones permanentes.

Argentina, Méjico, Estados Unidos de América, Bolivia, Perú, Chile y Colombia, entre otras, tienen elegidos y demarcados sus terrenos y activan los preparativos de concurrencia y la construcción de sus Palacios permanentes. Brasil, Cuba, Uruguay, etc., etc., que se preparan igualmente a concurrir. Portugal quiere presentar las exhibiciones de la Metrópoli y de sus dominios coloniales con toda la brillantez a que le dan derecho sus ejecutorias históricas tan paralelas durante muchos siglos a las de España.

* * *

La celebración del Certamen de Sevilla señala el momento más propicio para desarrollar un movimiento considerable de visitantes extranjeros, que podrá en las mejores condiciones conocer España y visitar los más importantes monumentos valorizados, por el triple consorcio de las bellezas naturales de las comarcas españolas, del arte acumulado por aportación secular de las civilizaciones peninsulares, y de las huellas que la Historia dejó en España.

SEVILLA.—Patio de los Venerables

BARCELONA.—Perspectiva general

BARCELONA

BARCELONA es el centro fabril y comercial más importante de España. Por el número de sus habitantes, que ya alcanza el millón, sobrepuja a todas las ciudades del Mediterráneo, y su puerto, por su belleza natural, su capacidad y su tráfico, es considerado como uno de los más florecientes y prósperos.

Barcelona se dispone a realizar en 1929 su grandiosa Exposición Internacional. Después de la Gran Guerra, ninguna manifestación de esta clase ha tenido la importancia que tendrá la Exposición de Barcelona.

Sus grandes sectores abarcarán lo más saliente de las actividades de los pueblos. Sus colecciones artísticas y sus cuadros históricos atraerán a todos los inteligentes o simplemente aficionados del mundo entero. Sus instalaciones de Agricultura, de Minería y de Industria, en cada ramo, será lo más nuevo, lo más práctico y lo más perfecto. Será un vasto y magnífico compendio de todos los productos del suelo y del subsuelo y de todas las manufacturas de las fábricas más afamadas.

El Certamen comprenderá tres grandes Secciones, que serán: la de «El Arte en España» (Arqueología y Bellas Artes), la de Industrias y la de los Deportes, integradas por los diversos grupos que figuran en la clasificación general.

La Sección de «El Arte en España» (Arqueología y Bellas Artes) ocupará el Palacio Nacional, soberbio edificio que se está construyendo en la parte alta de la montaña y que, en relación con el gran número de obras de alto valor artístico que ha de cobijar, será el mayor de todos los Palacios del Certamen, no superándole ninguno en importancia y riqueza. De estilo Renacimiento español, cubrirá una superficie de 31.279 metros cuadrados, tendrá una altura de 19 metros, si bien sus cúpulas y torres

Primera página del capítulo dedicado a Barcelona



MATEU.—MADRID -

Contracubierta

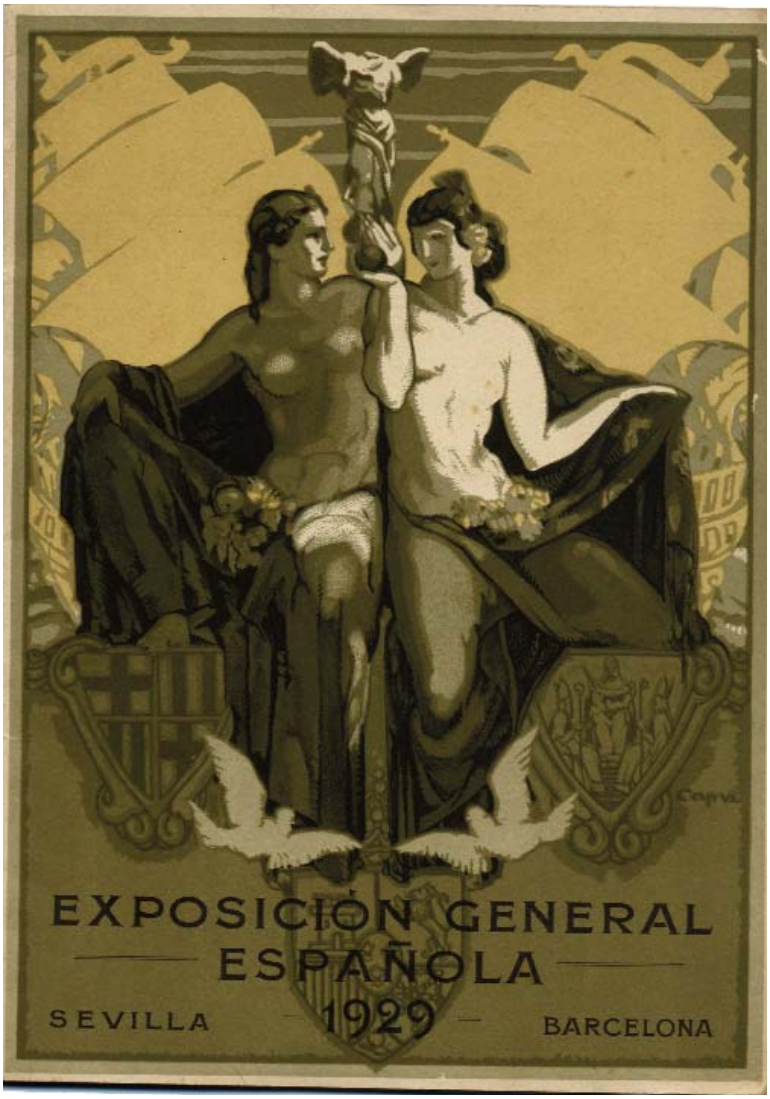
3.1.3. Folleto de la Exposición General Española

Este folleto lo editó el Consejo de Enlace de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona. Su tamaño es de 170 mm. de ancho por 240 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 13 puntos, con un interlineado de 16 puntos pica. La dirección artística está firmada por Baldrich y la imprenta responsable fue la madrileña Gráficas Reunidas. Tiene 31 páginas que se unen mediante dos grapas. Se debió publicar meses antes de la inauguración, ya que las alusiones de su texto se refieren siempre a futuribles: «El Arte ha de ser elemento primordial de la Exposición...», «La Exposición Ibero-Americana ha de ser esencialmente artística...»[22], etc.

La cubierta está ilustrada por el valenciano Pascual Capuz con una imagen que no forma parte de las que se presentaron al concurso de carteles convocado por el Consejo de Enlace. Es posible que se tratase de un encargo directo al artista, dado que pocos años antes, en 1925, había obtenido la Medalla de Oro de Bellas Artes en un certamen en París. Se trata de una imagen a tres tintas, verde, negro y amarillo, con una fuerte carga simbólica que evoca con las figuras del hombre y la mujer a las dos ciudades organizadoras de las exposiciones, con elementos como la bola del mundo, la victoria, las palomas y las carabelas, que inspiran una memoria de la grandeza de España conseguida a través de la conquista de América. El cuadro se completa con los escudos de Barcelona, Sevilla y España.

La portada se maqueta con una fuente romana, en mayúsculas, que incorpora el título en tres líneas al ancho de la caja. En el centro se adorna con una viñeta de color naranja que muestra una carabela en el mar. Por debajo señala al autor de la edición, también en mayúsculas, pero de un cuerpo menor que en el título.

22. Referencias que se leen en el folleto, en las páginas 5 y 3, respectivamente.



Cubierta ilustrada por Pascual Capuz

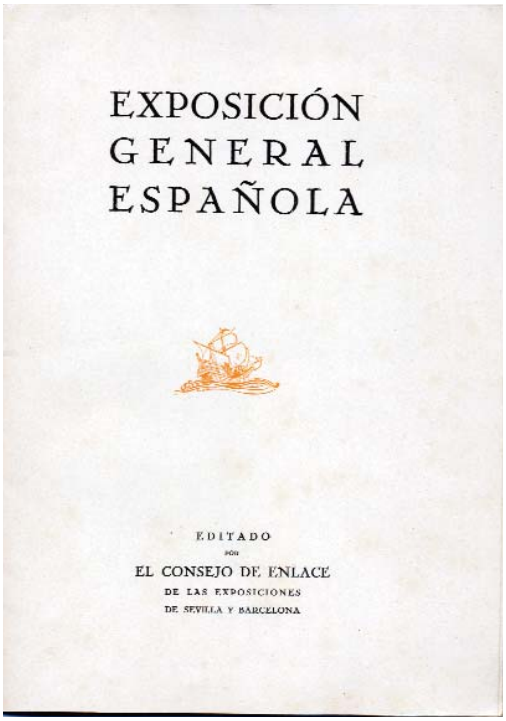
El texto se maqueta a una sola columna con una fuente romana. En la primera página impar el título Sevilla se pone con un cuerpo de mayor tamaño en mayúscula y se enmarca con una orla decorativa de volutas de color naranja. La letra inicial, una "L" de color naranja, está adornada tanto en su trazo como en su blanco interior. Está enmarcada y ocupa la altura de las cuatro primeras líneas de texto. La numeración se pone entre corchetes.

Idéntico tratamiento se ofrece a la primera página del texto sobre la Exposición de Barcelona. En este caso la letra inicial es una "E", también enmarcada y decorada en trazo y blanco interior. Como peculiaridad, los remates de la cabeza y el pie de la letra están unidos formando una sola línea que la cierra.

Las fotografías se maquetan en todas las páginas pares, enfrentadas a las del texto, al que se destinan las impares. Están enmarcados por un trazo de color gris y se disponen, o bien solas, ocupando el ancho de la caja, o bien de dos en dos, dejando blanco entre unas y otras o solapándose. Los pies de fotos se adornan por debajo con florones.

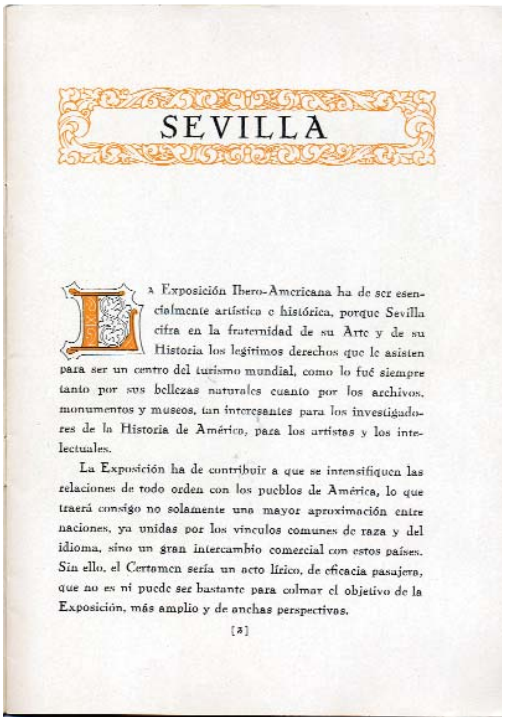
Una de las fotografías está recortada en su mitad superior para simular la forma del arco que muestra en la imagen, potenciando así el efecto visual. El pie de foto no está justificado, lo que crea ruido en la maquetación, que empeora debido a que se remata por debajo con un florón.

La contracubierta muestra el escudo real flanqueado de sendas volutas decorativas. Por debajo en una línea señala el impresor: Gráficas Reunidas S.A. Madrid.


EXPOSICIÓN
GENERAL
ESPAÑOLA

EDITADO
POR
EL CONSEJO DE ENLACE
DE LAS EXPOSICIONES
DE SEVILLA Y BARCELONA

Portada del folleto

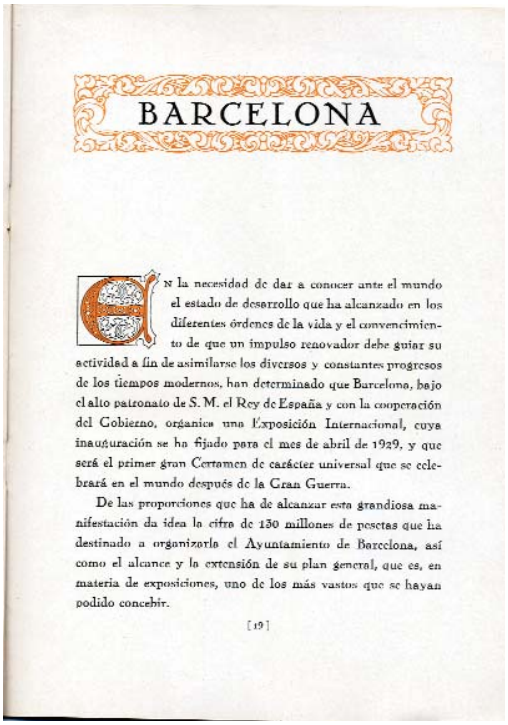

SEVILLA

La Exposición Ibero-Americana ha de ser esencialmente artística e histórica, porque Sevilla cifra en la fraternidad de su Arte y de su Historia los legítimos derechos que le asisten para ser un centro del turismo mundial, como lo fué siempre tanto por sus bellezas naturales cuanto por los archivos, monumentos y museos, tan interesantes para los investigadores de la Historia de América, para los artistas y los intelectuales.

La Exposición ha de contribuir a que se intensifiquen las relaciones de todo orden con los pueblos de América, lo que traerá consigo no solamente una mayor aproximación entre naciones, ya unidas por los vínculos comunes de raza y del idioma, sino un gran intercambio comercial con estos países. Sin ello, el Certamen sería un acto lírico, de eficacia pasajera, que no es ni puede ser bastante para colmar el objetivo de la Exposición, más amplio y de anchas perspectivas.

[8]

Primera página de texto dedicada a Sevilla


BARCELONA

En la necesidad de dar a conocer ante el mundo el estado de desarrollo que ha alcanzado en los diferentes órdenes de la vida y el convencimiento de que un impulso renovador debe guiar su actividad a fin de asimilarse los diversos y constantes progresos de los tiempos modernos, han determinado que Barcelona, bajo el alto patronato de S. M. el Rey de España y con la cooperación del Gobierno, organice una Exposición Internacional, cuya inauguración se ha fijado para el mes de abril de 1929, y que será el primer gran Certamen de carácter universal que se celebrará en el mundo después de la Gran Guerra.

De las proporciones que ha de alcanzar esta grandiosa manifestación da idea la cifra de 150 millones de pesetas que ha destinado a organizarla el Ayuntamiento de Barcelona, así como el alcance y la extensión de su plan general, que es, en materia de exposiciones, uno de los más vastos que se hayan podido concebir.

[19]

Primera página del capítulo dedicado a Barcelona


Perspectiva de uno de los pabellones (interior).

Fotografía silueteada en forma de arco





Plaza de América.

español brillantemente representado en una Exposición que ha de ser compendio de la indumentaria, de la habitación típica y de las artes manuales; en la propia ciudad sevillana con sus monumentos que registran las influencias de varias civilizaciones; en las cabalgatas conmemorativas y en las fiestas de cañas y toros... Pero sobre todo, la Historia de la Colonización española en América, representada en panoramas, en planos y mapas, grabados, documentos, etc., y vulgarizada en la Exposición con el concurso de autoridades de la Historia y de artistas de la escenografía, será en principio una obra de reivindicación que ha de poner más en alto el nombre y los prestigios de la vieja España... Y he aquí también que será posible aprovechar los elementos de estudio utilizados para el Certamen reuniéndolos al cabo en una obra cartográfica, de durable y extraordinaria utilidad, que como herencia de la Exposición servirá a los eruditos y será de indudable eficacia para inculcar a las nuevas formaciones de la intelectualidad de Hispano-América, la admiración y el respeto que son debidos a la nación que les dió vida, libertades y civilización.

El Comercio no debe faltar en la Exposición Ibero-Americana. Junto a los productos de alimentación, las máquinas y aparatos industriales, el salitre, café, cacao, caucho, que mostrarán los países invitados, España debe exhibir sus producciones industriales y sus frutos: aceite y aceitunas, vinos, conservas vegetales y animales, telas, arroz, corchos, sombreros, materiales de construcción y decoración, productos químicos y farmacéuticos, etc., etc. Todo ello con las miras de fortalecer

Las fotografías se maquetan en las páginas pares



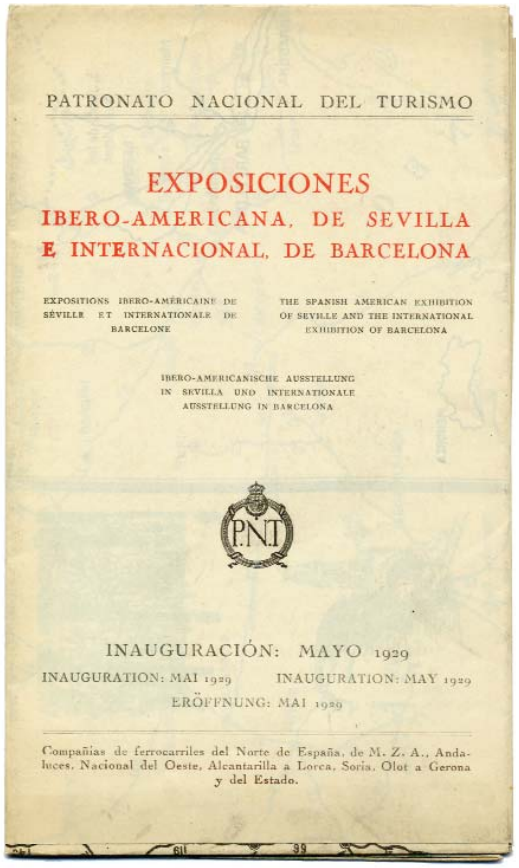
Contracubierta

3.1.4. Pliego del Patronato Nacional de Turismo para la Compañía de Ferrocarriles

Folleto de bolsillo en español, inglés, francés y alemán editado en 1929 en una sola hoja de color marfil. Su tamaño abierto es de 430 mm. de ancho por 545 mm. de alto, y plegado de 105 mm. de ancho por 180 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 10 puntos, con un interlineado de 14 puntos pica. Impreso por los Talleres Voluntad de Madrid, estaba destinado a los viajeros de la Compañía de Ferrocarriles del Norte de España, de M.Z.A., Andaluces, Nacional del Oeste, Alcantarilla a Lorca, Soria, Olot a Gerona y del Estado.

Una de las caras muestra el mapa de España y el trazado de las líneas ferroviarias, con la distancia en kilómetros desde Madrid. Está enmarcado con una línea gruesa exterior y una más fina interior. En la esquina inferior derecha se maqueta el logotipo del Patronato Nacional de Turismo y por debajo el nombre, en una letra de fuente romana, cuyo conjunto se subraya con dos filetes alineados al centro de la frase, más largo el superior que el inferior, y sin alcanzar éste el final de las palabras ni por la derecha ni por la izquierda.

Debajo la frase: "Exposición General Española" en letra de palo seco, ajustando su longitud a la extensión de la línea superior. Debajo de ésta, se justifican respectivamente a izquierda y derecha de la frase superior las palabras "Sevilla" y "Barcelona", también en letra de palo seco. Las dos líneas inferiores son caligráficas de cuerpo más pequeño, la superior en cursiva y la segunda de palo seco. Por fuera del marco del plano de España y en todo su perímetro se sitúan 27 ilustraciones con distintas estampas de ciudades españolas. Están impresas en tinta de color verde.



PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO

EXPOSICIONES
IBERO-AMERICANA, DE SEVILLA
E INTERNACIONAL, DE BARCELONA

EXPOSITIONS IBERO-AMÉRICAINE DE SÉVILLE ET INTERNATIONALE DE BARCELONE

THE SPANISH AMERICAN EXHIBITION OF SEVILLE AND THE INTERNATIONAL EXHIBITION OF BARCELONA

IBERO-AMERICANISCHE AUSSTELLUNG IN SEVILLA UND INTERNATIONALE AUSSTELLUNG IN BARCELONA

P.N.T

INAUGURACIÓN: MAYO 1929

INAUGURATION: MAI 1929 INAUGURATION: MAY 1929

ERÖFFNUNG: MAI 1929

Compañías de ferrocarriles del Norte de España, de M. Z. A., Andaluces, Nacional del Oeste, Alcantarilla a Lorca, Soria, Olot a Gerona y del Estado.

Cubierta



P.N.T

TALLERES VOLUNTAD, SERRANO, 48.—MADRID

Contracubierta



BARCELONA

HOTELES

Ritz, 55 a 105 pesetas; Majestic Hotel Inglaterra, 35 a 45; Regina, 17,50 a 35; Florida, 20 a 30; Metropolitan Hotel, 20 a 30; Victoria Hotel, 18 a 25; Lloret, 15 a 22; Reina Elisenda, 15 a 20; Coll, 15 a 20; Splendid Hotel, 15,50 a 20; Europa, 12,50 a 20; Ranzini, 16 a 18; Internacional, 13,50 a 18; Rectoret, 12 a 15; Carmen, 11 a 15; Pensión Lasceа, 10,30 a 15,30; Falcón, 16 a 20; Peninsular, 16,50 a 17,80; Moderno, 14; El Siglo, 12 a 14; San Agustín, 12 a 14; Cataluña, 12,50 a 14,50; Suizo, 10 a 14; Marina, 12 a 13; Universo, 11 a 13; La Paz, 8 a 12.

Estos precios pueden sufrir un recargo hasta del 50 por 100 durante las Exposiciones.

MONUMENTOS

Barcelona.—Archivo de la Corona de Aragón.—Museo municipal de Arte y Arqueología.—Museo de Arte Moderno.—Museo Provincial de Arqueología.—Museo Diocesano.—Colección Plandiura.—Biblioteca de Cataluña.—Palacio de la Generalidad.—Ayuntamiento.—Casa del Arcediano.—Catedral.—Santa María del Mar. Nuestra Señora del Pino.—San Pablo del Campo.—Jardines del Parque Güell, de la Exposición y del Laberinto.—Monasterio de Pedralbes.—San Pedro de las Puellas.—Templo Expiatorio de la Sagrada Familia.

Monserrat.

SEVILLA

HOTELES

Alfonso XIII, 25 a 60 pesetas; Madrid y Bristol, 30 a 50; París, 22 a 50; Inglaterra, 22,50 a 45; Simón, 12,50 a 36; Cecil, 17 a 35; Majestic, 38 a 65; América Palace, 30 a 50; Cristina, 29 a 50; Savoy, 20 a 30; Royal, 15 a 30; Francia, 16 a 26; Lion d'Or, 10 a 20; Europa, 15 a 20; Londres, 10 a 20; Oriente y San Sebastián, 16 a 25; Roma, 17 a 25; Don Marcos, 10 a 20; Cuatro Naciones, 15 a 20; Blanco, 10 a 20; Suizo, 13 a 18; Venecia, 12,50 a 16; Betis, 15; España, 12,50 a 15. La Suiza Moderna, 10 a 16; Triana, 6 a 15, y La Vizcaína, 10 a 15.

Estos precios pueden sufrir un recargo hasta del 50 por 100 durante las Exposiciones.

MONUMENTOS

Sevilla.—Ayuntamiento.—Casa Lonja (Archivo de Indias).—Alcázar.—Torre del Oro.—Palacio de San Telmo.—Catedral y Giralda.—Hospital de la Caridad.—Retiro de venerables Sacerdotes.—Museo de Bellas Artes, con cuadros del Greco, Zurbarán, Murillo y Valdés Leal.—Barrio de Santa Cruz y Parque de María Luisa.—Santa Catalina.—San Marcos.—Torre de Don Fadrique.—Santa Paula.—Casa de Pilatos.—Palacio de Dueñas.—Universidad.—San Luis.

Santiponce.—Iglesia de San Isidoro del Campo, con esculturas de Montañés.—Ruinas romanas de Itálica.

Información de hoteles y monumentos de Sevilla y Barcelona

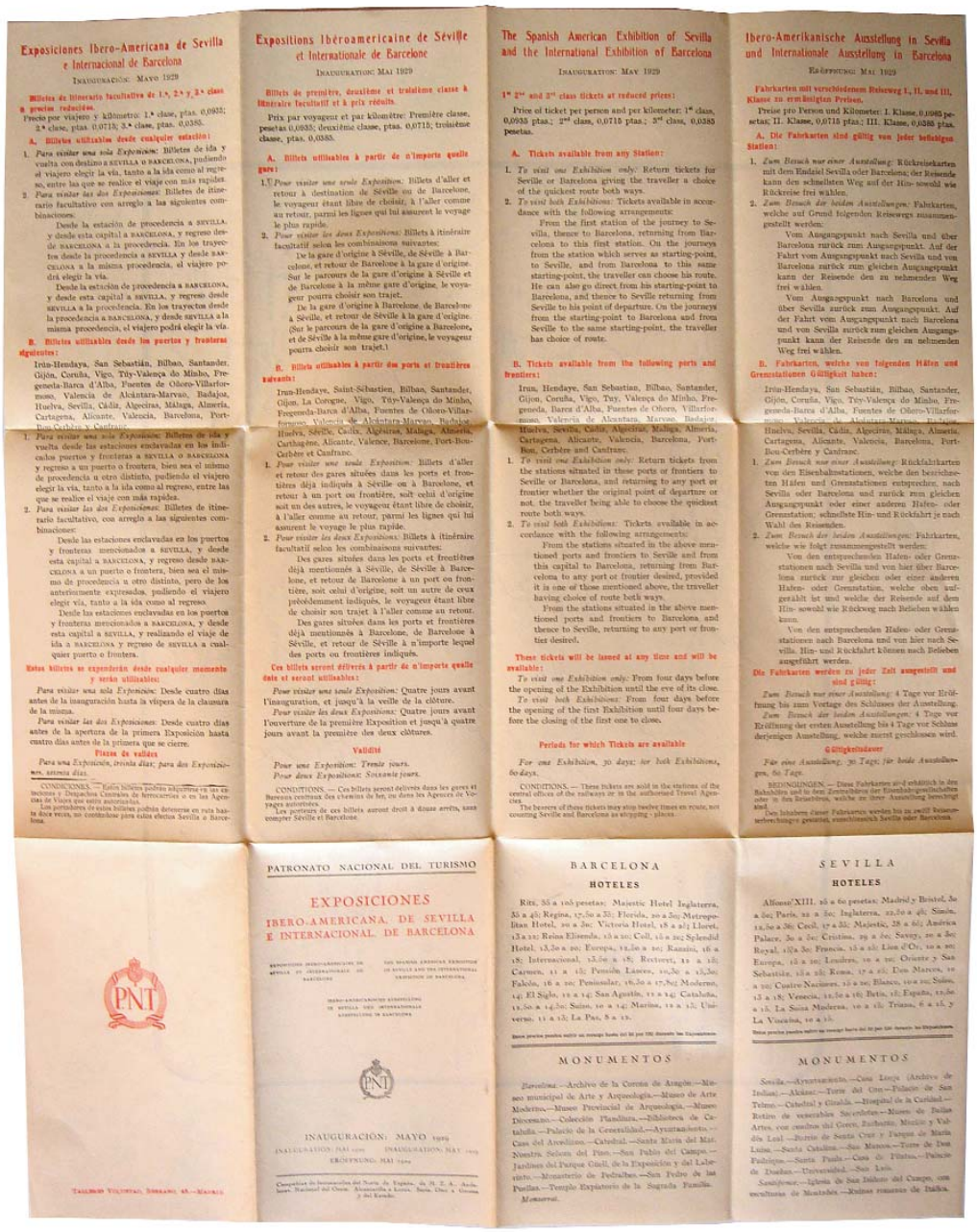
En la otra cara del pliego se ofrece información de los billetes de tren e itinerarios útiles para visitar las Exposiciones de Sevilla y Barcelona. La página se maqueta dividiéndola en cuatro columnas verticales aprovechando los pliegues. Cada franja se destina a un idioma, que se encabezan empleando un tipo de fuente de palo seco en color rojo y en mayúsculas. El resto de los títulos del texto de cada columna también se tintan en rojo mediante una fuente romana.

El tercio inferior de la plana se destina en sus cuatro espacios, respectivamente, de izquierda a derecha: a la contracubierta, cubierta, relación de hoteles y monumentos de Barcelona, y relación de hoteles y monumentos de Sevilla. Una vez plegado, estas dos últimas quedan cómo páginas interiores.

La cubierta es de predominio tipográfico, aunque incluye en pequeño tamaño el logotipo del Patronato Nacional de Turismo. Las líneas se justifican al centro en la caja de texto, empleando un tipo de fuente romana en mayúscula. En color rojo, con cuerpo de mayor tamaño y en tres líneas se compone la frase "Exposiciones Ibero-Americana, de Sevilla e Internacional de Barcelona". Las traducciones en francés e inglés se sitúan por debajo, justificadas, respectivamente a izquierda y a derecha. La frase en alemán se ubica debajo de las anteriores, justificada al centro de la página.

La misma fórmula de maquetación se emplea debajo del logotipo para las frases en las que se anuncia la fecha de inauguración en los cuatro idiomas. La caja lleva dos filetes en el encabezamiento y en el pie de la página. Por encima del primero pone: "Patronato Nacional de Turismo" en mayúsculas, y en el pie se detallan las Compañías de Ferrocarriles a las que se destina el folleto.

La contracubierta se decora en color rojo con el logotipo del Patronato Nacional de Turismo. Al pie, las señas del impresor.



Exposiciones Ibero-Americana de Sevilla e Internacional de Barcelona

INAUGURACIÓN: MAYO 1929

Billetes de itinerario facultativo de 1.ª, 2.ª y 3.ª clase a precios reducidos.

Precio por viajero y kilómetro: 1.ª clase, ptas. 0,0935; 2.ª clase, ptas. 0,0715; 3.ª clase, ptas. 0,0385.

A. Billetes utilizables desde cualquier estación:

1. *Para visitar una sola Exposición:* Billetes de ida y vuelta con destino a SEVILLA o BARCELONA, pudiendo el viajero elegir la vía, tanto a la ida como al regreso, entre las que se realice el viaje con más rapidez.
2. *Para visitar las dos Exposiciones:* Billetes de itinerario facultativo con arreglo a las siguientes combinaciones:

Desde la estación de procedencia a SEVILLA y desde esta capital a BARCELONA, y regreso desde BARCELONA a la procedencia. En los trayectos desde la procedencia a SEVILLA y desde BARCELONA a la misma procedencia, el viajero podrá elegir la vía.

Desde la estación de procedencia a BARCELONA, y desde esta capital a SEVILLA, y regreso desde SEVILLA a la procedencia. En los trayectos desde la procedencia a BARCELONA, y desde SEVILLA a la misma procedencia, el viajero podrá elegir la vía.

B. Billetes utilizables desde los puertos y fronteras siguientes:

Irún-Hendaya, San Sebastián, Bilbao, Santander, Gijón, Coruña, Vigo, Tuy-Valença do Minho, Fregeneda-Barca d'Alba, Fuentes de Oñoro-Villaformoso, Valencia de Alcántara-Marvao, Badajoz, Huelva, Sevilla, Cádiz, Algeciras, Málaga, Almería, Cartagena, Alicante, Valencia, Barcelona, Port-Bou-Cerbère y Canfranc.

1. *Para visitar una sola Exposición:* Billetes de ida y vuelta desde las estaciones enclavadas en los indicados puertos y fronteras a SEVILLA o BARCELONA y regreso a un puerto o frontera, bien sea el mismo de procedencia u otro distinto, pudiendo el viajero elegir la vía, tanto a la ida como al regreso, entre las que se realice el viaje con más rapidez.
2. *Para visitar las dos Exposiciones:* Billetes de itinerario facultativo, con arreglo a las siguientes combinaciones:

Desde las estaciones enclavadas en los puertos y fronteras mencionados a SEVILLA, y desde esta capital a BARCELONA, y regreso desde BARCELONA a un puerto o frontera, bien sea el mismo de procedencia u otro distinto, pero de los anteriormente expresados, pudiendo el viajero elegir vía, tanto a la ida como al regreso.

Desde las estaciones enclavadas en los puertos y fronteras mencionados a BARCELONA, y desde esta capital a SEVILLA, y realizando el viaje de ida a BARCELONA y regreso de SEVILLA a cualquier puerto o frontera.

Estos billetes se expenderán desde cualquier momento y serán utilizables:

Para visitar una sola Exposición: Desde cuatro días antes de la inauguración hasta la víspera de la clausura de la misma.

Para visitar las dos Exposiciones: Desde cuatro días antes de la apertura de la primera Exposición hasta cuatro días antes de la primera que se cierre.

Plazos de validez

Para una Exposición, treinta días; para dos Exposiciones, sesenta días.

CONDICIONES. — Estos billetes podrán adquirirse en las taquillas y Despachos Centrales de ferrocarriles o en las Agencias de Viajes que estén autorizadas.

Los portadores de estos billetes podrán detenerse en ruta hasta doce veces, no continuando para estos efectos Sevilla o Barcelona.

Expositions Ibéroamericaine de Séville et Internationale de Barcelone

INAUGURATION: MAI 1929

Billets de première, deuxième et troisième classe à itinéraire facultatif et à prix réduits.

Prix par voyageur et par kilomètre: Première classe, pesetas 0,0935; deuxième classe, ptas. 0,0715; troisième classe, ptas. 0,0385.

A. Billets utilisables à partir de n'importe quelle gare:

1. *Pour visiter une seule Exposition.* Billets d'aller et retour à destination de Séville ou de Barcelone, le voyageur étant libre de choisir, à l'aller comme au retour, parmi les lignes qui lui assurent le voyage le plus rapide.
2. *Pour visiter les deux Expositions:* Billets à itinéraire facultatif selon les combinaisons suivantes:

De la gare d'origine à Séville, de Séville à Barcelone, et retour de Barcelone à la gare d'origine.

Sur le parcours de la gare d'origine à Séville et de Barcelone à la même gare d'origine, le voyageur pourra choisir son trajet.

De la gare d'origine à Barcelone, de Barcelone à Séville, et retour de Séville à la gare d'origine.

(Sur le parcours de la gare d'origine a Barcelone, et de Séville à la même gare d'origine, le voyageur pourra choisir son trajet.)

B. Billets utilisables à partir des ports et frontières suivants:

Irun-Hendaye, Saint-Sébastien, Bilbao, Santander, Gijon, La Corogne, Vigo, Tuy-Valença do Minho, Fregeneda-Barca d'Alba, Fuentes de Oñoro-Villaformoso, Valencia de Alcántara-Marvao, Badajoz, Huelva, Séville, Cadix, Algésiras, Malaga, Almeria, Carthagène, Alicante, Valence, Barcelone, Port-Bou-Cerbère et Canfranc.

1. *Pour visiter une seule Exposition:* Billets d'aller et retour des gares situées dans les ports et frontières déjà indiqués à Séville ou à Barcelone, et retour à un port ou frontière, soit celui d'origine soit un des autres, le voyageur étant libre de choisir, à l'aller comme au retour, parmi les lignes qui lui assurent le voyage le plus rapide.
2. *Pour visiter les deux Expositions:* Billets à itinéraire facultatif selon les combinaisons suivantes:

Des gares situées dans les ports et frontières déjà mentionnés à Séville, de Séville à Barcelone, et retour de Barcelone à un port ou frontière, soit celui d'origine, soit un autre de ceux précédemment indiqués, le voyageur étant libre de choisir son trajet à l'aller comme au retour.

Des gares situées dans les ports et frontières déjà mentionnés à Barcelone, de Barcelone à Séville, et retour de Séville à n'importe lequel des ports ou frontières indiqués.

Ces billets seront délivrés à partir de n'importe quelle date et seront utilisables:

Pour visiter une seule Exposition: Quatre jours avant l'inauguration, et jusqu'à la veille de la clôture.

Pour visiter les deux Expositions: Quatre jours avant l'ouverture de la première Exposition et jusqu'à quatre jours avant la première des deux clôtures.

Validité

Pour une Exposition: Trente jours.
Pour deux Expositions: Soixante jours.

CONDITIONS. — Ces billets seront délivrés dans les gares et Bureaux centraux des chemins de fer, ou dans les Agences de Voyages autorisées.

Les porteurs de ces billets auront droit à douze arrêts, sans compter Séville et Barcelone.

The Spanish American Exhibition of Sevilla and the International Exhibition of Barcelona

INAUGURATION: MAY 1929

1st 2nd and 3rd class tickets at reduced prices:

Price of ticket per person and per kilometer: 1st class, 0,0935 ptas.; 2nd class, 0,0715 ptas.; 3rd class, 0,0385 pesetas.

A. Tickets available from any Station:

1. *To visit one Exhibition only:* Return tickets for Seville or Barcelona giving the traveller a choice of the quickest route both ways.
2. *To visit both Exhibitions:* Tickets available in accordance with the following arrangements:

From the first station of the journey to Seville, thence to Barcelona, returning from Barcelona to this first station. On the journeys from the station which serves as starting-point, to Seville, and from Barcelona to this same starting-point, the traveller can choose his route. He can also go direct, from his starting-point to Barcelona, and thence to Seville returning from Seville to his point of departure. On the journeys from the starting-point to Barcelona and from Seville to the same starting-point, the traveller has choice of route.

B. Tickets available from the following ports and frontiers:

Irun, Hendaye, San Sebastian, Bilbao, Santander, Gijon, Coruña, Vigo, Tuy, Valença do Minho, Fregeneda, Barca d'Alba, Fuentes de Oñoro, Villarformoso, Valencia de Alcantara, Marvao, Badajoz, Huelva, Sevilla, Cadiz, Algeciras, Malaga, Almeria, Cartagena, Alicante, Valencia, Barcelona, Port-Bou, Cerbère and Canfranc.

1. *To visit one Exhibition only:* Return tickets from the stations situated in these ports or frontiers to Seville or Barcelona, and returning to any port or frontier whether the original point of departure or not, the traveller being able to choose the quickest route both ways.
2. *To visit both Exhibitions:* Tickets available in accordance with the following arrangements:

From the stations situated in the above mentioned ports and frontiers to Seville and from this capital to Barcelona, returning from Barcelona to any port or frontier desired, provided it is one of those mentioned above, the traveller having choice of route both ways.

From the stations situated in the above mentioned ports and frontiers to Barcelona and thence to Seville, returning to any port or frontier desired.

These tickets will be issued at any time and will be available:

To visit one Exhibition only: From four days before the opening of the Exhibition until the eve of its close.
To visit both Exhibitions: From four days before the opening of the first Exhibition until four days before the closing of the first one to close.

Periods for which Tickets are available

For one Exhibition, 30 days; for both Exhibitions, 60 days.

CONDITIONS. — These tickets are sold in the stations of the central offices of the railways or in the authorised Travel Agencies.

The bearers of these tickets may stop twelve times en route, not counting Seville and Barcelona as stopping - places.

Ibero-Amerikanische Ausstellung in Sevilla und Internationale Ausstellung in Barcelona

ERÖFFNUNG: MAI 1929

Fahrkarten mit verschiedenem Reiseweg 1., II. und III. Klasse zu ermässigten Preisen.

Preise pro Person und Kilometer: I. Klasse, 0,1065 pesetas; II. Klasse, 0,0715 ptas.; III. Klasse, 0,0385 ptas.

A. Die Fahrkarten sind gültig von jeder beliebigen Station:

1. *Zum Besuch nur einer Ausstellung:* Rückreisekarten mit dem Endziel Sevilla oder Barcelona; der Reisende kann den schnellsten Weg auf der Hin- sowohl wie Rückreise frei wählen.
2. *Zum Besuch der beiden Ausstellungen:* Fahrkarten, welche auf Grund folgenden Reiseweges zusammengestellt werden:

Vom Ausgangspunkt nach Sevilla und über Barcelona zurück zum Ausgangspunkt. Auf der Fahrt vom Ausgangspunkt nach Sevilla und von Barcelona zurück zum gleichen Ausgangspunkt kann der Reisende den zu nehmenden Weg frei wählen.

Vom Ausgangspunkt nach Barcelona und über Sevilla zurück zum Ausgangspunkt. Auf der Fahrt vom Ausgangspunkt nach Barcelona und von Sevilla zurück zum gleichen Ausgangspunkt kann der Reisende den zu nehmenden Weg frei wählen.

B. Fahrkarten, welche von folgenden Häfen und Grenzstationen Gültigkeit haben:

Irún-Hendaya, San Sebastián, Bilbao, Santander, Gijón, Coruña, Vigo, Tuy-Valença do Minho, Fregeneda-Barca d'Alba, Fuentes de Oñoro-Villaformoso, Valencia de Alcántara-Marvao, Badajoz, Huelva, Sevilla, Cádiz, Algeciras, Málaga, Almería, Cartagena, Alicante, Valencia, Barcelona, Port-Bou-Cerbère y Canfranc.

1. *Zum Besuch nur einer Ausstellung:* Rückfahrkarten von den Eisenbahnstationen, welche den bezeichneten Häfen und Grenzstationen entsprechen, nach Sevilla oder Barcelona und zurück zum gleichen Ausgangspunkt oder einer anderen Häfen- oder Grenzstation; schnellste Hin- und Rückfahrt je nach Wahl des Reisenden.
2. *Zum Besuch der beiden Ausstellungen:* Fahrkarten, welche wie folgt zusammengestellt werden:

Von den entsprechenden Häfen- oder Grenzstationen nach Sevilla und von hier über Barcelona zurück zur gleichen oder einer anderen Häfen- oder Grenzstation, welche oben aufgezählt ist und welche der Reisende auf den Hin- sowohl wie Rückweg nach Belieben wählen kann.

Von den entsprechenden Häfen- oder Grenzstationen nach Barcelona und von hier nach Sevilla. Hin- und Rückfahrt können nach Belieben ausgeführt werden.

Die Fahrkarten werden zu jeder Zeit ausgestellt und sind gültig:

Zum Besuch nur einer Ausstellung: 4 Tage vor Eröffnung bis zum Vortage des Schlusses der Ausstellung.
Zum Besuch der beiden Ausstellungen: 4 Tage vor Eröffnung der ersten Ausstellung bis 4 Tage vor Schluss derjenigen Ausstellung, welche zuerst geschlossen wird.

Gültigkeitsdauer

Für eine Ausstellung: 30 Tage; für beide Ausstellungen, 60 Tage.

BEDINGUNGEN. — Diese Fahrkarten sind erhältlich in den Bahnhöfen und in den Zentralbüros der Eisenbahngesellschaften oder in den Reisebüros, welche die ihrer Ausstellung berechtigt sind.

Den Inhabern dieser Fahrkarten werden bis zu zwölf Reiseunterbrechungen gestattet, ausschliesslich Sevilla oder Barcelona.

PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO

EXPOSICIONES
IBERO-AMERICANA DE SEVILLA
E INTERNACIONAL DE BARCELONA

INAUGURACIÓN: MAYO 1929

BARCELONA

HOTELES

Ritz, 35 a 105 pesetas; Majestic Hotel Inglaterra, 35 a 48; Regina, 17,50 a 35; Florida, 20 a 30; Metropolitan Hotel, 20 a 30; Victoria Hotel, 18 a 25; Lloret, 13 a 22; Reina Elisenda, 13 a 20; Coll, 15 a 20; Splendid Hotel, 13,50 a 20; Europa, 12,50 a 20; Ramón, 16 a 18; Internacional, 12,50 a 18; Restori, 10 a 15; Carmen, 11 a 15; Pensión Lacoy, 10,50 a 13,50; Falcón, 16 a 20; Peninsular, 16,50 a 17,50; Moderno, 14; El Siglo, 12 a 14; San Agustín, 12 a 14; Cataluña, 12,50 a 14,50; Suizo, 10 a 14; Marina, 12 a 15; Universo, 11 a 13; La Paz, 8 a 12.

MONUMENTOS

Barcelona.—Archivo de la Corona de Aragón.—Museo municipal de Arte y Arqueología.—Museo de Arte Moderno.—Museo Provincial de Arqueología.—Museo Diocesano.—Colección Plandiura.—Biblioteca de Cataluña.—Palacio de la Generalidad.—Ayuntamiento.—Casa del Arcediano.—Catedral.—Santa María del Mar.—Nuestra Señora del Pino.—San Pablo del Campo.—Jardines del Parque Güell, de la Exposición y del Laberinto.—Monasterio de Pedralbes.—San Pedro de las Puellas.—Templo Expiatorio de la Sagrada Familia.

Monserrat.

SEVILLA

HOTELES

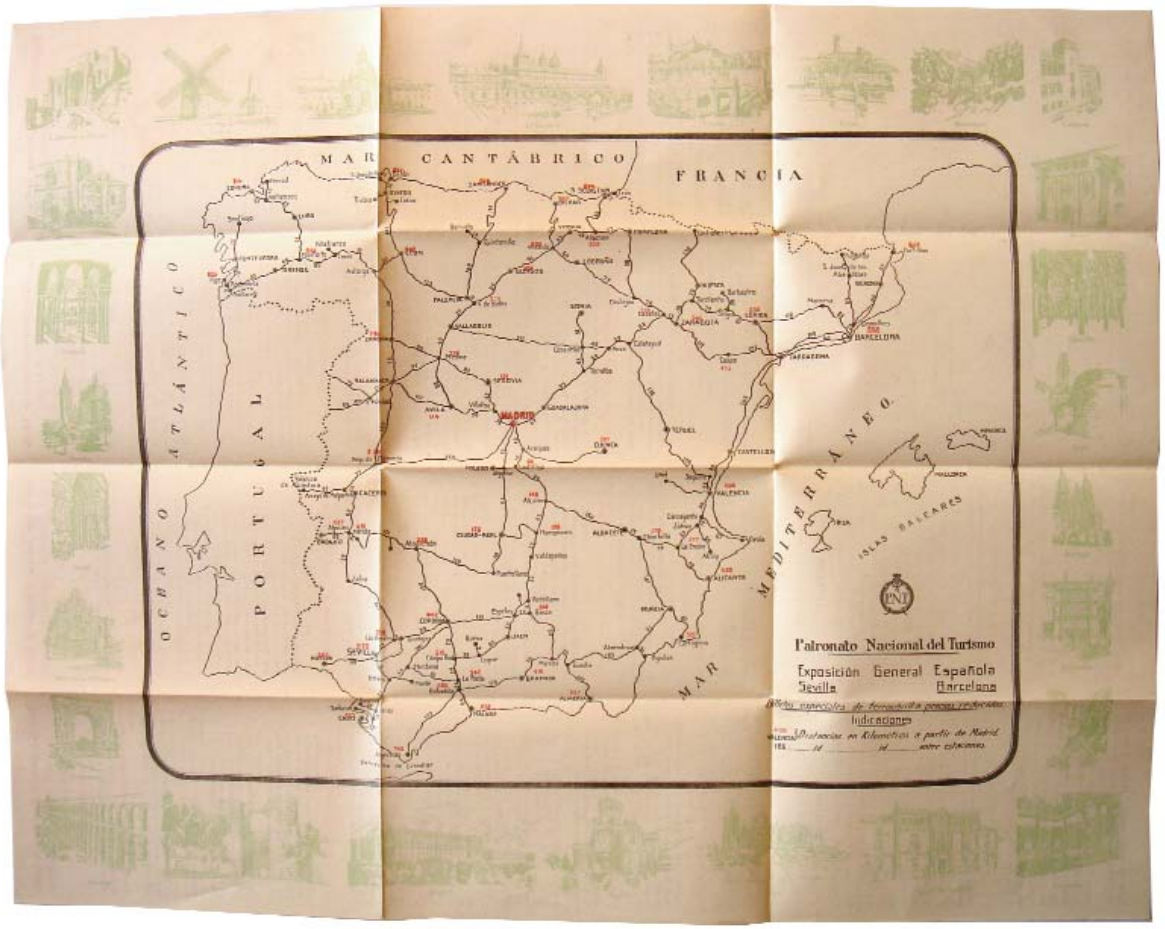
Alfonso XIII, 26 a 60 pesetas; Madrid y Bristol, 30 a 60; París, 22 a 30; Inglaterra, 22,50 a 46; Simón, 12,50 a 36; Cecil, 17 a 35; Majestic, 28 a 60; América Palace, 30 a 50; Cristina, 29 a 60; Savoy, 20 a 30; Royal, 15 a 30; Francia, 15 a 25; Lion d'Or, 10 a 20; Europa, 10 a 20; Londres, 10 a 20; Oriente y San Sebastián, 12 a 18; Roma, 17 a 25; Don Marcos, 10 a 20; Cuatro Naciones, 18 a 20; Blanco, 10 a 20; Suizo, 13 a 18; Venecia, 12,50 a 16; Betis, 18; España, 12,50 a 15; La Sosa Moderna, 10 a 15; Triana, 6 a 15, y La Vizcaína, 10 a 15.

MONUMENTOS

Sevilla.—Ayuntamiento.—Casa Lonja (Archivo de Indias).—Alcázar.—Torre del Oro.—Palacio de San Telmo.—Catedral y Giralda.—Hospital de la Caridad.—Retiro de venerables Sacerdotes.—Museo de Bellas Artes, con cuadros del Greco, Zurbarán, Murillo y Valdés Leal.—Retrete de Santa Cruz y Parque de María Luisa.—Santa Catalina.—San Marcos.—Torre de Don Fadrique.—Santa Paula.—Casa de Pilatos.—Palacio de Dueñas.—Universidad.—San Luis.

Sanlúcar.—Iglesia de San Isidoro del Campo, con esculturas de Montañés.—Ruinas romanas de Itálica.

Reverso del pliego



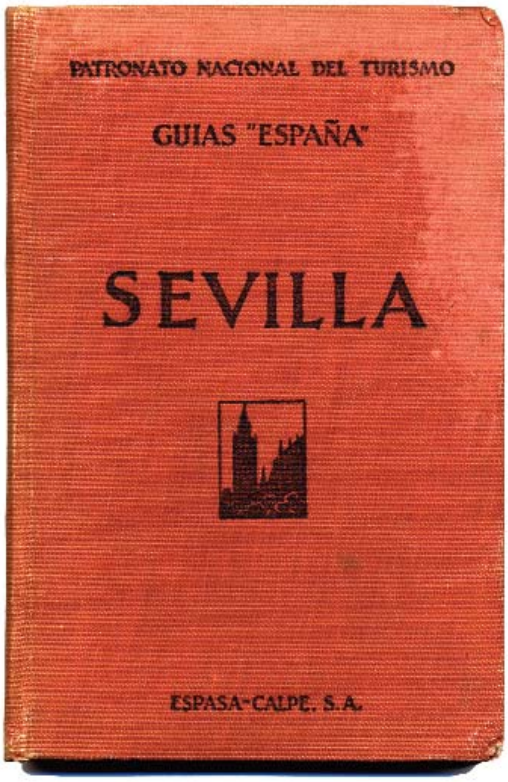
Anverso del pliego

3.1.5. Guía de Sevilla del Patronato Nacional de Turismo

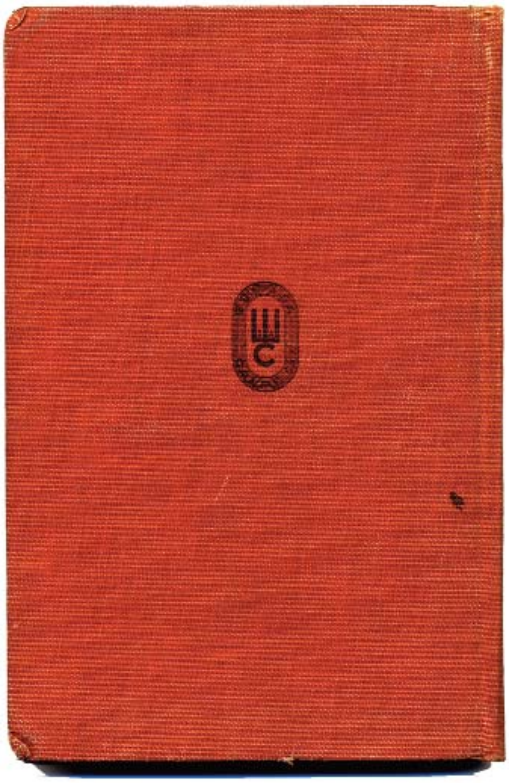
Esta guía de bolsillo de 174 páginas editada por Espasa Calpe no está fechada, pero debió editarse pocos meses después de que finalizase la Exposición. Ello se desprende del capítulo que se dedica a la historia de la ciudad, que debió escribirse antes de la proclamación de la República en 1931, ya que los últimos acontecimientos que destaca son las visitas de Alfonso XIII a Sevilla. A la Exposición sólo la menciona en la página 28: «Durante el transcurso del siglo XX la población inicia un nuevo renacimiento, realizando el magno esfuerzo de su Exposición Iberoamericana». Hay un detalle significativo, y es que aún no se había producido la liquidación del Comité, ya que su localización y horario de oficina aparece entre los datos prácticos de la página 5.

La guía está editada en tapa dura forrada con tela de color rojo. Las páginas están cosidas en el lomo. Su tamaño es de 110 mm. de ancho por 170 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 10 puntos pica.

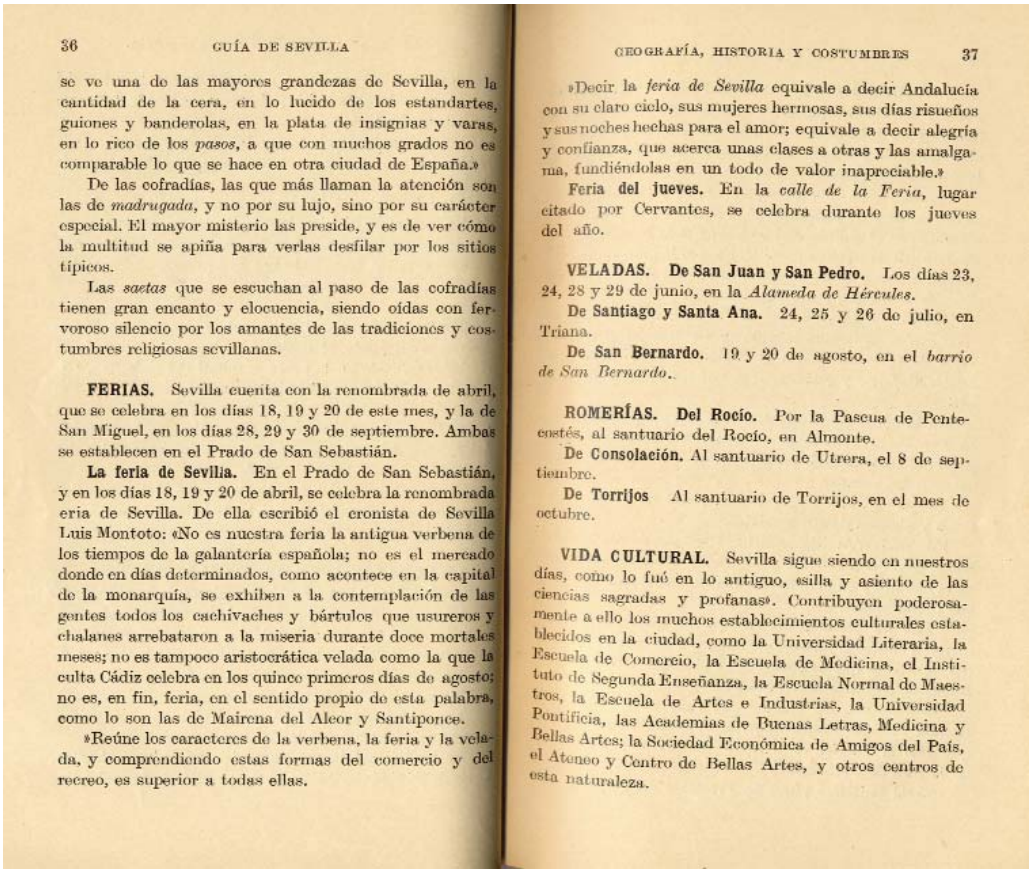
La cubierta es muy sencilla. Como ilustración lleva un pequeño sello en la mitad inferior con una silueta de la Giralda y un fragmento de la catedral en color negro. Por debajo, en el pie, el título de la editorial Espasa-Calpe S.A. En la mitad superior el encabezado se destina al promotor de la guía, el "Patronato Nacional de Turismo", con una línea con mayor tamaño de cuerpo y centrado: Guías "España" y, por último, la línea con el nombre "Sevilla", también centrada, es la que tiene mayor tamaño de letra, aunque no ocupa todo el ancho de la caja. Emplea un tipo de fuente romana y justifica todo el texto al centro.



Cubierta



Contracubierta



36 GUÍA DE SEVILLA

se ve una de las mayores grandezas de Sevilla, en la cantidad de la cera, en lo lucido de los estandartes, guiones y banderolas, en la plata de insignias y varas, en lo rico de los *pasos*, a que con muchos grados no es comparable lo que se hace en otra ciudad de España.»

De las cofradías, las que más llaman la atención son las de *madrugada*, y no por su lujo, sino por su carácter especial. El mayor misterio las preside, y es de ver cómo la multitud se apiña para verlas desfilar por los sitios típicos.

Las *saetas* que se escuchan al paso de las cofradías tienen gran encanto y elocuencia, siendo oídas con fervoroso silencio por los amantes de las tradiciones y costumbres religiosas sevillanas.

FERIAS. Sevilla cuenta con la renombrada de abril, que se celebra en los días 18, 19 y 20 de este mes, y la de San Miguel, en los días 28, 29 y 30 de septiembre. Ambas se establecen en el Prado de San Sebastián.

La feria de Sevilla. En el Prado de San Sebastián, y en los días 18, 19 y 20 de abril, se celebra la renombrada feria de Sevilla. De ella escribió el cronista de Sevilla Luis Montoto: «No es nuestra feria la antigua verbena de los tiempos de la galantería española; no es el mercado donde en días determinados, como acontece en la capital de la monarquía, se exhiben a la contemplación de las gentes todos los cachivaches y bártulos que usureros y chalanes arrebataron a la miseria durante doce mortales meses; no es tampoco aristocrática velada como la que la culta Cádiz celebra en los quince primeros días de agosto; no es, en fin, feria, en el sentido propio de esta palabra, como lo son las de Mairena del Alcor y Santiponce.

»Reúne los caracteres de la verbena, la feria y la velada, y comprendiendo estas formas del comercio y del recreo, es superior a todas ellas.

GEOGRAFÍA, HISTORIA Y COSTUMBRES 37

»Decir la *feria de Sevilla* equivale a decir Andalucía con su claro cielo, sus mujeres hermosas, sus días risueños y sus noches hechas para el amor; equivale a decir alegría y confianza, que acerca unas clases a otras y las amalgama, fundiéndolas en un todo de valor inapreciable.»

Feria del jueves. En la *calle de la Feria*, lugar citado por Cervantes, se celebra durante los jueves del año.

VELADAS. De San Juan y San Pedro. Los días 23, 24, 28 y 29 de junio, en la *Alameda de Hércules*.

De Santiago y Santa Ana. 24, 25 y 26 de julio, en Triana.

De San Bernardo. 19 y 20 de agosto, en el *barrio de San Bernardo*.

ROMERÍAS. Del Rocío. Por la Pascua de Pentecostés, al santuario del Rocío, en Almonte.

De Consolación. Al santuario de Utrera, el 8 de septiembre.

De Torrijos Al santuario de Torrijos, en el mes de octubre.

VIDA CULTURAL. Sevilla sigue siendo en nuestros días, como lo fué en lo antiguo, «silla y asiento de las ciencias sagradas y profanas». Contribuyen poderosamente a ello los muchos establecimientos culturales establecidos en la ciudad, como la Universidad Literaria, la Escuela de Comercio, la Escuela de Medicina, el Instituto de Segunda Enseñanza, la Escuela Normal de Maestros, la Escuela de Artes e Industrias, la Universidad Pontificia, las Academias de Buenas Letras, Medicina y Bellas Artes; la Sociedad Económica de Amigos del País, el Ateneo y Centro de Bellas Artes, y otros centros de esta naturaleza.

La maquetación general se realiza en una columna

En el revés de la cubierta hay encolado un plano desplegable de la ciudad.

El texto se maqueta a una sola columna, empleando una fuente romana. Los títulos y subtítulos se ponen en mayúsculas y en negrita. Los primeros justificados al centro y los segundos a la izquierda de la caja, con sangría en la primera palabra de cada párrafo ordinario. En algunos párrafos parte de la sangría se decora con varios asteriscos.

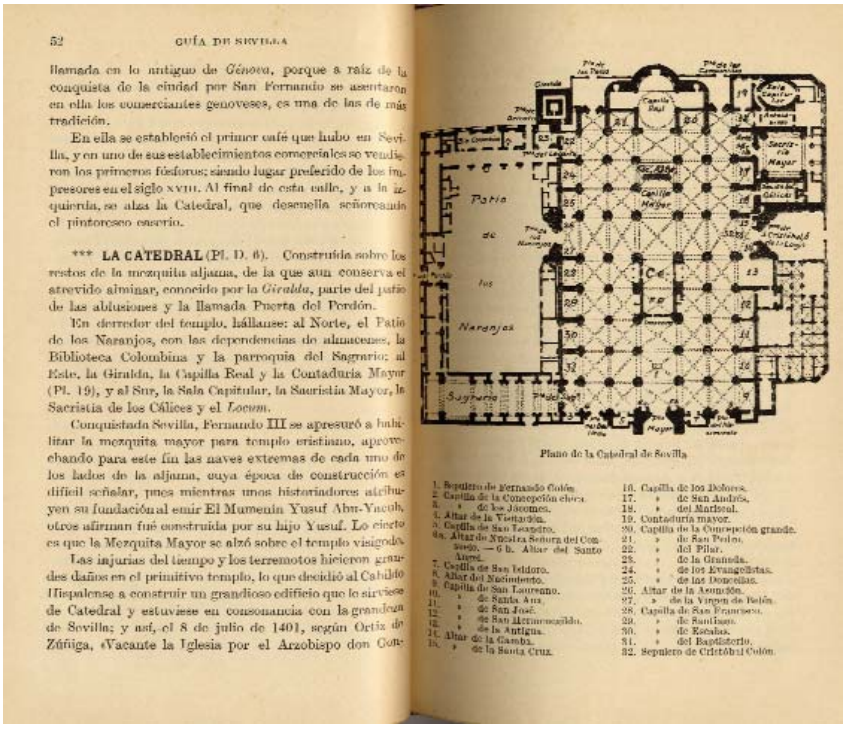
En una de las páginas se incluye un plano de la catedral, maquetándose a dos columnas. Por debajo se dispone la relación numerada de sus lugares de interés.

Las fotografías van a página completa, en vertical o apaisadas, ocupando las últimas 16 páginas tras el índice. Los pies se ponen en cuatro idiomas en dos columnas justificadas a izquierda y derecha de la caja.

La última página de respeto y las guardas de la contracubierta están ocupadas por un plano de la provincia, que se extiende también a parte de Huelva y de Cádiz. La contracubierta se ocupa en el centro y en pequeño tamaño con el logotipo del editor.



Plano desplegable de Sevilla



52 GUÍA DE SEVILLA

llamada en lo antiguo de *Génova*, porque a raíz de la conquista de la ciudad por San Fernando se asentaron en ella los comerciantes genoveses, es una de las de más tradición.

En ella se estableció el primer café que hubo en Sevilla, y en uno de sus establecimientos comerciales se vendieron los primeros fósforos; siendo lugar preferido de los impresores en el siglo XVIII. Al final de esta calle, y a la izquierda, se alza la Catedral, que desemella señoreando el pintoresco caserío.

*** **LA CATEDRAL** (Pl. D, 6). Construída sobre los restos de la mezquita aljama, de la que aun conserva el atrevido alminar, conocido por la *Giralda*, parte del patio de las abluciones y la llamada Puerta del Perdón.

En derredor del templo, hállanse: al Norte, el Patio de los Naranjos, con las dependencias de almacenes, la Biblioteca Colombina y la parroquia del Sagrario; al Este, la Giralda, la Capilla Real y la Contaduría Mayor (Pl. 19), y al Sur, la Sala Capitular, la Sacristía Mayor, la Sacristía de los Cálices y el *Locum*.

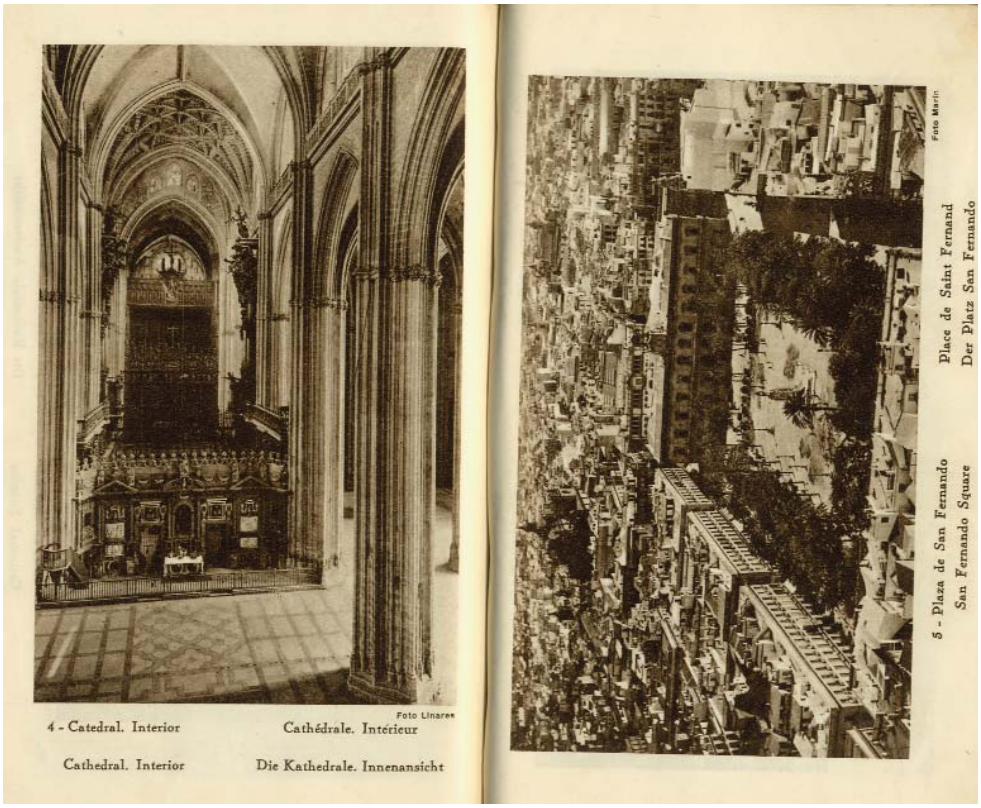
Conquistada Sevilla, Fernando III se apresuró a habilitar la mezquita mayor para templo cristiano, aprovechando para este fin las naves extremas de cada uno de los lados de la aljama, cuya época de construcción es difícil señalar, pues mientras unos historiadores atribuyen su fundación al emir El Mumenin Yusuf Abu-Yacub, otros afirman fué construída por su hijo Yusuf. Lo cierto es que la Mezquita Mayor se alzó sobre el templo visigodo.

Las injurias del tiempo y los terremotos hicieron grandes daños en el primitivo templo, lo que decidió al Cabildo Hispalense a construir un grandioso edificio que le sirviese de Catedral y estuviese en consonancia con la grandeza de Sevilla; y así, el 8 de julio de 1401, según Ortiz de Zúñiga, «Vacante la Iglesia por el Arzobispo don Gon-

Plano de la Catedral de Sevilla

1. Sepulcro de Fernando Colón.
2. Capilla de la Concepción chica.
3. » de los Jácomes.
4. Altar de la Visitación.
5. Capilla de San Leandro.
6a. Altar de Nuestra Señora del Consuelo. — 6 b. Altar del Santo Ángel.
7. Capilla de San Isidoro.
8. Altar del Nacimiento.
9. Capilla de San Laureano.
10. » de Santa Ana.
11. » de San José.
12. » de San Hermenegildo.
13. » de la Antigua.
14. Altar de la Gamba.
15. » de la Santa Cruz.
16. Capilla de los Dolores.
17. » de San Andrés.
18. » del Mariscal.
19. Contaduría mayor.
20. Capilla de la Concepción grande.
21. » de San Pedro.
22. » del Pilar.
23. » de la Granada.
24. » de los Evangelistas.
25. » de las Doncellas.
26. Altar de la Asunción.
27. » de la Virgen de Belén.
28. Capilla de San Francisco.
29. » de Santiago.
30. » de Escalas.
31. » del Baptisterio.
32. Sepulcro de Cristóbal Colón.

Página con el plano de la planta de la catedral de Sevilla



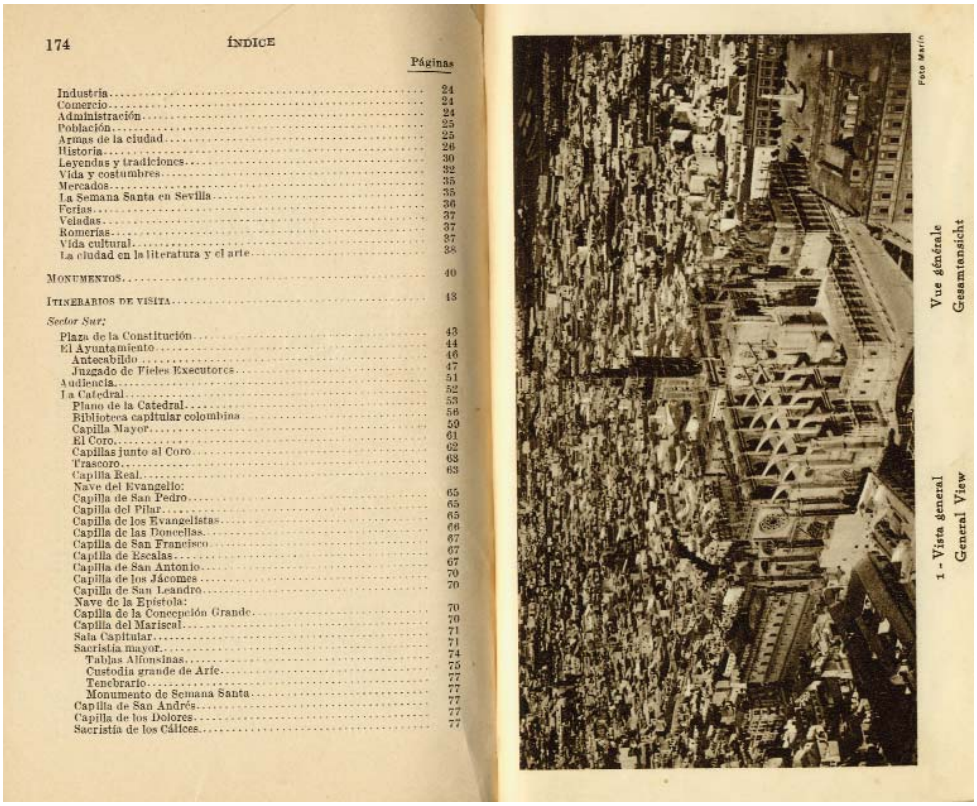
4 - Catedral. Interior — Cathédrale. Intérieur — Cathedral. Interior — Die Kathedrale. Innenansicht

Foto Linares

5 - Plaza de San Fernando — Place de Saint Fernand — San Fernando Square — Der Platz San Fernando

Foto Marín

Doble página con sendas fotografías



174 ÍNDICE

Páginas

Industria 24
Comercio 24
Administración 24
Población 25
Artes de la ciudad 25
Historia 26
Leyendas y tradiciones 30
Vida y costumbres 32
Mercados 35
La Semana Santa en Sevilla 35
Ferias 36
Veladas 37
Romerías 37
Vida cultural 37
La ciudad en la literatura y el arte 38

MONUMENTOS 40

ITINERARIOS DE VISITA 48

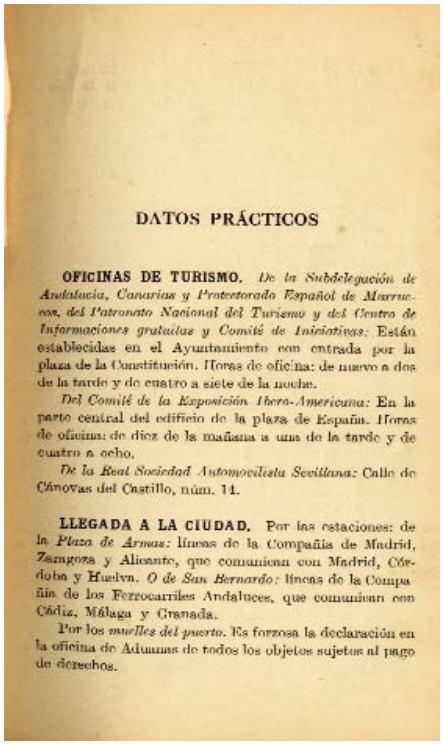
Sector Sur;

Plaza de la Constitución 43
El Ayuntamiento 44
Antecabildo 46
Juzgado de Vieles Executores 47
Audiencia 51
La Catedral 52
Plano de la Catedral 53
Biblioteca capitular colombina 56
Capilla Mayor 59
El Coro 61
Capillas junto al Coro 62
Trascoro 63
Capilla Real 63
Nave del Evangelio:
Capilla de San Pedro 65
Capilla del Pilar 65
Capilla de los Evangelistas 65
Capilla de las Doncellas 66
Capilla de San Francisco 67
Capilla de Escalas 67
Capilla de San Antonio 67
Capilla de los Jácomes 69
Capilla de San Leandro 70
Nave de la Epístola:
Capilla de la Concepción Grande 70
Capilla del Mariscal 70
Sala Capitular 71
Sacristía mayor 71
Tablas Alfonsinas 74
Custodia grande de Arfe 75
Tenebrario 77
Monumento de Semana Santa 77
Capilla de San Andrés 77
Capilla de los Dolores 77
Sacristía de los Cálices 77

Foto Marín

1 - Vista general — General View — Vue générale — Gesamtansicht

Página con fotografía apaisada y pies en cuatro idiomas



DATOS PRÁCTICOS

OFICINAS DE TURISMO. *De la Subdelegación de Andalucía, Canarias y Protectorado Español de Marruecos, del Patronato Nacional del Turismo y del Centro de Informaciones gratuitas y Comité de Iniciativas:* Están establecidas en el Ayuntamiento con entrada por la plaza de la Constitución. Horas de oficina: de nuevo a dos de la tarde y de cuatro a siete de la noche.

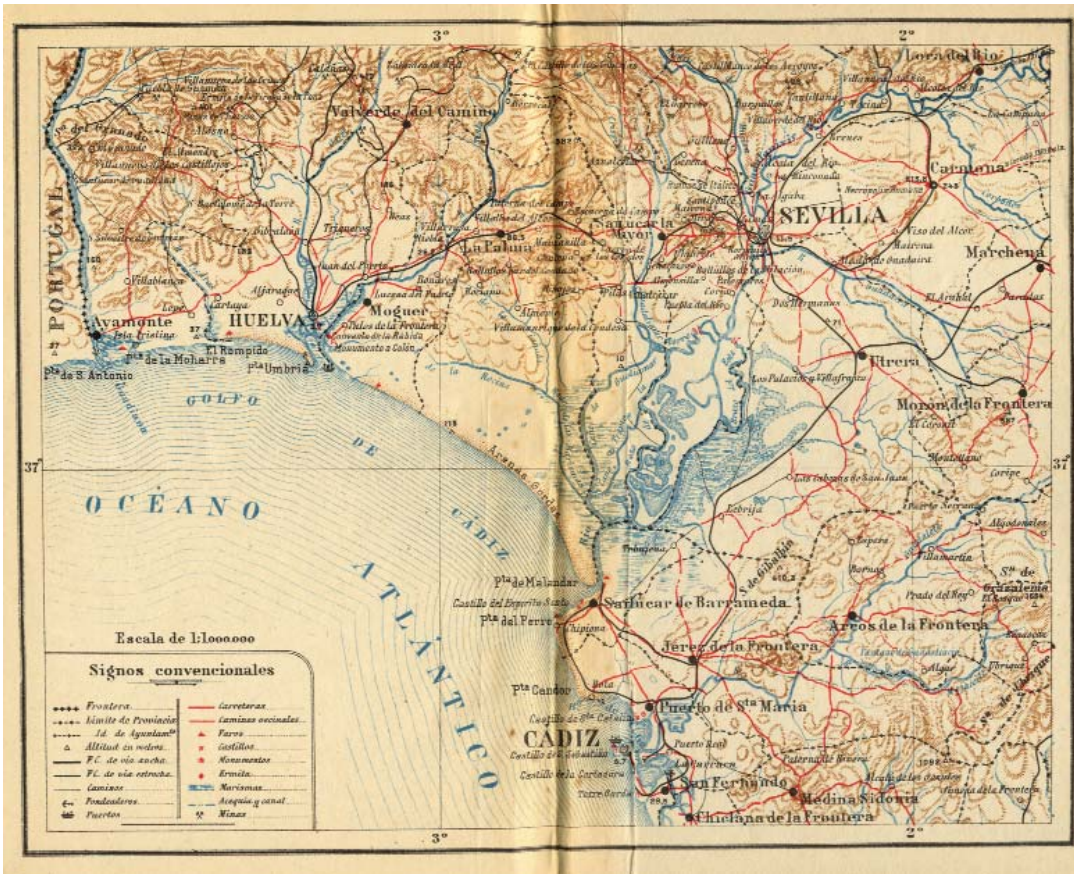
Del Comité de la Exposición Ibero-Americana: En la parte central del edificio de la plaza de España. Horas de oficina: de diez de la mañana a una de la tarde y de cuatro a ocho.

De la Real Sociedad Automovilista Sevillana: Calle de Cánovas del Castillo, núm. 14.

LLEGADA A LA CIUDAD. Por las estaciones: de la *Plaza de Armas:* líneas de la Compañía de Madrid, Zaragoza y Alicante, que comunican con Madrid, Córdoba y Huelva. *O de San Bernardo:* líneas de la Compañía de los Ferrocarriles Andaluces, que comunican con Cádiz, Málaga y Granada.

Por los *muelles del puerto.* Es forzosa la declaración en la oficina de Aduanas de todos los objetos sujetos al pago de derechos.

Predominan las páginas con datos prácticos



Plano de la provincia de Sevilla en las guardas de la contracubierta

3.1.6. Folleto de Sevilla editado en inglés en Nueva York (I)

Folleto de 26 páginas con hojas de color marfil unidas con grapas, editado en Estados Unidos por The International Telephone and Telegraph Corporation Bureau of Information. Su tamaño es de 160 mm. de ancho por 235 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica. Fue encargado por la Oficina de Información Pro-España de Nueva York. Se trata de una de las iniciativas llevadas a cabo en 1929 en Estados Unidos por el Patronato Nacional de Turismo para promocionar las Exposiciones españolas. En conjunto la maquetación es funcional y equilibrada.

La cubierta es sencilla y funcional. Sobre un fondo liso de color verde azulado resalta el dibujo a tinta de la Giralda que ocupa toda la composición, con el Giraldillo en color rojo. En la falda de la ilustración se emplea un tipo de fuente romana para el nombre en inglés, "Seville", que se encaja al ancho de caja de la ilustración, y cuyas letras combinan el color blanco y el verde azulado del fondo para ganar en legibilidad. El propio color marfil de todo el folleto compone el marco de la ilustración.

La portada la ocupa en el centro de la página el escudo de España, –una extraña versión de la época de Felipe II, que cambia el escusón de Portugal por el de los Borbones y trae aún corona abierta– dibujado a tinta, al que se rodea de un marco decorativo. Debajo, en cursiva en cuerpo pequeño, se incluye el nombre del editor y de la institución que encarga el folleto. Corona la página el nombre "Seville" en un tipo de fuente romana y perfilada.

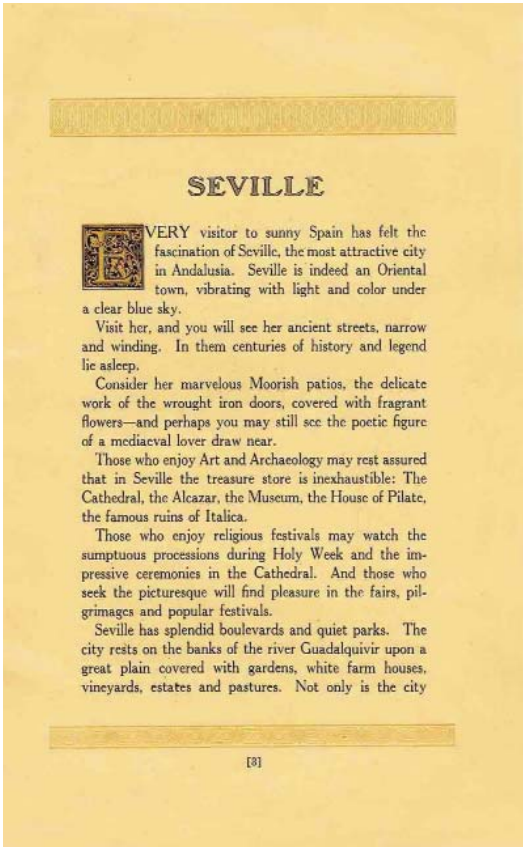
El texto se maqueta a una sola columna dejando un blanco generoso a su alrededor. La primera letra del primer párrafo es florida, y está decorada de forma clásica, enmarcada



Cubierta



Portada



SEVILLE

EVERY visitor to sunny Spain has felt the fascination of Seville, the most attractive city in Andalusia. Seville is indeed an Oriental town, vibrating with light and color under a clear blue sky.

Visit her, and you will see her ancient streets, narrow and winding. In them centuries of history and legend lie asleep.

Consider her marvelous Moorish patios, the delicate work of the wrought iron doors, covered with fragrant flowers—and perhaps you may still see the poetic figure of a mediaeval lover draw near.

Those who enjoy Art and Archaeology may rest assured that in Seville the treasure store is inexhaustible: The Cathedral, the Alcazar, the Museum, the House of Pilate, the famous ruins of Italica.

Those who enjoy religious festivals may watch the sumptuous processions during Holy Week and the impressive ceremonies in the Cathedral. And those who seek the picturesque will find pleasure in the fairs, pilgrimages and popular festivals.

Seville has splendid boulevards and quiet parks. The city rests on the banks of the river Guadalquivir upon a great plain covered with gardens, white farm houses, vineyards, estates and pastures. Not only is the city

[3]

Primera página de texto

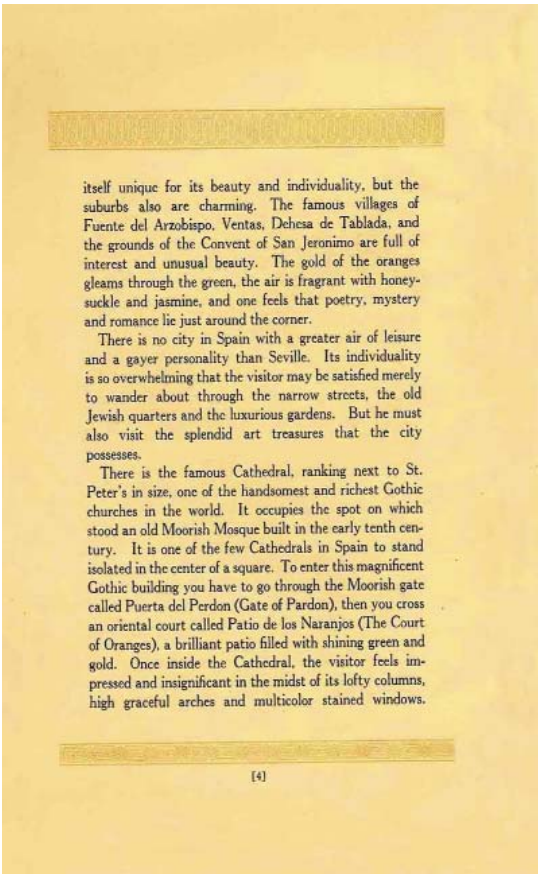
y con un motivo de inspiración vegetal. Esta capitular ocupa la altura de las cuatro primeras líneas de texto. Los párrafos se maquetan de forma ordinaria, con la primera línea sangrada. Por encima y por debajo de las cajas se emplean orlas decorativas de color amarillo pálido, similar al del resto de la página, por lo que no rompen el equilibrio compositivo. La superior es más ancha que la inferior y son de carácter tipográfico secuencial. Por debajo de la orla inferior se coloca la numeración de las páginas entre corchetes.

Las fotografías están coloreadas. Parte de las verticales ocupan páginas sin texto. Se maquetan con un marco de un color un poco más oscuro que el resto de la página, dejando un blanco generoso alrededededor. Los pies se justifican al centro de la fotografía. En algunas fotografías el borde superior del recuadro tiene forma de arco.

Las horizontales se maquetan por encima o por debajo del bloque de texto, al ancho de la caja. Una parte de las verticales se maquetan junto al bloque de texto acortando la longitud de las líneas y estrechando la columna a toda la altura de la foto.

En la ultima página de texto se emplea una viñeta al final de cada capítulo, por encima de la orla inferior.

La contracubierta se ilustra con el dibujo a tinta de la citada extraña versión del escudo de España, con marco decorativo, idéntico al de la portada.



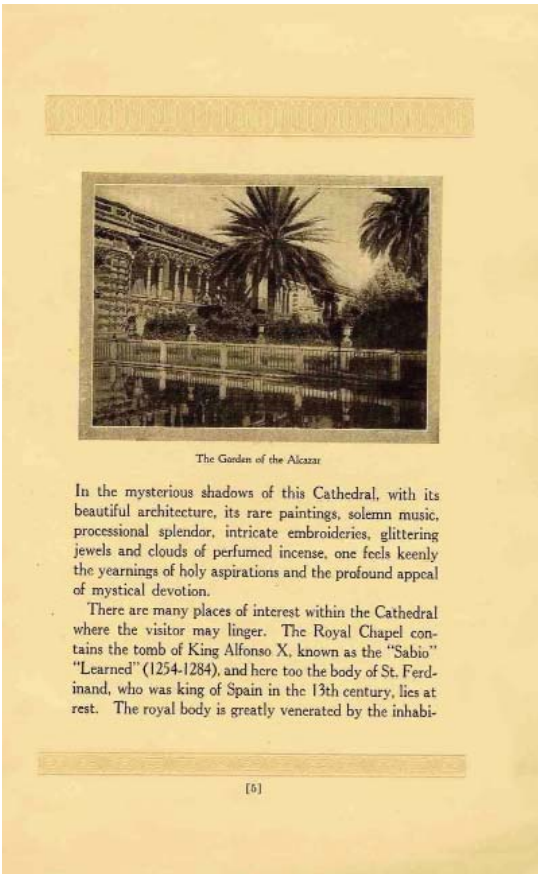
itself unique for its beauty and individuality, but the suburbs also are charming. The famous villages of Fuente del Arzobispo, Ventas, Dehesa de Tablada, and the grounds of the Convent of San Jeronimo are full of interest and unusual beauty. The gold of the oranges gleams through the green, the air is fragrant with honeysuckle and jasmine, and one feels that poetry, mystery and romance lie just around the corner.

There is no city in Spain with a greater air of leisure and a gayer personality than Seville. Its individuality is so overwhelming that the visitor may be satisfied merely to wander about through the narrow streets, the old Jewish quarters and the luxurious gardens. But he must also visit the splendid art treasures that the city possesses.

There is the famous Cathedral, ranking next to St. Peter's in size, one of the handsomest and richest Gothic churches in the world. It occupies the spot on which stood an old Moorish Mosque built in the early tenth century. It is one of the few Cathedrals in Spain to stand isolated in the center of a square. To enter this magnificent Gothic building you have to go through the Moorish gate called Puerta del Perdon (Gate of Pardon), then you cross an oriental court called Patio de los Naranjos (The Court of Oranges), a brilliant patio filled with shining green and gold. Once inside the Cathedral, the visitor feels impressed and insignificant in the midst of its lofty columns, high graceful arches and multicolor stained windows.

[4]

Página a una columna con orla



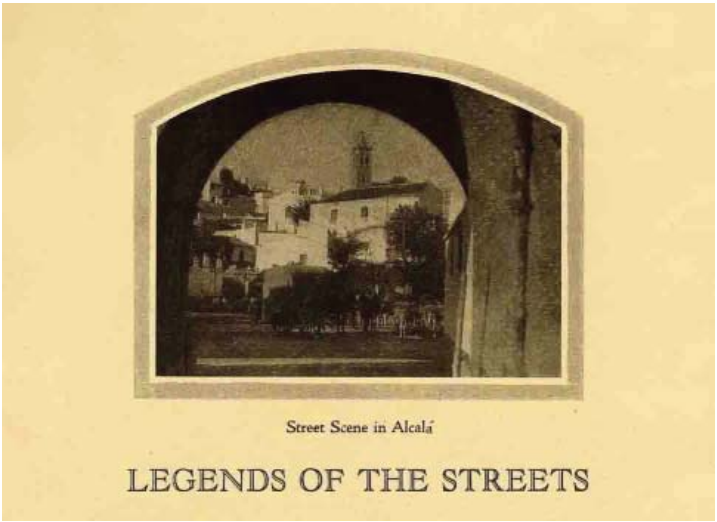
The Garden of the Alcazar

In the mysterious shadows of this Cathedral, with its beautiful architecture, its rare paintings, solemn music, processional splendor, intricate embroideries, glittering jewels and clouds of perfumed incense, one feels keenly the yearnings of holy aspirations and the profound appeal of mystical devotion.

There are many places of interest within the Cathedral where the visitor may linger. The Royal Chapel contains the tomb of King Alfonso X, known as the "Sabio" "Learned" (1254-1284), and here too the body of St. Ferdinand, who was king of Spain in the 13th century, lies at rest. The royal body is greatly venerated by the inhabi-

[5]

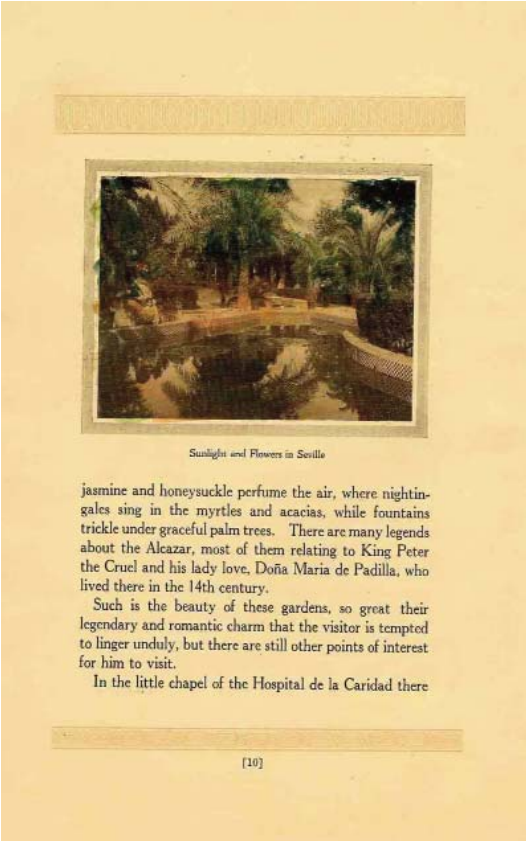
Fotografía al ancho de la caja de texto



Street Scene in Alcalá

LEGENDS OF THE STREETS

Las fotografías llevan marco



Sunlight and Flowers in Seville

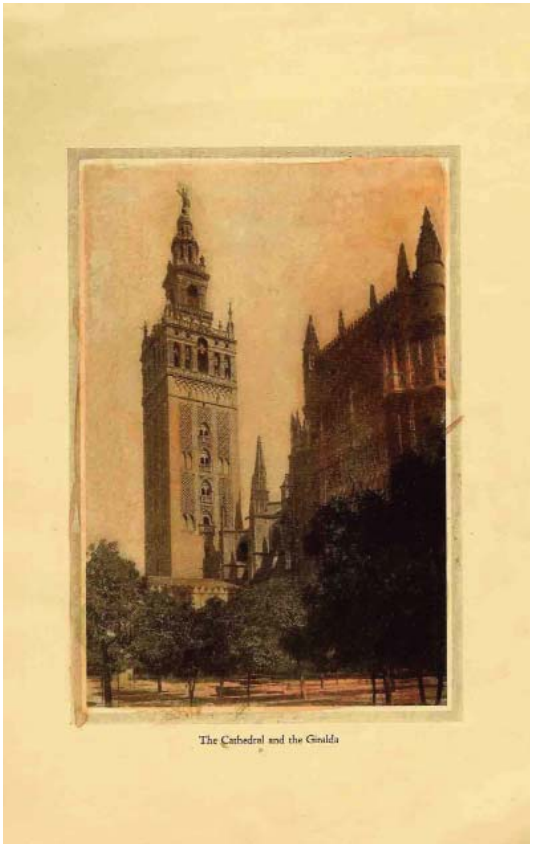
jasmine and honeysuckle perfume the air, where nightingales sing in the myrtles and acacias, while fountains trickle under graceful palm trees. There are many legends about the Alcazar, most of them relating to King Peter the Cruel and his lady love, Doña Maria de Padilla, who lived there in the 14th century.

Such is the beauty of these gardens, so great their legendary and romantic charm that the visitor is tempted to linger unduly, but there are still other points of interest for him to visit.

In the little chapel of the Hospital de la Caridad there

[10]

Las fotografías están coloreadas, algunas se recortan por encima en arco



The Cathedral and the Giralda

Algunas fotografías se maquetan sin texto



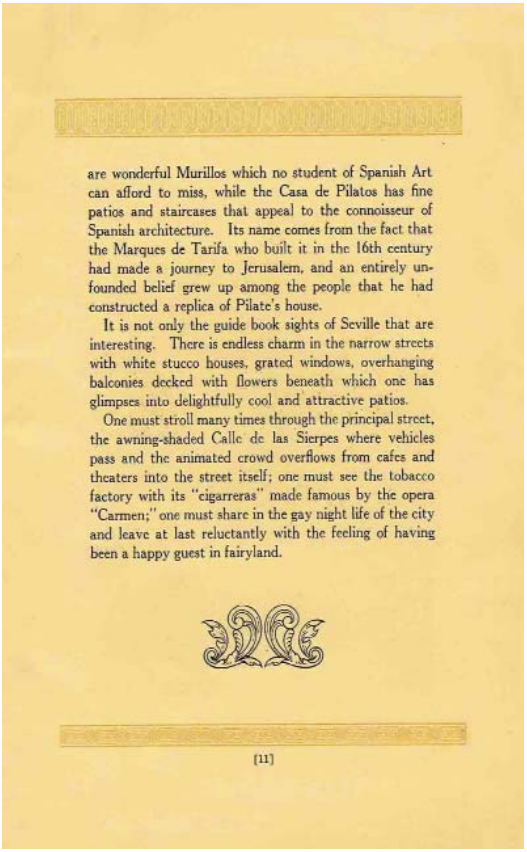
Interior of the Alcazar

tants of Seville and is exhibited to the public four times a year—on May 14th and 30th, August 22nd, and November 23rd. On the high altar of this quaint chapel stands the figure of the Virgen de los Reyes, a figure of the 13th century, which, as the legend goes, was given by St. Louis, King of France, to St. Ferdinand, of Spain.

At the other end of the Cathedral there is a very small chapel used as a baptistry. On one of its walls hangs one of Murillo's masterpieces, "St. Anthony's Vision of the Holy Child," painted in 1656. This painting, famous for its exquisite coloring and idealism, has had an interesting career. In 1874 the figure of the kneeling saint was cut out of the canvas and brought to the United States, but the following year it was returned to the Cathedral of

[6]

Disposición de fotografía en vertical



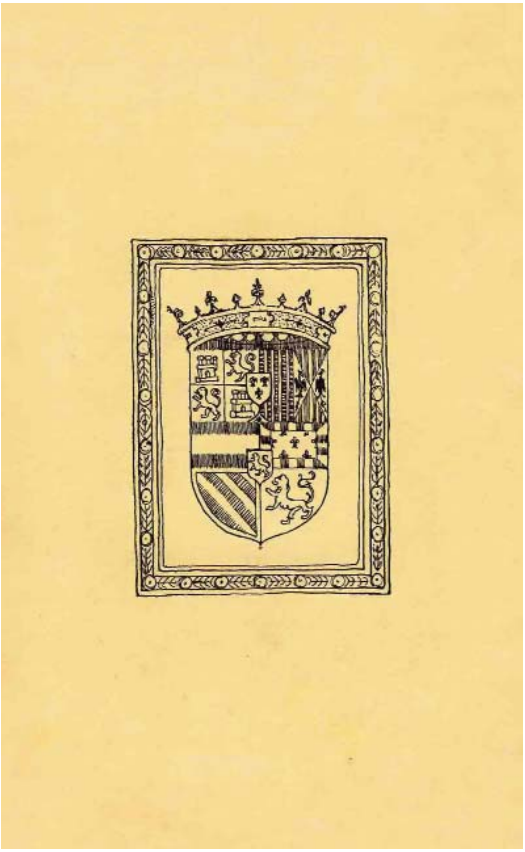
are wonderful Murillos which no student of Spanish Art can afford to miss, while the Casa de Pilatos has fine patios and staircases that appeal to the connoisseur of Spanish architecture. Its name comes from the fact that the Marques de Tarifa who built it in the 16th century had made a journey to Jerusalem, and an entirely unfounded belief grew up among the people that he had constructed a replica of Pilate's house.

It is not only the guide book sights of Seville that are interesting. There is endless charm in the narrow streets with white stucco houses, grated windows, overhanging balconies decked with flowers beneath which one has glimpses into delightfully cool and attractive patios.

One must stroll many times through the principal street, the awning-shaded Calle de las Sierpes where vehicles pass and the animated crowd overflows from cafes and theaters into the street itself; one must see the tobacco factory with its "cigarreras" made famous by the opera "Carmen;" one must share in the gay night life of the city and leave at last reluctantly with the feeling of having been a happy guest in fairyland.

[11]

Última página del folleto



Contracubierta

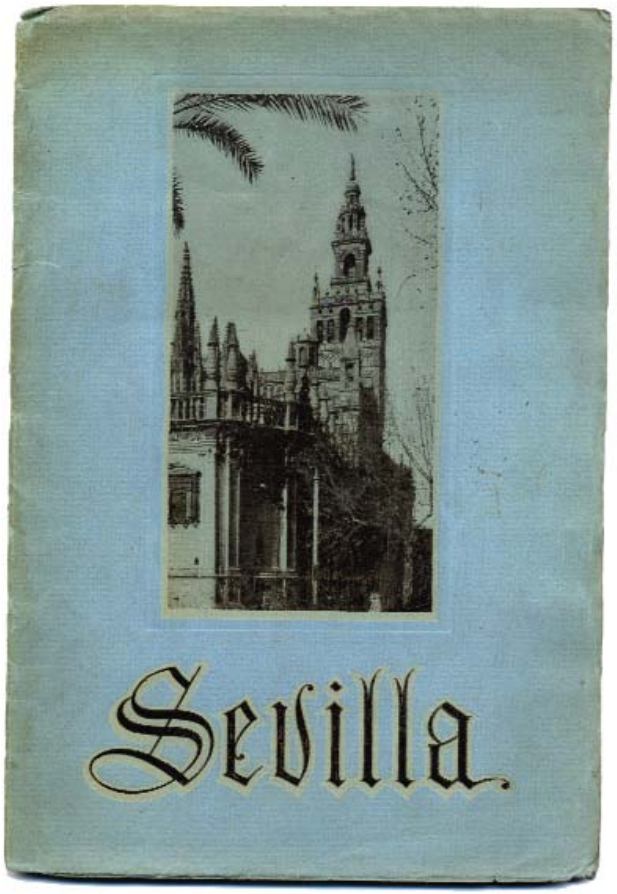
3.1.7. Folleto de Sevilla editado en inglés en Nueva York (II)

Se trata de otro de los folletos que el recién creado Patronato Español de Turismo publicó en 1929, a través de la Oficina de Información Pro-España de Nueva York, para promocionar la ciudad hispalense y la Exposición Ibero Americana. Sus 30 páginas están grapadas y editadas en rústica. La edición se encargó a la International Telephone and Telegraph Corporation de aquella ciudad. Su tamaño es de 160 mm. de ancho por 235 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 14 puntos pica.

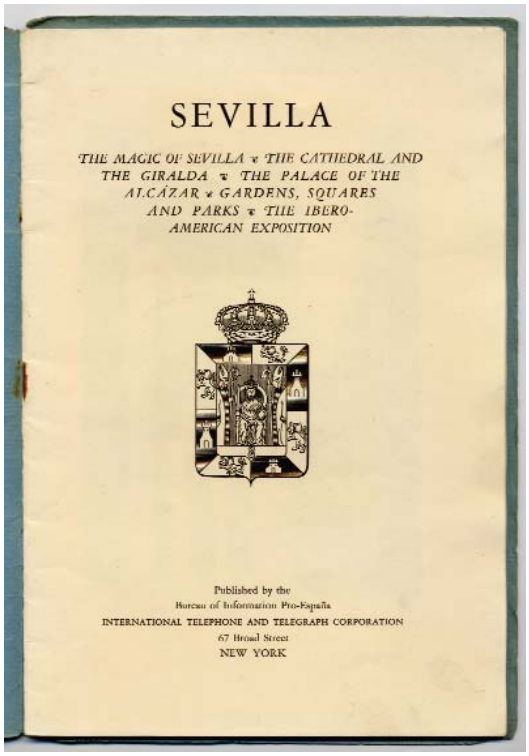
La cubierta, de color azul claro, está ocupada por una fotografía vertical de la Giralda y un fragmento de la catedral, que copa tres cuartos del ancho de la página. El tercio inferior se reserva al nombre en español "Sevilla" en tipografía gótica y alineado al centro, aunque con una longitud algo mayor que la fotografía.

La portada la ocupa en el centro el escudo de la ciudad. Encabeza la página el nombre de Sevilla en una mayúscula de tipo romano, bajo el que también, en letras mayúsculas pero en un tipo más pequeño y en cursiva, se citan las distintas secciones del folleto. Bajo el escudo aparecen los créditos. En la maquetación las líneas se justifican al centro.

En las páginas interiores del folleto las cajas de texto se maquetan a una columna, y en casi todas ellas se incluyen fotografías de gran calidad que se incorporan alternando las composiciones horizontales y verticales. También algunas fotografías se maquetan a página completa. En conjunto, el maquetista juega con alternar el centro de impacto visual en las distintas páginas sin perder el equilibrio compositivo.



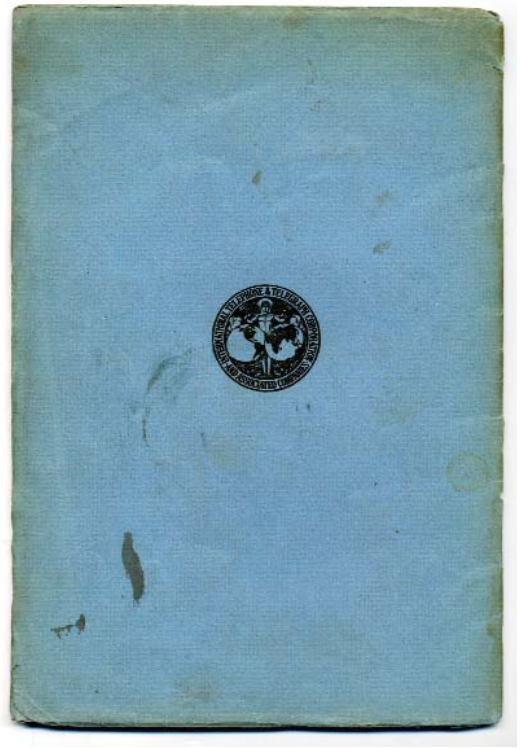
Cubierta


SEVILLA

THE MAGIC OF SEVILLA ✦ THE CATHEDRAL AND THE GIRALDA ✦ THE PALACE OF THE ALCÁZAR ✦ GARDENS, SQUARES AND PARKS ✦ THE IBERO-AMERICAN EXPOSITION

Published by the
Bureau of Information Pro-España
INTERNATIONAL TELEPHONE AND TELEGRAPH CORPORATION
67 Broad Street
NEW YORK

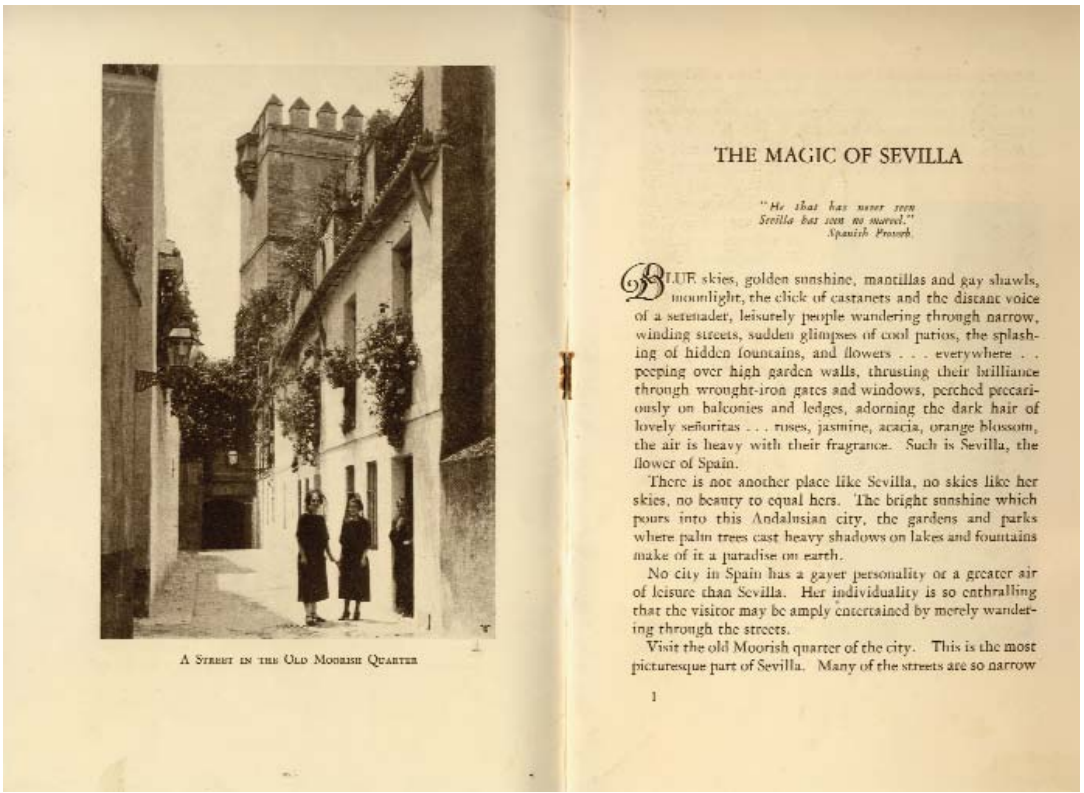
Portada



Contracubierta

El conjunto resulta elegante, máxime por el empleo de un tipo romano muy legible. La numeración a pie de página no se justifica con la caja de texto. En las páginas pares se alinea a la derecha y en las impares a la izquierda, algo poco habitual.

En el centro de la contracubierta se dispone el símbolo de editor.



A Street in the Old Moorish Quarter

THE MAGIC OF SEVILLA

"He that has never seen
Sevilla has seen no marvel."
Spanish Proverb.

BLUE skies, golden sunshine, mantillas and gay shawls, moonlight, the click of castanets and the distant voice of a serenader, leisurely people wandering through narrow, winding streets, sudden glimpses of cool patios, the splashing of hidden fountains, and flowers . . . everywhere . . peeping over high garden walls, thrusting their brilliance through wrought-iron gates and windows, perched precariously on balconies and ledges, adorning the dark hair of lovely señoritas . . . roses, jasmine, acacia, orange blossom, the air is heavy with their fragrance. Such is Sevilla, the flower of Spain.

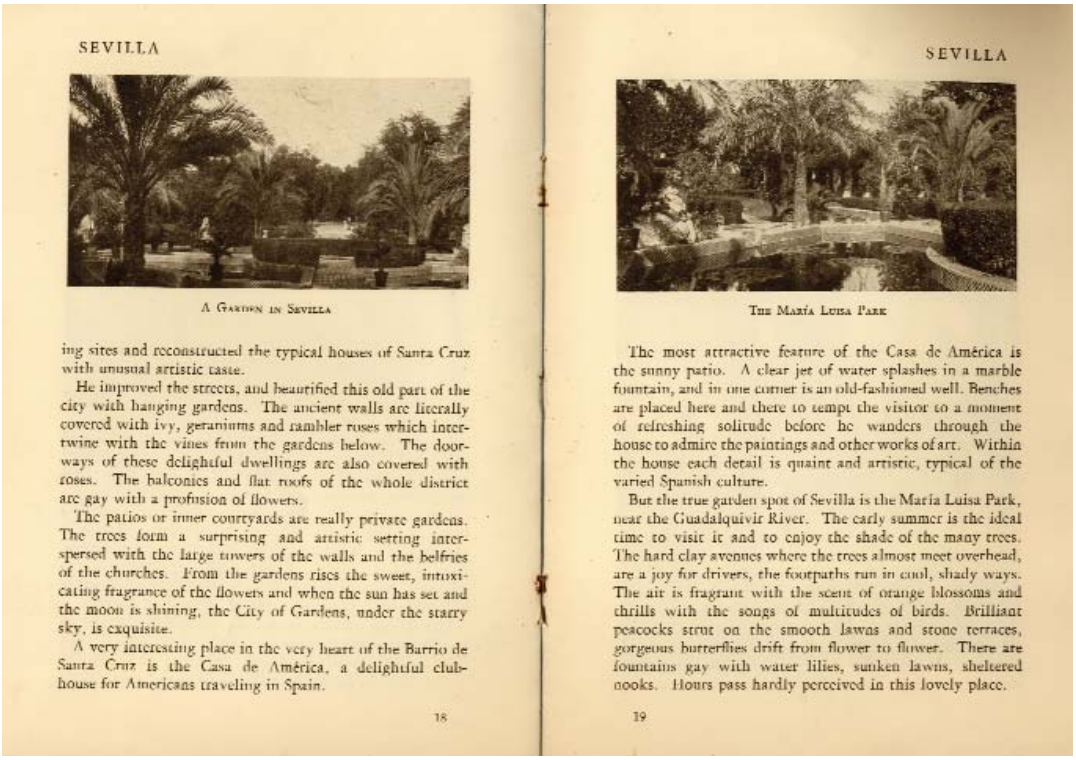
There is not another place like Sevilla, no skies like her skies, no beauty to equal hers. The bright sunshine which pours into this Andalusian city, the gardens and parks where palm trees cast heavy shadows on lakes and fountains make of it a paradise on earth.

No city in Spain has a gayer personality or a greater air of leisure than Sevilla. Her individuality is so enthralling that the visitor may be amply entertained by merely wandering through the streets.

Visit the old Moorish quarter of the city. This is the most picturesque part of Sevilla. Many of the streets are so narrow

1

Primera página de texto



SEVILLA

A Garden in Sevilla

ing sites and reconstructed the typical houses of Santa Cruz with unusual artistic taste.

He improved the streets, and beautified this old part of the city with hanging gardens. The ancient walls are literally covered with ivy, geraniums and rambler roses which intertwine with the vines from the gardens below. The doorways of these delightful dwellings are also covered with roses. The balconies and flat roofs of the whole district are gay with a profusion of flowers.

The patios or inner courtyards are really private gardens. The trees form a surprising and artistic setting interspersed with the large towers of the walls and the belfries of the churches. From the gardens rises the sweet, intoxicating fragrance of the flowers and when the sun has set and the moon is shining, the City of Gardens, under the starry sky, is exquisite.

A very interesting place in the very heart of the Barrio de Santa Cruz is the Casa de América, a delightful clubhouse for Americans traveling in Spain.

18

SEVILLA

The María Luisa Park

The most attractive feature of the Casa de América is the sunny patio. A clear jet of water splashes in a marble fountain, and in one corner is an old-fashioned well. Benches are placed here and there to tempt the visitor to a moment of refreshing solitude before he wanders through the house to admire the paintings and other works of art. Within the house each detail is quaint and artistic, typical of the varied Spanish culture.

But the true garden spot of Sevilla is the María Luisa Park, near the Guadalquivir River. The early summer is the ideal time to visit it and to enjoy the shade of the many trees. The hard clay avenues where the trees almost meet overhead, are a joy for drivers, the footpaths run in cool, shady ways. The air is fragrant with the scent of orange blossoms and thrills with the songs of multitudes of birds. Brilliant peacocks strut on the smooth lawns and stone terraces, gorgeous butterflies drift from flower to flower. There are fountains gay with water lilies, sunken lawns, sheltered nooks. Hours pass hardly perceived in this lovely place.

19

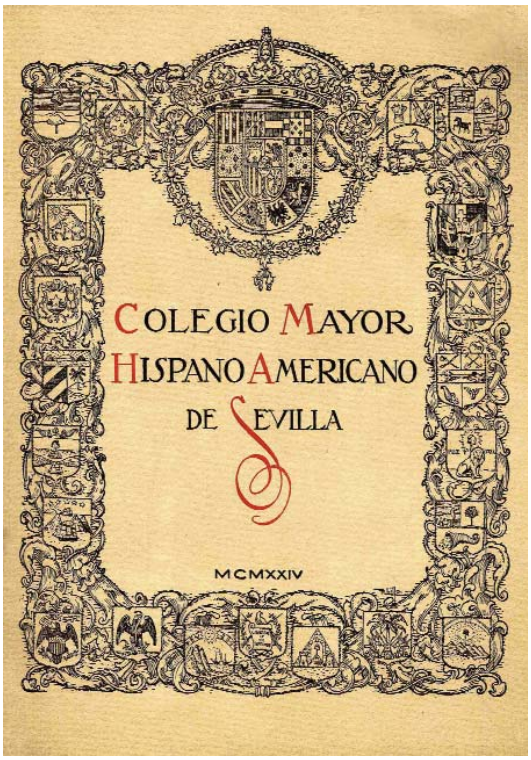
Maqueta simétrica en doble página

3.1.8. Folleto del proyecto de Colegio Mayor Hispano Americano de Sevilla

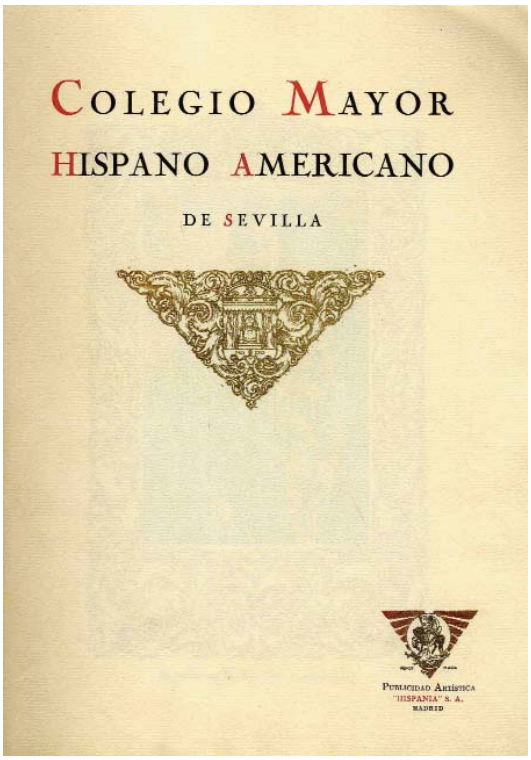
Este folleto de 20 páginas esta impreso por la empresa madrileña Juan Tejada en 1924. Su tamaño es de 195 mm. de ancho por 280 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 14 puntos pica. Utiliza un papel de color marfil que se une por grapas en el lomo. Se empleó para publicitar el decreto en el que el gobierno de Primo de Rivera creaba el Colegio Mayor Hispano Americano de Sevilla, que se proyectaba albergar en la plaza de España. Aunque la legibilidad es buena al estar maquetado con un cuerpo de letra de gran tamaño, predominan los adornos de tipo barroco, lo que le da, en general, un aspecto muy recargado.

La cubierta se ocupa en el centro con el título del Colegio en tres líneas en mayúsculas, con una fuente romana en la que la primera letra de cada palabra se tinta en color rojo y el resto en negro. La "S" de Sevilla es una letra de fantasía, trazando la mitad inferior una voluta en forma de serpentina. Por debajo, el año se pone en números romanos con una letra de palo seco. La orla ornamental que enmarca la composición es de volutas y pámpanos entre los que se colocan los escudos de los países iberoamericanos. Corona la orla, en mayor tamaño, el escudo de España, también de estética historicista. Esta vez, es una versión inspirada en el "gran escudo de Carlos III", con corona de sólo 3 diademas propia de la época de Felipe II. Orla el conjunto el collar de la Orden del Toisón de Oro.

La portada no lleva orla. En la mitad superior se coloca en tres líneas el título del colegio con el mismo tipo que en la cubierta pero en este caso la "S" de Sevilla no es de fantasía. Las dos primeras líneas se justifican al ancho de la caja y la tercera es de menor tamaño y se justifica al centro. Por debajo se representa el escudo de Sevilla, en color verde, que se incluye en una viñeta ornamental de volutas y pámpanos en forma de copa. En el



Cubierta



Portada con el escudo de Sevilla



Retrato del rey con orla barroca



Retrato de Primo de Rivera

ángulo inferior derecho de la página se incluye el logotipo de la empresa de publicidad artística Hispania, que se tinta en rojo y negro.

Las fotografías del Rey y de Primo de Rivera se enmarcan con anchas orlas ornamentales de color bermellón y de inspiración vegetal. Se encabezan representaciones de sendas coronas, Real de España y de Marqués, respectivamente.

Las páginas de texto también emplean orlas decorativas muy recargadas de inspiración vegetal, que a su vez vienen enmarcadas a una línea por dentro y por fuera. Esta orla siempre es más gruesa en su parte izquierda e inferior, y más estrecha en la parte superior y derecha, por lo que el aspecto de la doble página no está muy equilibrado. Para el texto se emplea mayúscula en el título, que se subraya con filetes en algunas de sus palabras. Los subtítulos también van en mayúscula pero son de menor tamaño y no se subrayan.

La primera letra del primer párrafo es una capitular decorativa y ocupa las 8 primeras líneas de texto. Esta letra, de color rojo, se adorna con volutas y se enmarca. A su vez, se recuadra con una viñeta ilustrada alusiva al texto. El resto de la primera palabra también va en mayúscula. Los párrafos son ordinarios, con la primera línea sangrada. En el texto también se emplea una fuente romana en la que destacan la astas verticales, que son de igual altura que las capitales. La última página del Decreto se adorna en su centro con un florón en forma de copa.

Las últimas páginas se destinan a fotografías. Algunas de ellas llevan orlas decorativas y otras marcos. Los rótulos son caligráficos y también llevan marcos decorados. La última página de texto trae una viñeta, y la última del folleto el colofón, compuesto en el centro de la página y en un tamaño de cuerpo pequeño, maquetado en un párrafo en forma de rombo, con el nombre del impresor y la fecha de finalización del trabajo.

La contracubierta lleva en el centro el escudo de Sevilla rodeado de una corona de flores que en su mitad superior se interrumpe con la superposición de la corona real.

boratorio permanente de trabajos, de investigaciones y estadísticas, de tal modo, que a él acudan en demanda de datos y enseñanzas para cuanto pueda estudiarse o llevarse a cabo en relación con el intercambio hispanoamericano, el interés de las naciones adheridas y el progreso de la Humanidad.

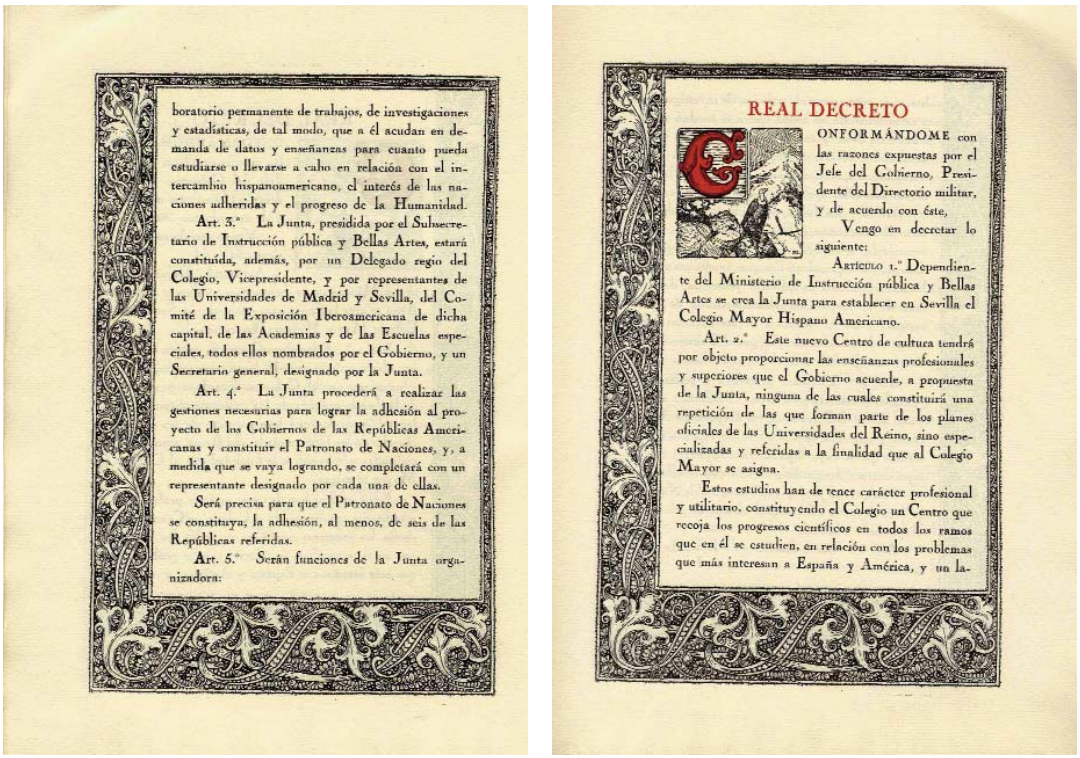
Art. 3.° La Junta, presidida por el Subsecretario de Instrucción pública y Bellas Artes, estará constituída, además, por un Delegado regio del Colegio, Vicepresidente, y por representantes de las Universidades de Madrid y Sevilla, del Comité de la Exposición Iberoamericana de dicha capital, de las Academias y de las Escuelas especiales, todos ellos nombrados por el Gobierno, y un Secretario general, designado por la Junta.

Art. 4.° La Junta procederá a realizar las gestiones necesarias para lograr la adhesión al proyecto de los Gobiernos de las Repúblicas Americanas y constituir el Patronato de Naciones, y, a medida que se vaya logrando, se completará con un representante designado por cada una de ellas.

Será precisa para que el Patronato de Naciones se constituya, la adhesión, al menos, de seis de las Repúblicas referidas.

Art. 5.° Serán funciones de la Junta organizadora:

Página a una columna con orla recargada



REAL DECRETO

CONFORMÁNDOME con las razones expuestas por el Jefe del Gobierno, Presidente del Directorio militar, y de acuerdo con éste,

Vengo en decretar lo siguiente:

Artículo 1.° Dependiente del Ministerio de Instrucción pública y Bellas Artes se crea la Junta para establecer en Sevilla el Colegio Mayor Hispano Americano.

Art. 2.° Este nuevo Centro de cultura tendrá por objeto proporcionar las enseñanzas profesionales y superiores que el Gobierno acuerde, a propuesta de la Junta, ninguna de las cuales constituirá una repetición de las que forman parte de los planes oficiales de las Universidades del Reino, sino especializadas y referidas a la finalidad que al Colegio Mayor se asigna.

Estos estudios han de tener carácter profesional y utilitario, constituyendo el Colegio un Centro que recoja los progresos científicos en todos los ramos que en él se estudien, en relación con los problemas que más interesan a España y América, y un la-

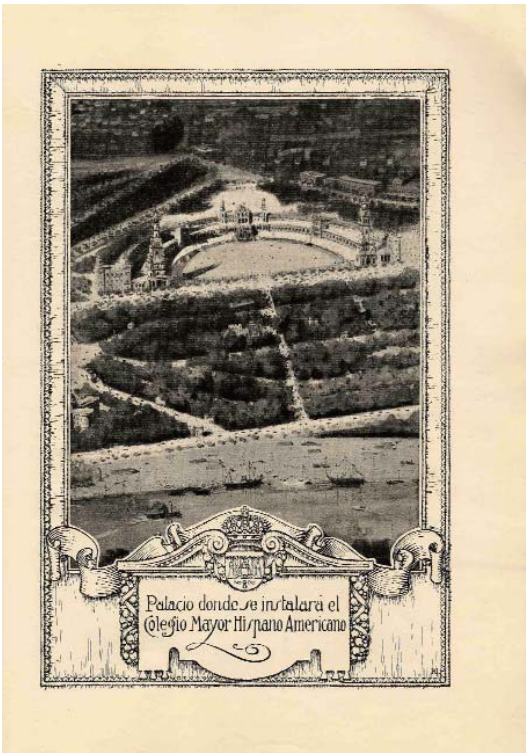
Primera página de texto



Capitular con viñeta

Art. 3.° La Junta, presidida por el Subsecretario de Instrucción pública y Bellas Artes, estará constituída, además, por un Delegado regio del Colegio, Vicepresidente, y por representantes de las Universidades de Madrid y Sevilla, del Comité de la Exposición Iberoamericana de dicha capital, de las Academias y de las Escuelas especiales, todos ellos nombrados por el Gobierno, y un Secretario general, designado por la Junta.

Ejemplo de la tipografía



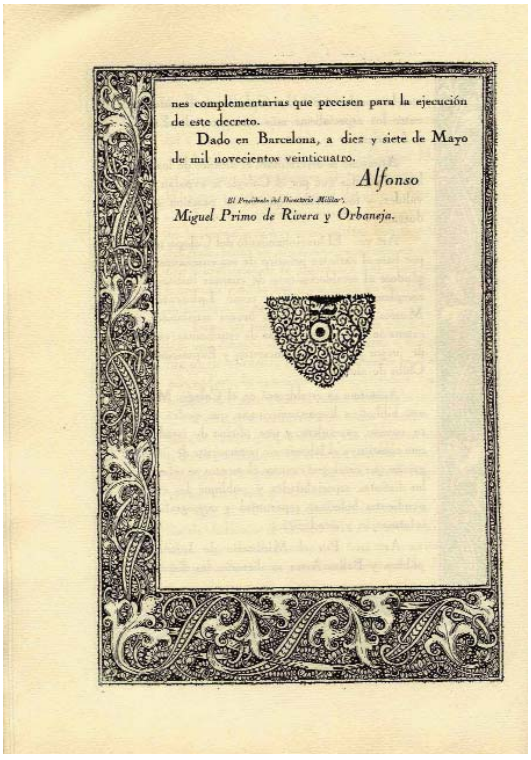
Fotografía con rótulo caligráfico



Los elementos decorativos son recargados



Se muestran numerosas fotografías de la plaza de España


nes complementarias que precisen para la ejecución de este decreto.

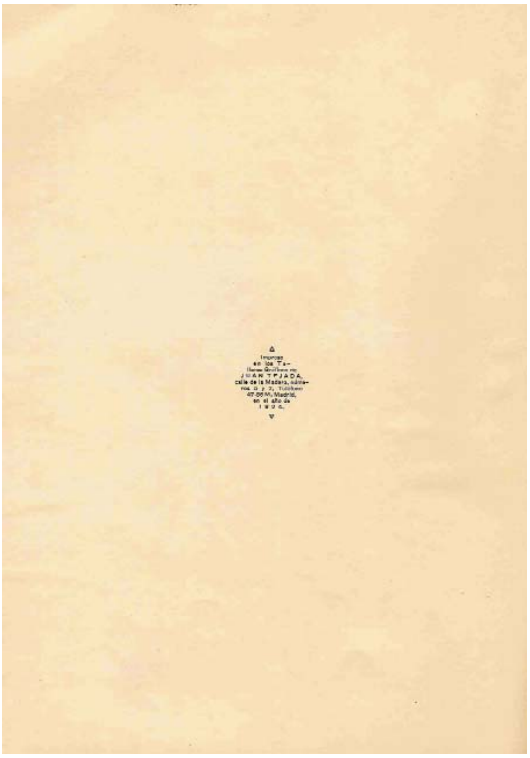
Dado en Barcelona, a diez y siete de Mayo de mil novecientos veinticuatro.

Alfonso

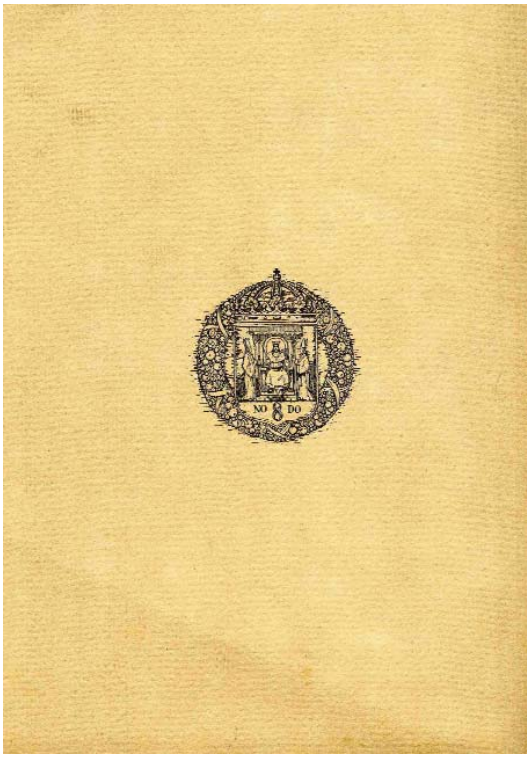
El Presidente del Directorio Militar,

Miguel Primo de Rivera y Orbaneja.

Última página de texto



Colofón



Contracubierta

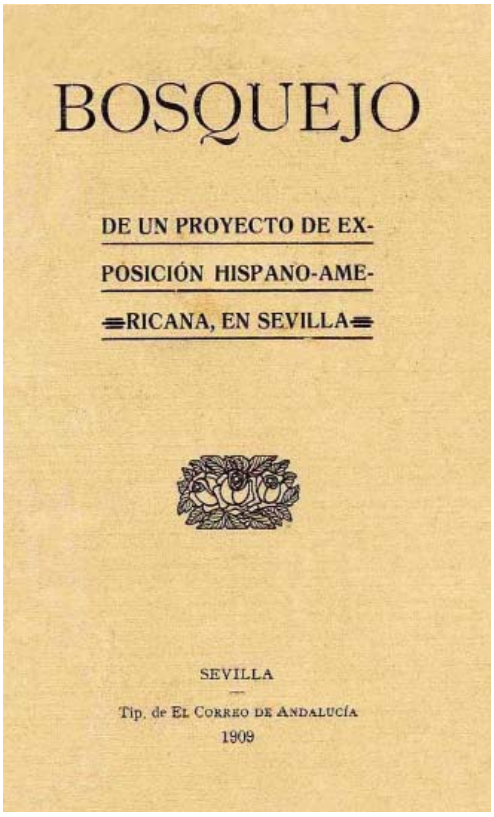
3.2 Propaganda promovida en Sevilla por el Comité Permanente de la Exposición y por otras entidades locales

3.2.1. Folleto del Bosquejo del Proyecto de la Exposición. 1909

Folleto de 30 páginas en color marfil denominado en su cubierta: *Bosquejo de un proyecto de Exposición Hispano-Americana, en Sevilla*, impreso por la tipografía sevillana de *El Correo de Andalucía*. Sus hojas están unidas por grapas en el lomo. En él se editan los primeros discursos en los que se baraja la idea de realizar una Exposición Hispano Americana. Su tamaño es de 110 mm. de ancho por 185 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 13 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica. Bajo el criterio del diseño gráfico, el folleto es muy sencillo y funcional. Se maqueta a una columna, carece de ilustraciones –exceptuando el florón de la cubierta– y la única orla que tiene no es recargada.

La cubierta es tipográfica. Elige un tipo de fuente romana que va en mayúscula. La primera palabra va en un cuerpo de mayor tamaño que las otras tres líneas, que son de idéntico tamaño y están subrayadas por sendos filetes. La palabra "Americana" está cortada entre las líneas segunda y tercera para poder cuadrar el texto, aunque daña la legibilidad, ya que de un primer vistazo leemos: "ricana en Sevilla". La tercera es más corta y se justifica al centro, compensando los blancos laterales con dos pequeñas marcas tipográficas. Por debajo se adorna la cubierta con un florón. En la falda aparece el nombre de la ciudad y, separado por un filete corto, la seña del impresor y debajo la fecha; todo ello justificado al centro de la página.

Las dos primeras páginas tras abrir la cubierta sirven de introducción al texto principal. Se adorna con una orla de inspiración vegetal en la orilla superior de la caja. Debajo repite el título de la cubierta, con la primera palabra en mayúscula y de mayor tamaño y el resto en minúscula en tres líneas compuestas en copa. El título se separa del resto del texto por un filete fino, adornado en el centro de la línea. El texto principal de la introducción va en cursiva.



BOSQUEJO

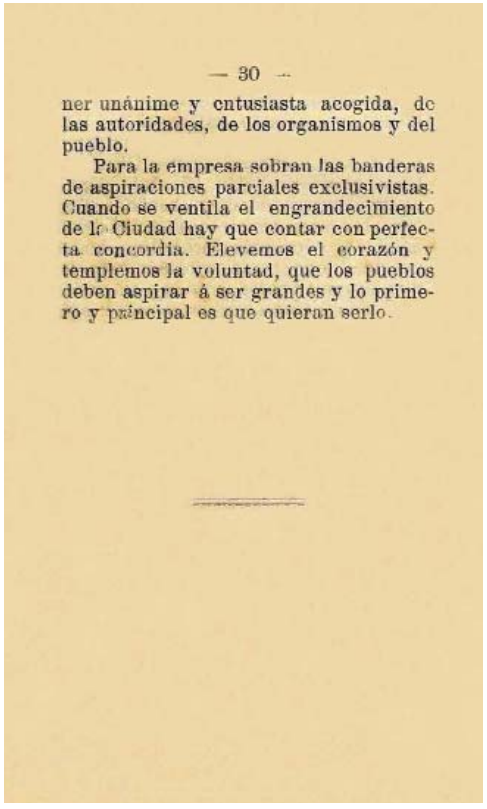
DE UN PROYECTO DE EXPOSICIÓN HISPANO-AMERICANA, EN SEVILLA

SEVILLA

Tip. de El Correo de Andalucía

1909

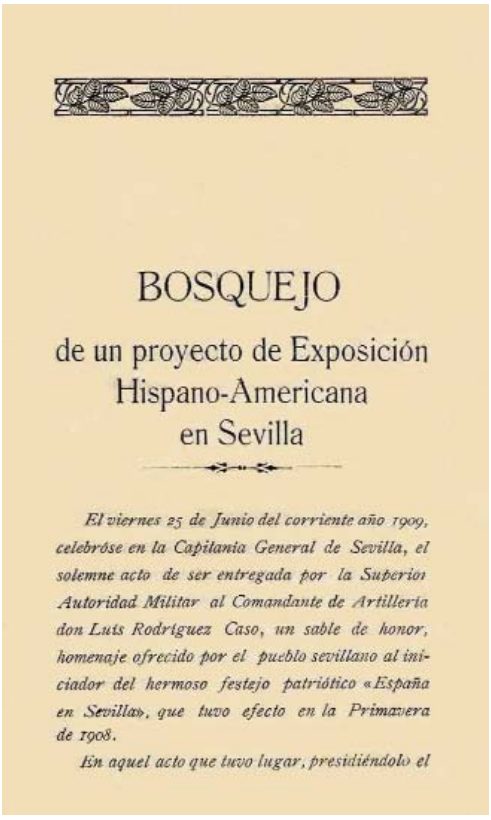
Cubierta



ner unánime y entusiasta acogida, de las autoridades, de los organismos y del pueblo.

Para la empresa sobran las banderas de aspiraciones parciales exclusivistas. Cuando se ventila el engrandecimiento de la Ciudad hay que contar con perfecta concordia. Elevemos el corazón y templemos la voluntad, que los pueblos deben aspirar á ser grandes y lo primero y principal es que quieran serlo.

Última página de texto



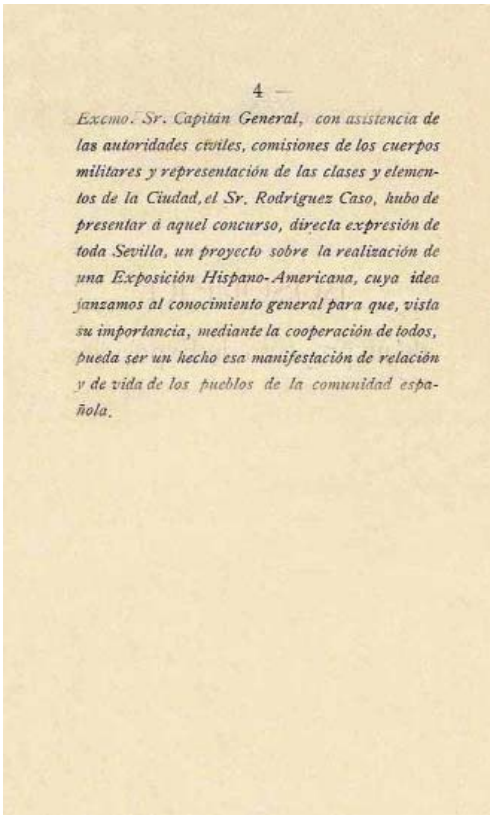
BOSQUEJO

de un proyecto de Exposición Hispano-Americana en Sevilla

El viernes 25 de Junio del corriente año 1909, celebróse en la Capitanía General de Sevilla, el solemne acto de ser entregada por la Superior Autoridad Militar al Comandante de Artillería don Luis Rodríguez Caso, un sable de honor, homenaje ofrecido por el pueblo sevillano al iniciador del hermoso festejo patriótico «España en Sevilla», que tuvo efecto en la Primavera de 1908.

En aquel acto que tuvo lugar, presidiéndolo el

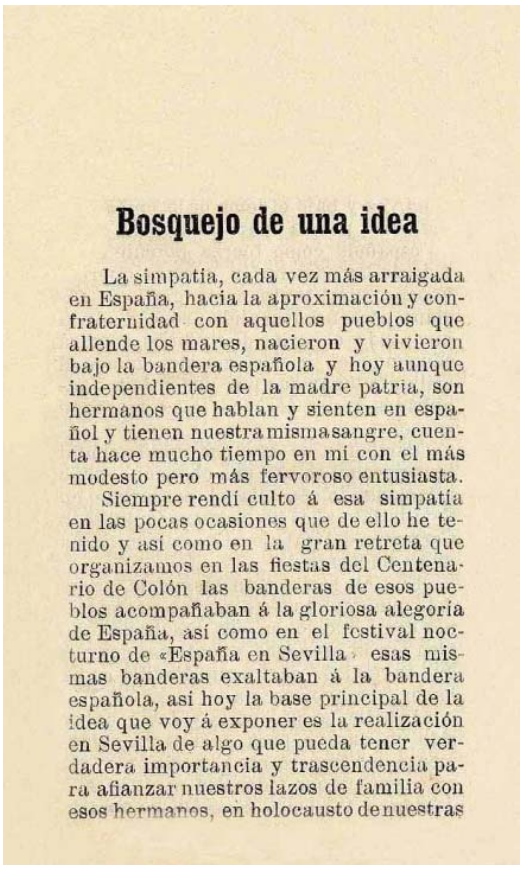
Primera página de texto



Excmo. Sr. Capitán General, con asistencia de las autoridades civiles, comisiones de los cuerpos militares y representación de las clases y elementos de la Ciudad, el Sr. Rodríguez Caso, hubo de presentar á aquel concurso, directa expresión de toda Sevilla, un proyecto sobre la realización de una Exposición Hispano-Americana, cuya idea lanzamos al conocimiento general para que, vista su importancia, mediante la cooperación de todos, pueda ser un hecho esa manifestación de relación y de vida de los pueblos de la comunidad española.

En la introducción el texto va en cursiva

Para el texto principal se emplea una fuente romana. Los títulos van en negrita y en tamaño mayor. Sólo llevan la primera letra de la línea en mayúscula. Los párrafos son ordinarios, con la primera línea sangrada. En la última página, un filete de caña adorna la página tras el punto final.

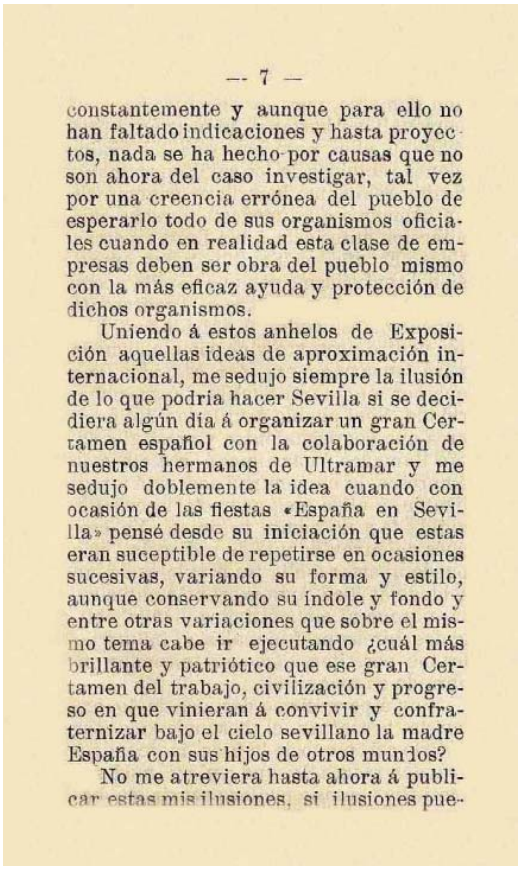


Bosquejo de una idea

La simpatía, cada vez más arraigada en España, hacia la aproximación y confraternidad con aquellos pueblos que allende los mares, nacieron y vivieron bajo la bandera española y hoy aunque independientes de la madre patria, son hermanos que hablan y sienten en español y tienen nuestra misma sangre, cuenta hace mucho tiempo en mí con el más modesto pero más fervoroso entusiasta.

Siempre rendí culto á esa simpatía en las pocas ocasiones que de ello he tenido y así como en la gran retreta que organizamos en las fiestas del Centenario de Colón las banderas de esos pueblos acompañaban á la gloriosa alegoría de España, así como en el festival nocturno de «España en Sevilla» esas mismas banderas exaltaban á la bandera española, así hoy la base principal de la idea que voy á exponer es la realización en Sevilla de algo que pueda tener verdadera importancia y trascendencia para afianzar nuestros lazos de familia con esos hermanos, en holocausto de nuestras

En el texto principal los títulos van en negrita



— 7 —

constantemente y aunque para ello no han faltado indicaciones y hasta proyectos, nada se ha hecho por causas que no son ahora del caso investigar, tal vez por una creencia errónea del pueblo de esperarlo todo de sus organismos oficiales cuando en realidad esta clase de empresas deben ser obra del pueblo mismo con la más eficaz ayuda y protección de dichos organismos.

Uniendo á estos anhelos de Exposición aquellas ideas de aproximación internacional, me sedujo siempre la ilusión de lo que podría hacer Sevilla si se decidiera algún día á organizar un gran Certamen español con la colaboración de nuestros hermanos de Ultramar y me sedujo doblemente la idea cuando con ocasión de las fiestas «España en Sevilla» pensé desde su iniciación que estas eran suceptible de repetirse en ocasiones sucesivas, variando su forma y estilo, aunque conservando su índole y fondo y entre otras variaciones que sobre el mismo tema cabe ir ejecutando ¿cuál más brillante y patriótico que ese gran Certamen del trabajo, civilización y progreso en que vinieran á convivir y confraternizar bajo el cielo sevillano la madre España con sus hijos de otros mundos?

No me atreviera hasta ahora á publicar estas mis ilusiones, si ilusiones pue-

El texto va a una columna en párrafo ordinario

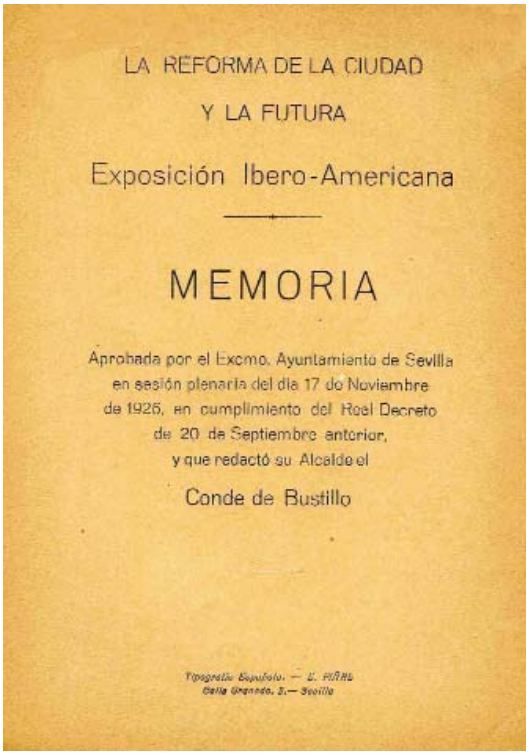
3.2.2. Folleto con la Memoria del Proyecto de la Reforma de la Ciudad con motivo de la celebración de la Exposición. 1926

Folleto de 39 páginas en color marfil denominado en su cubierta: *La reforma de la ciudad y la futura Exposición Ibero-Americana. Memoria*. «Aprobada por el Excmo. Ayuntamiento de Sevilla en sesión plenaria del día 17 de noviembre de 1926, en cumplimiento del Real Decreto de 20 de septiembre anterior, y que redactó su alcalde, el Conde de Bustillo».

En este documento se detalla la transformación que debía experimentar la ciudad con motivo de la celebración de la Exposición Ibero Americana. La imprimió la tipográfica E. Piñal de Sevilla en hojas unidas con grapas en el lomo. Su tamaño es de 145 mm. de ancho por 200 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

La cubierta es completamente tipográfica, sin ilustración alguna. La maqueta se divide en tres franjas horizontales separadas por dos filetes finos, siendo la central la de mayor tamaño. El filete de arriba es de mayor longitud que el de abajo y presenta pequeñas puntillas decorativas hacia el centro de la línea. En la franja superior se emplea un tipo de palo seco, con las dos primeras líneas en mayúsculas y la tercera utilizando mayúscula sólo en la primera letra de cada palabra.

En la franja del centro el título va en mayúscula en un tipo de palo seco de mayor tamaño que el resto de los utilizados. El resto de la franja central la compone un párrafo con líneas encajadas al centro y formando una copa irregular. La franja inferior se reserva para las señas del tipógrafo, que van en cursiva y en pequeño tamaño.


LA REFORMA DE LA CIUDAD

Y LA FUTURA

Exposición Ibero-Americana

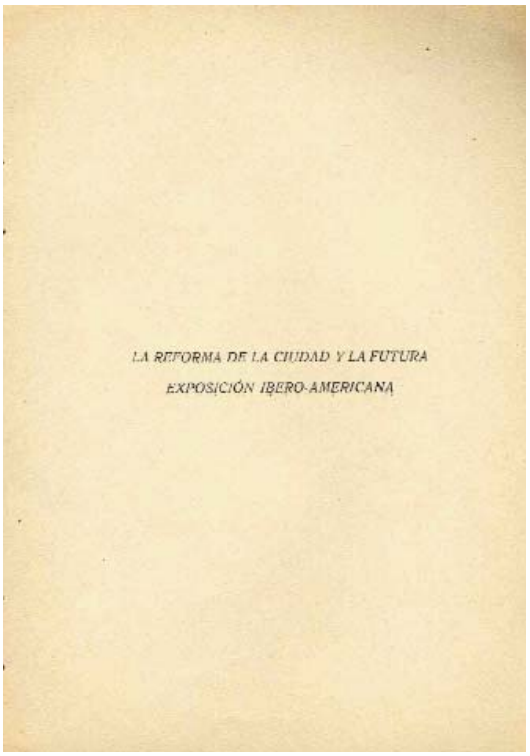
MEMORIA

Aprobada por el Excmo. Ayuntamiento de Sevilla en sesión plenaria del día 17 de Noviembre de 1926, en cumplimiento del Real Decreto de 20 de Septiembre anterior, y que redactó su Alcalde el

Conde de Bustillo

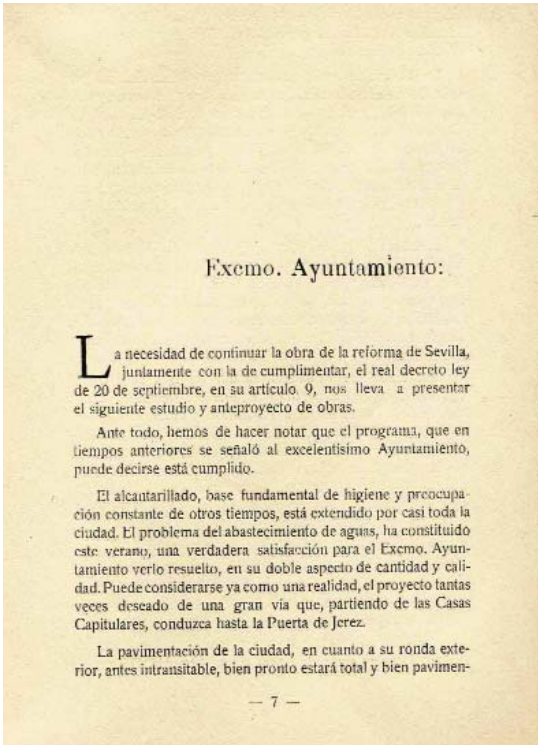
Tipografía Española. — E. FIRMA
Cetina Granada, 2.— Sevilla

Cubierta


LA REFORMA DE LA CIUDAD Y LA FUTURA

EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA

Portada


Excmo. Ayuntamiento:

La necesidad de continuar la obra de la reforma de Sevilla, juntamente con la de cumplimentar, el real decreto ley de 20 de septiembre, en su artículo 9, nos lleva a presentar el siguiente estudio y anteproyecto de obras.

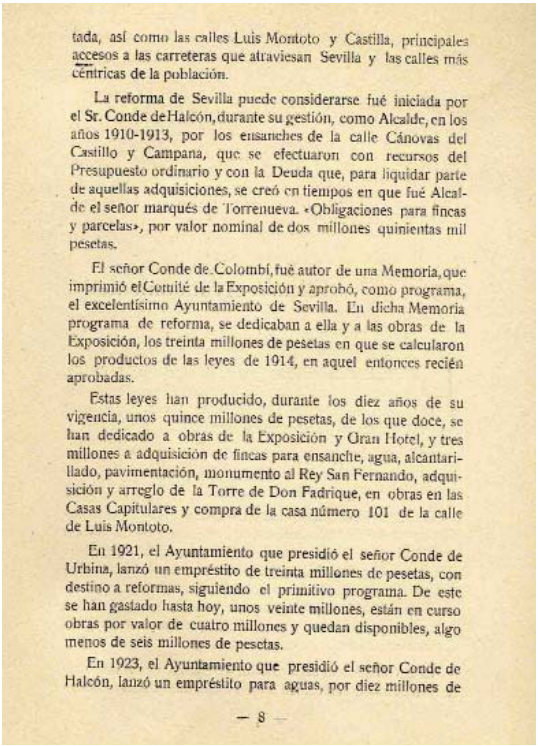
Ante todo, hemos de hacer notar que el programa, que en tiempos anteriores se señaló al excelentísimo Ayuntamiento, puede decirse está cumplido.

El alcantarillado, base fundamental de higiene y preocupación constante de otros tiempos, está extendido por casi toda la ciudad. El problema del abastecimiento de aguas, ha constituido este verano, una verdadera satisfacción para el Excmo. Ayuntamiento verlo resuelto, en su doble aspecto de cantidad y calidad. Puede considerarse ya como una realidad, el proyecto tantas veces deseado de una gran vía que, partiendo de las Casas Capitulares, conduzca hasta la Puerta de Jerez.

La pavimentación de la ciudad, en cuanto a su ronda exterior, antes intransitable, bien pronto estará total y bien pavimen-

— 7 —

Primera página de texto


tada, así como las calles Luis Montoto y Castilla, principales accesos a las carreteras que atraviesan Sevilla y las calles más céntricas de la población.

La reforma de Sevilla puede considerarse fué iniciada por el Sr. Conde de Halcón, durante su gestión, como Alcalde, en los años 1910-1913, por los ensanches de la calle Cánovas del Castillo y Campana, que se efectuaron con recursos del Presupuesto ordinario y con la Deuda que, para liquidar parte de aquellas adquisiciones, se creó en tiempos en que fué Alcalde el señor marqués de Torrenueva. «Obligaciones para fincas y parcelas», por valor nominal de dos millones quinientas mil pesetas.

El señor Conde de Colombí, fué autor de una Memoria, que imprimió el Comité de la Exposición y aprobó, como programa, el excelentísimo Ayuntamiento de Sevilla. En dicha Memoria programa de reforma, se dedicaban a ella y a las obras de la Exposición, los treinta millones de pesetas en que se calcularon los productos de las leyes de 1914, en aquel entonces recién aprobadas.

Estas leyes han producido, durante los diez años de su vigencia, unos quince millones de pesetas, de los que doce, se han dedicado a obras de la Exposición y Gran Hotel, y tres millones a adquisición de fincas para ensanche, agua, alcantarillado, pavimentación, monumento al Rey San Fernando, adquisición y arreglo de la Torre de Don Fadrique, en obras en las Casas Capitulares y compra de la casa número 101 de la calle de Luis Montoto.

En 1921, el Ayuntamiento que presidió el señor Conde de Urbina, lanzó un empréstito de treinta millones de pesetas, con destino a reformas, siguiendo el primitivo programa. De este se han gastado hasta hoy, unos veinte millones, están en curso obras por valor de cuatro millones y quedan disponibles, algo menos de seis millones de pesetas.

En 1923, el Ayuntamiento que presidió el señor Conde de Halcón, lanzó un empréstito para aguas, por diez millones de

— 8 —

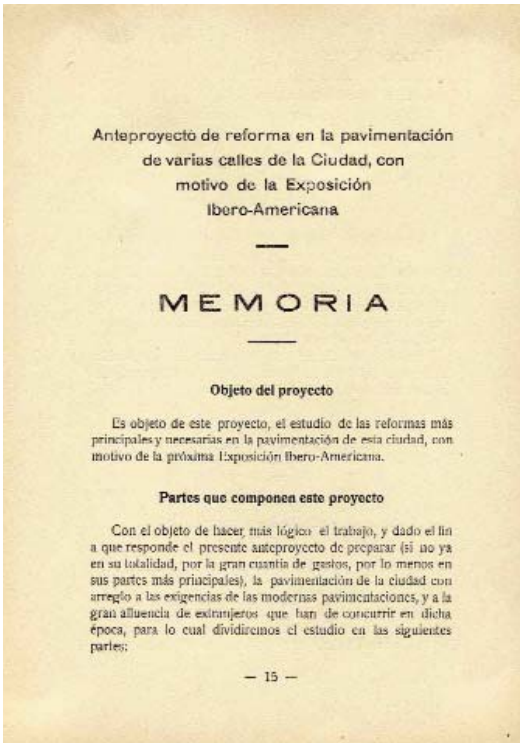
Caja a una columna

La portada la ocupa el título, en mayúscula y en cursiva, y la siguiente impar se ocupa sólo con el título "Memoria" para el que emplea una mayúscula de palo seco de tipos cuadrados y perfilados.

La caja se compone a una columna, eligiéndose un tipo de fuente romana. Los títulos van a un tamaño mayor y los párrafos son ordinarios. La primera letra del texto es una capitular que ocupa la altura de las dos primeras líneas y sobrepasa el trazo ascendente y el remate superior la primera línea. Cada capítulo lleva el título en mayúscula y se separa del subtítulo con un filete fino y corto. Los subtítulos van en negrita y en un cuerpo un poco mayor que el resto del texto.

Los cuadros estadísticos se colocan apaisados, con sus correspondientes llaves, filetes y composición en columnas.

El final de cada capítulo se adorna con un florón.



Anteproyecto de reforma en la pavimentación de varias calles de la Ciudad, con motivo de la Exposición Ibero-Americana

MEMORIA

Objeto del proyecto

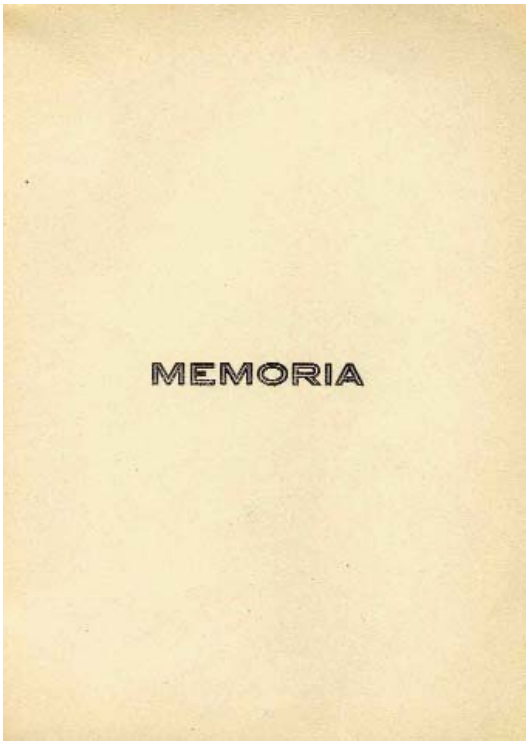
Es objeto de este proyecto, el estudio de las reformas más principales y necesarias en la pavimentación de esta ciudad, con motivo de la próxima Exposición Ibero-Americana.

Partes que componen este proyecto

Con el objeto de hacer más lógico el trabajo, y dado el fin a que responde el presente anteproyecto de preparar (si no ya en su totalidad, por la gran cuantía de gastos, por lo menos en sus partes más principales), la pavimentación de la ciudad con arreglo a las exigencias de las modernas pavimentaciones, y a la gran afluencia de extranjeros que han de concurrir en dicha época, para lo cual dividiremos el estudio en las siguientes partes:

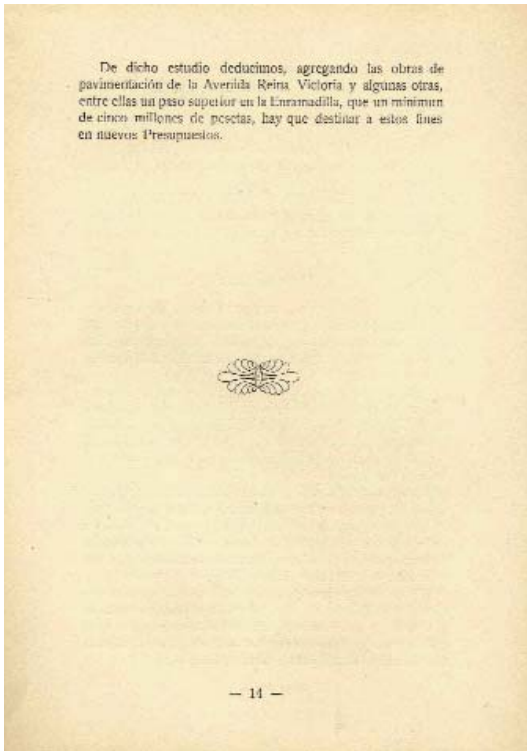
— 15 —

Maqueta de primeta página de capítulo



MEMORIA

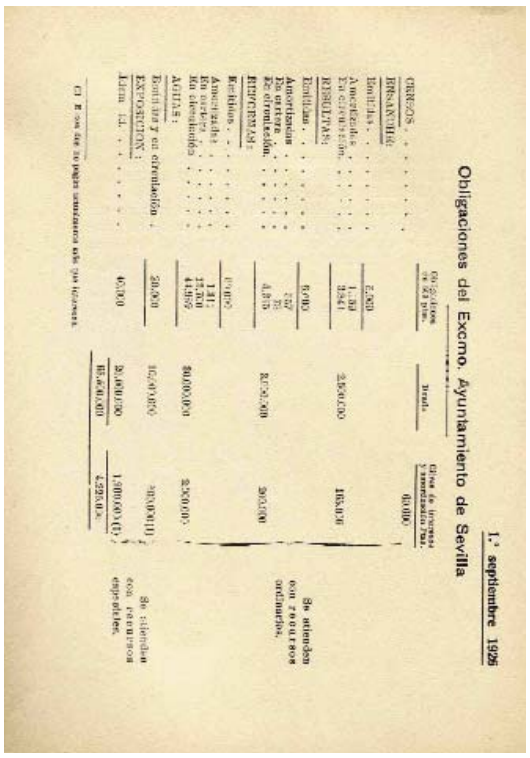
Portadilla con fuente de letra hueca



De dicho estudio deducimos, agregando las obras de pavimentación de la Avenida Reina Victoria y algunas otras, entre ellas un paso superior en la Enramadilla, que un mínimum de cinco millones de pesetas, hay que destinar a estos fines en nuevos Presupuestos.

— 14 —

Última página con florón



Obligaciones del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla

1.º septiembre 1926

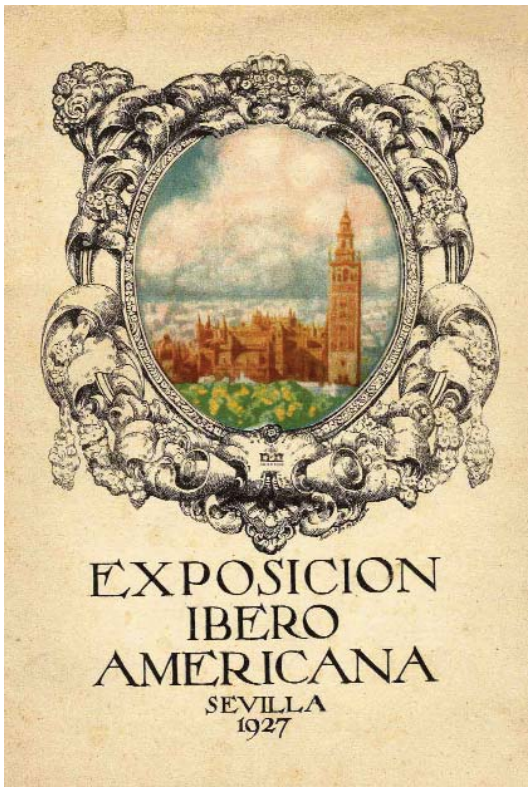
Cuadro estadístico

3.2.3. Folleto de la Exposición editado cuando la inauguración estaba prevista en 1927

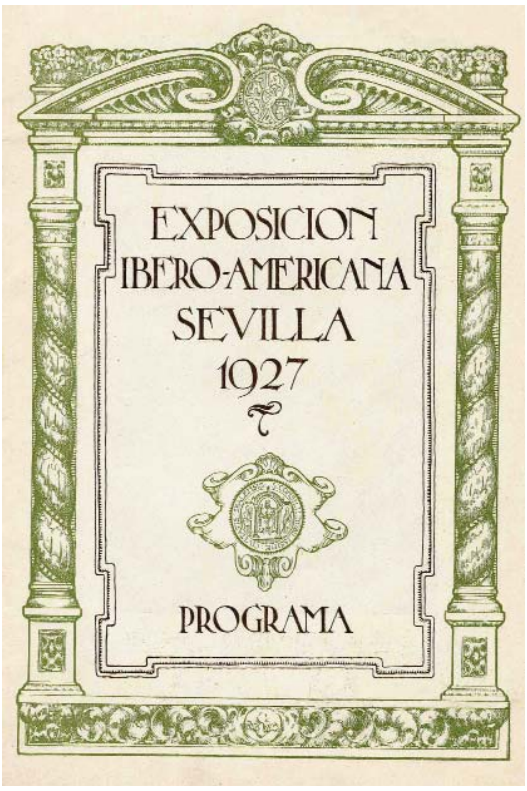
Folleto oficial del programa de la Exposición encargado por el Comité Permanente en diciembre de 1923 a la imprenta madrileña Mateu y Mateu cuando aún la inauguración estaba prevista para 1927. Sus 30 páginas están unidas por grapas. Su tamaño es de 185 mm. de ancho por 280 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 15 puntos pica. La maquetación quiere ofrecer una inspiración barroca con profusión de orlas historiadas y poco espacio para blancos.

La cubierta, compuesta en una página de color marfil, la ocupa una ilustración a color de Santiago Martínez con una estampa de Sevilla en forma de medallón. Está rodeada con un marco de flores y se enmarca con una orla barroca recargada de pámpanos y volutas. Para las letras se emplean mayúsculas, con un tipo de fuente romana moderno, con los remates de la "E" inclinados, y el asta horizontal asimétrico. También el eje constructivo de la "O" se inclina a la izquierda. Curiosamente, el remate de la "E" del asta transversal está corregido en la palabra "Sevilla", donde es vertical y no inclinado.

Para la portada también se emplea la misma fuente de letra romana. En este caso el remate del asta transversal de la "E" es vertical y no inclinado. El título, *Exposición Ibero-Americana. Sevilla. 1927* se maqueta en base de lámpara y la cifra del año se subraya con un adorno tipográfico. Por debajo se compone en círculo el escudo de la ciudad que se rodea de una orla con volutas. Toda la composición se rodea de un marco de triple caña y por fuera con una orla barroca de tipo arquitectónico, con columnas a ambos lados y coronada con el escudo de España. La orla y el escudo de Sevilla se tintan en color verde.



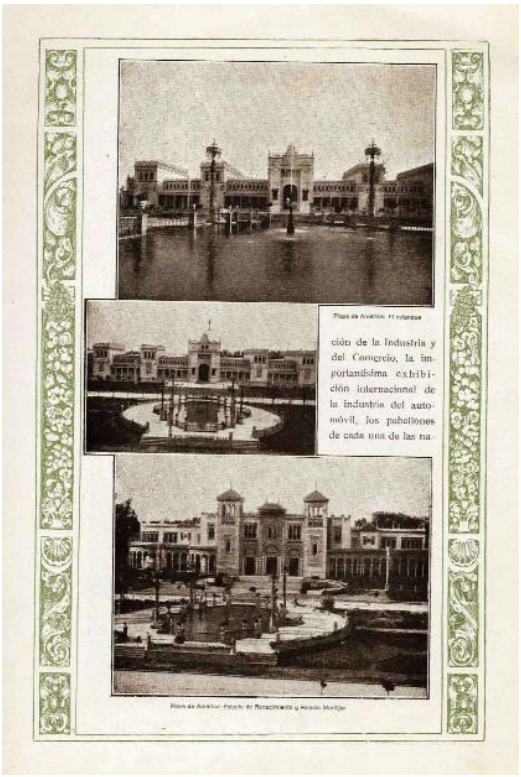
Cubierta con ilustración de Santiago Martínez



Portada



Fotografía del rey con orla barroca



Maqueta con tres imágenes horizontales

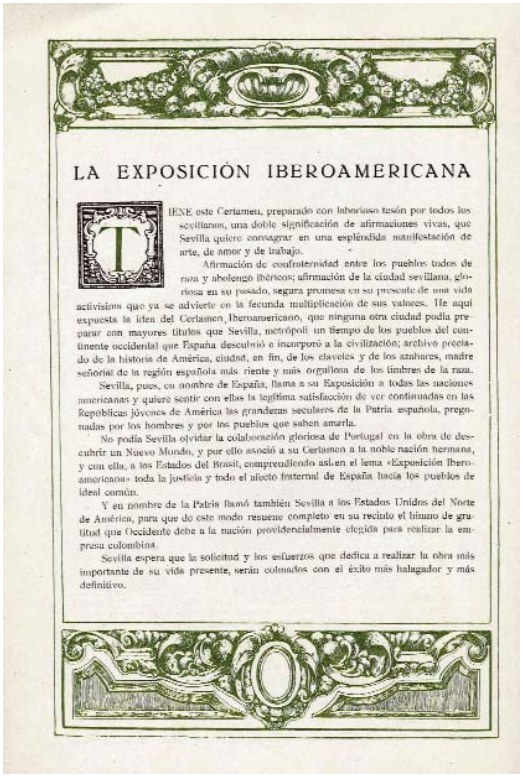
En la siguiente página, la fotografía del Rey Alfonso XIII también se enmarca con una orla barroca que en su pie enmarca en una cartela a modo de escudo el título del monarca.

Todas las páginas se adornan con orlas recargadas de color verde, que se maquetan en algunas de ellas por arriba y por debajo; en otras solamente a izquierda y derecha; y en otras rodeando toda la caja de texto. En las que no ocupan todo el perímetro el resto no se deja tampoco en blanco, y se completan los recuadros con líneas finas.

Las páginas de texto emplean una fuente romana y van a un párrafo. Los títulos de los capítulos van en mayúsculas ocupando el ancho de la página y la primera letra del párrafo es historiada con marco. Los párrafos son ordinarios, con la primera línea sangrada.

No hay ninguna fotografía que ocupe solamente una página sin texto. En las páginas en las que va una fotografía, ésta se maqueta al ancho de la caja. Si hay más de una, se adapta el ancho de la columna. Muchas de las imágenes se solapan, tanto en las composiciones de dos, como de tres y cuatro imágenes. En algunas de las páginas los blancos que dejan las fotografías a los lados son tan estrechos que no admiten una columna de texto. El espacio se ocupa en esos casos con adornos tipográficos.

La contracubierta lleva en el centro el logotipo del impresor.



LA EXPOSICIÓN IBEROAMERICANA

TIENE este Certamen, preparado con laborioso tesón por todos los sevillanos, una doble significación de afirmaciones vivas, que Sevilla quiere consagrar en una espléndida manifestación de arte, de amor y de trabajo.

Afirmación de confraternidad entre los pueblos todos de raza y abolengo ibéricos; afirmación de la ciudad sevillana, gloriosa en su pasado, segura promesa en su presente de una vida activísima que ya se advierte en la fecunda multiplicación de sus valores. He aquí expuesta la idea del Certamen Iberoamericano, que ninguna otra ciudad podía preparar con mayores títulos que Sevilla, metrópoli un tiempo de los pueblos del continente occidental que España descubrió e incorporó a la civilización; archivo preciado de la historia de América, ciudad, en fin, de los claveles y de los azahares, madre señorial de la región española más riente y más orgullosa de los timbres de la raza.

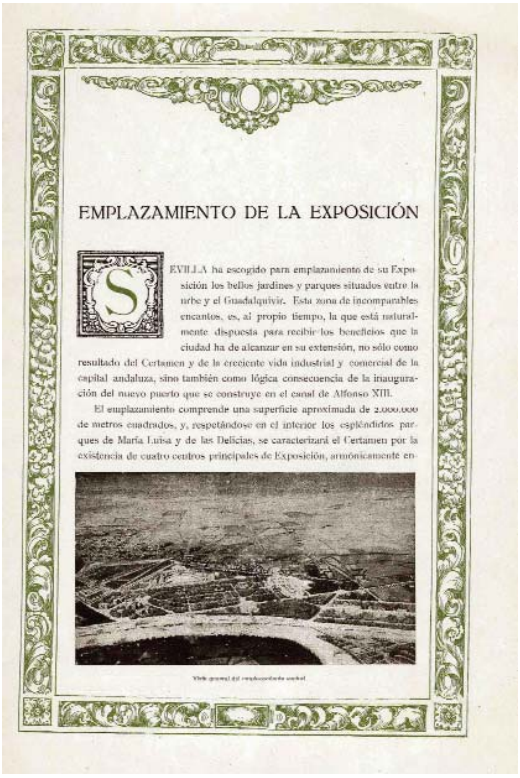
Sevilla, pues, en nombre de España, llama a su Exposición a todas las naciones americanas y quiere sentir con ellos la legítima satisfacción de ver continuadas en las Repúblicas jóvenes de América las grandezas seculares de la Patria española, pregonadas por los hombres y por los pueblos que saben amarla.

No podía Sevilla olvidar la colaboración gloriosa de Portugal en la obra de descubrir un Nuevo Mundo, y por ello asoció a su Certamen a la noble nación hermana, y con ella, a los Estados del Brasil, comprendiendo así en el lema «Exposición Iberoamericana» toda la justicia y todo el afecto fraternal de España hacia los pueblos de ideal común.

Y en nombre de la Patria llamó también Sevilla a los Estados Unidos del Norte de América, para que de este modo resuene completo en su recinto el himno de gratitud que Occidente debe a la nación providencialmente elegida para realizar la empresa colombina.

Sevilla espera que la solicitud y los esfuerzos que dedica a realizar la obra más importante de su vida presente, serán coronados con el éxito más halagador y más definitivo.

Primera página de texto



EMPLAZAMIENTO DE LA EXPOSICIÓN

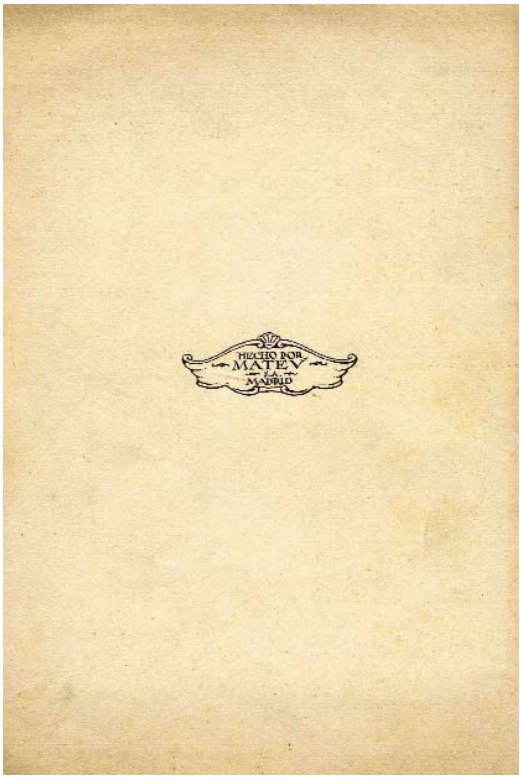
SEVILLA ha escogido para emplazamiento de su Exposición los bellos jardines y parques situados entre la urbe y el Guadalquivir. Esta zona de incomparables encantos, es, al propio tiempo, la que está naturalmente dispuesta para recibir los beneficios que la ciudad ha de alcanzar en su extensión, no sólo como resultado del Certamen y de la creciente vida industrial y comercial de la capital andaluza, sino también como lógica consecuencia de la inauguración del nuevo puerto que se construye en el canal de Alfonso XIII.

El emplazamiento comprende una superficie aproximada de 2.000.000 de metros cuadrados, y, respetándose en el interior los espléndidos parques de María Luisa y de las Delicias, se caracterizará el Certamen por la existencia de cuatro centros principales de Exposición, armónicamente en-

Primera página de capítulo



Maqueta con imágenes solapadas y adornos tipográficos



Contracubierta con el sello del impresor

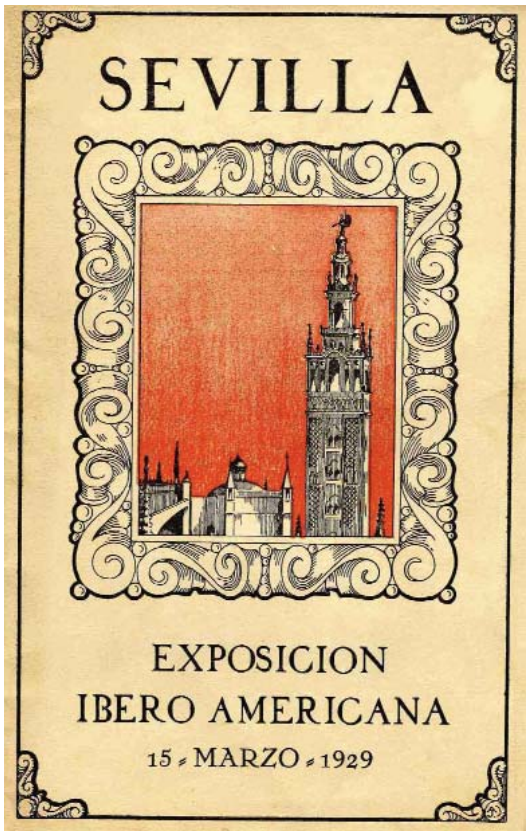
3.2.4. Folleto de la Exposición editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para el 15 de marzo de 1929

Folleto de 20 páginas denominado: *Origen y Primeros Trabajos de la Exposición Ibero-Americana*, impreso por los Talleres tipográficos Padura de Sevilla cuando aún la inauguración de la Exposición estaba prevista para el 15 de marzo de 1929. Las páginas se unen con dos grapas en el lomo. Su tamaño es de 135 mm. de ancho por 210 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

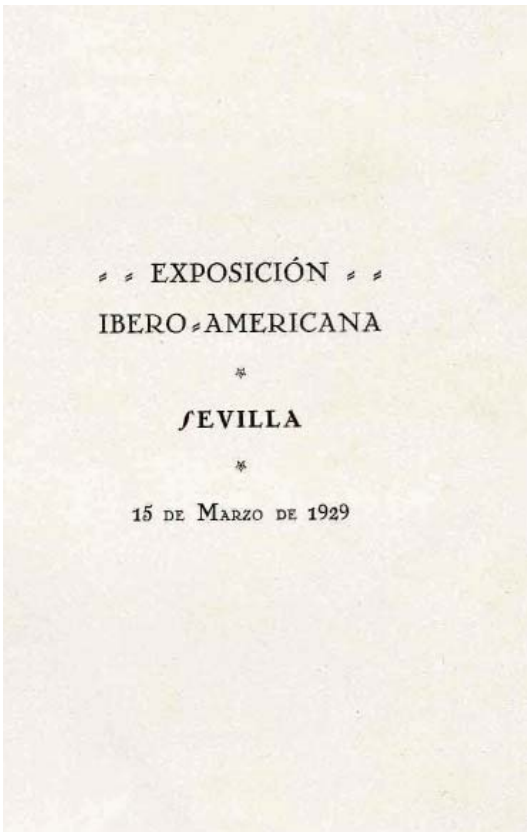
El motivo central de la cubierta es una estampa dibujada a tinta de la Giralda con el fondo degradado en naranja. La sencillez compositiva del dibujo contrasta con el marco barrroco de volutas que le rodea. El texto va por encima y por debajo el marco de la ilustración, empleando una fuente romana mayúscula, que se justifica al centro, ocupando el ancho de la caja la tercera línea: Ibero Americana. En la línea de la fecha, un pequeño adorno tipográfico separa los números del nombre y del mes. Toda la composición se enmarca en negro a una sola línea. El interior de las cuatro esquinas también se decora con volutas.

La portada emplea una fuente romana en mayúscula que justifica las líneas al centro. El blanco del ancho de la caja, en la primera línea, se ocupa con pequeños adornos tipográficos, idénticos al que emplea para separar las palabras “Ibero Americana” de la segunda línea. Entre las líneas segunda y tercera; y cuarta y quinta se colocan dos pequeños asteriscos ornamentales.

El texto se compone a una sola columna reservándose para las fotografías un espacio superior o inferior a la caja. Todas ellas están enmarcadas en color gris y línea de trazo



Cubierta



Portada



UNA CALLE DEL TÍPICO BARRIO DE SANTA CRUZ

NINGUNA otra ciudad española podía convocar con mejores títulos que Sevilla a la celebración de una Exposición Ibero-Americana.

En el curso de la historia es Sevilla, metrópoli andaluza, la ciudad más vinculada con los intereses y con el desenvolvimiento de los países de América.

En el Archivo de Indias de Sevilla está registrada, en preciosos y copiosísimos documentos, toda la historia de los pueblos americanos.

De Sevilla y de su región partieron las primeras expediciones de los descubridores, y Sevilla fué en España la sede comercial de América y el único puerto español abierto a la contratación con las Indias.

Texto a una columna con fotografía vertical



PALACIO RENACIMIENTO DE LA PLATA DE AMÉRICA EN EL RECINTO DE LA EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA

Un magnífico Stadium completa el número de construcciones levantadas permanentemente y que han de recordar muchos años después la celebración de la Exposición Ibero-Americana.

Las construcciones temporales tienen también gran importancia, y se destinan a contener las exhibiciones de carácter comercial. En total más de treinta mil metros cuadrados de edificaciones provisionales completarán el programa constructivo de la Exposición de Sevilla, sin comprender las edificaciones que se construyan por las naciones invitadas al Certamen, ni los pabellones levantados a expensas de entidades concurrentes, que en número e importancia constituyen una aportación considerable.

En definitiva la Exposición Ibero-Americana será en el aspecto constructivo, el más importante Certamen Internacional realizado hasta el día. No hay precedente de que se hayan erigido con motivo de una Exposición Universal un número tan considerable de edificaciones permanentes.

⁎

Texto a una columna con fotografía horizontal

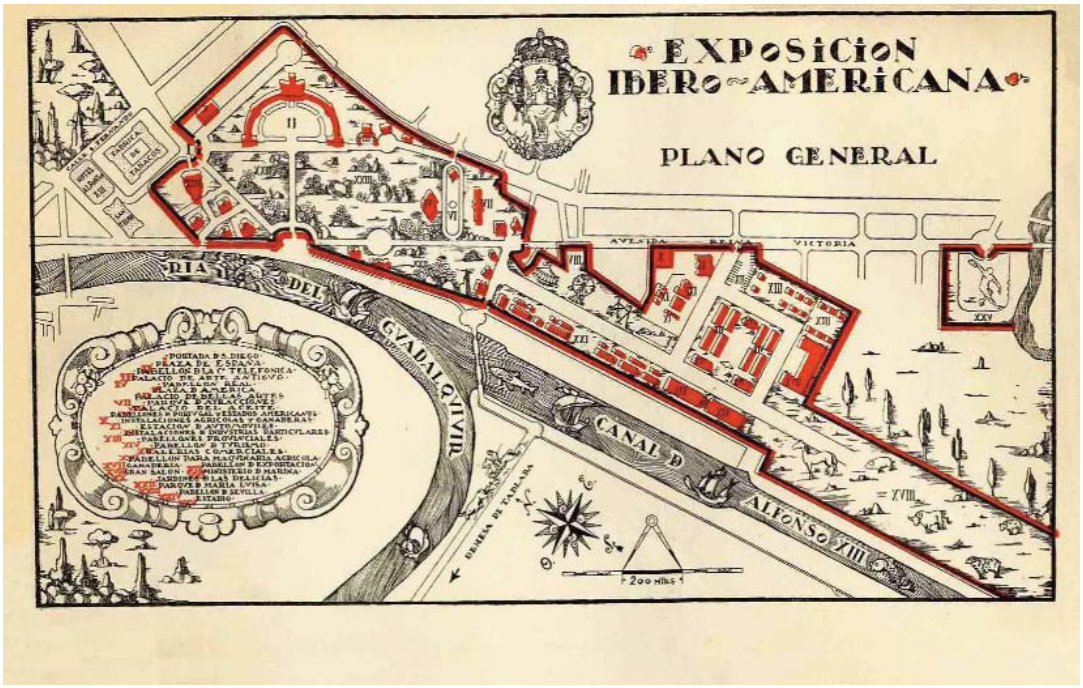
⁎

Adorno tipográfico

grueso. Para el texto se emplea una fuente romana y la maquetación del párrafo es ordinaria, con sangría a la izquierda de la primera palabra del primer párrafo. No obstante, la capitular del inicio de cada capítulo ocupa la altura de las dos primeras líneas y se justifica a la izquierda de la caja. Algunas de las páginas llevan al pie de la caja un pequeño ornamento en forma de estrella de puntas asimétricas.

La última página del texto equilibra el blanco de la mitad inferior de la página con una viñeta ovoidal que ilustra la silueta de un parque.

La siguiente impar la ocupa un plano de la Exposición y la contracubierta se ocupa en su centro con el logotipo del impresor.

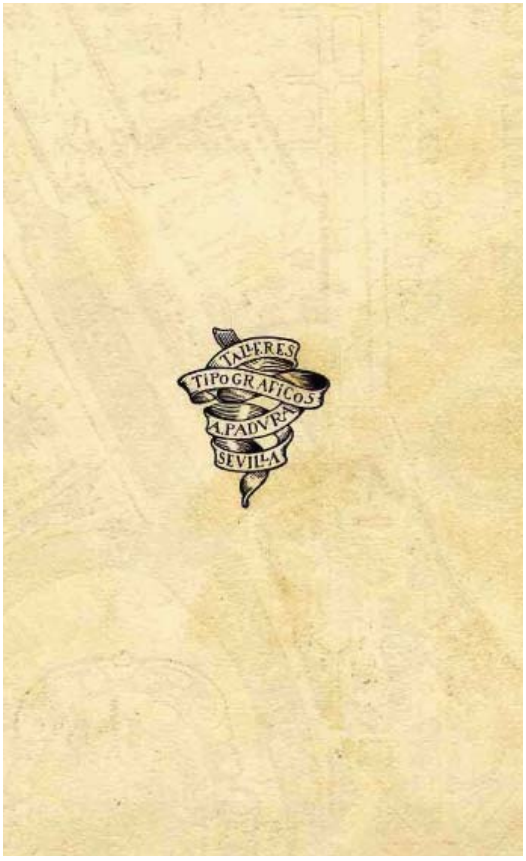


Plano de la Exposición Ibero Americana

habitaciones. Y que para todos los visitantes y para todos los precios habrá posibilidad de buenos alojamientos.

Las agencias de turismo y las propias oficinas del Ayuntamiento de Sevilla y del Comité de la Exposición darán al visitante, cuando llegue el momento, la seguridad de que visitando España y Sevilla con motivo de la Exposición Ibero-Americana se cumple una nota de buen gusto al alcance de las personas más exigentes.

Última página de texto con viñeta



Contracubierta con el logotipo del impresor

3.2.5. Catálogo Oficial de la Exposición Ibero Americana

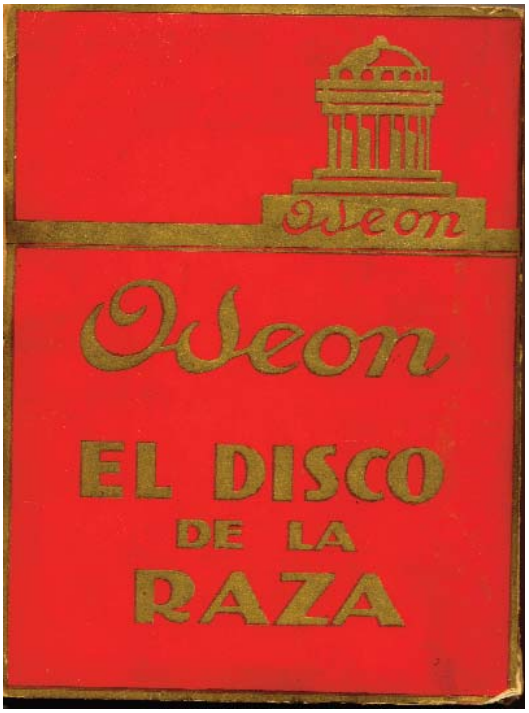
La Comisión Permanente de la Exposición tenía concedida a la empresa Rudolf Mosse Ibérica (con sedes en Barcelona, Madrid y Sevilla) el negociado de Publicidad. Probablemente se eligió por su gran capacidad de distribución y así, según anuncia la Guía en la solapa, sus obras «pueden adquirirse en todas las librerías de España y Extranjero» (*sic*). Este catálogo se proclama, por tanto, "oficial" y se divide en varias partes: en la primera señala de datos generales y de historia y, a partir de la segunda, hace un recorrido por la muestra. Tiene 142 páginas y está editado en rústica, con la cubierta encolada al lomo. Su tamaño es de 170 mm. de ancho por 230 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

En conjunto, ofrece detalles sobre la historia de la Exposición, los Estatutos y reglamentos de organización del certamen, el contenido de los Pabellones, recomendaciones prácticas para la visita, etc. Además, son numerosas las páginas destinadas a la publicidad, con anuncios ilustrados y sin ilustrar y un "Índice de Proveedores" ordenado por actividades empresariales. Este último es una enumeración de empresas ordenadas de manera similar a la que hoy en día se hace en las páginas amarillas de las guías de las empresas de telefonía.

La cubierta no lleva ilustración alguna. Emplea los colores rojo y dorado. El rojo ocupa el fondo y en dorado se maqueta un marco fino. En el ángulo superior izquierdo incluye el escudo de la ciudad de Sevilla y la mitad inferior la destina al título. Las líneas se justifican al centro de la página. Emplea una fuente de letra versal ancha, sin remates, y con contrastes exagerados entre las astas verticales, que son muy gruesas, y las horizontales, que son estrechas. El cuerpo de la línea inferior es de menor tamaño que el de las cuatro superiores. Todas las letras se sombrean en color blanco.



Cubierta



Contracubierta



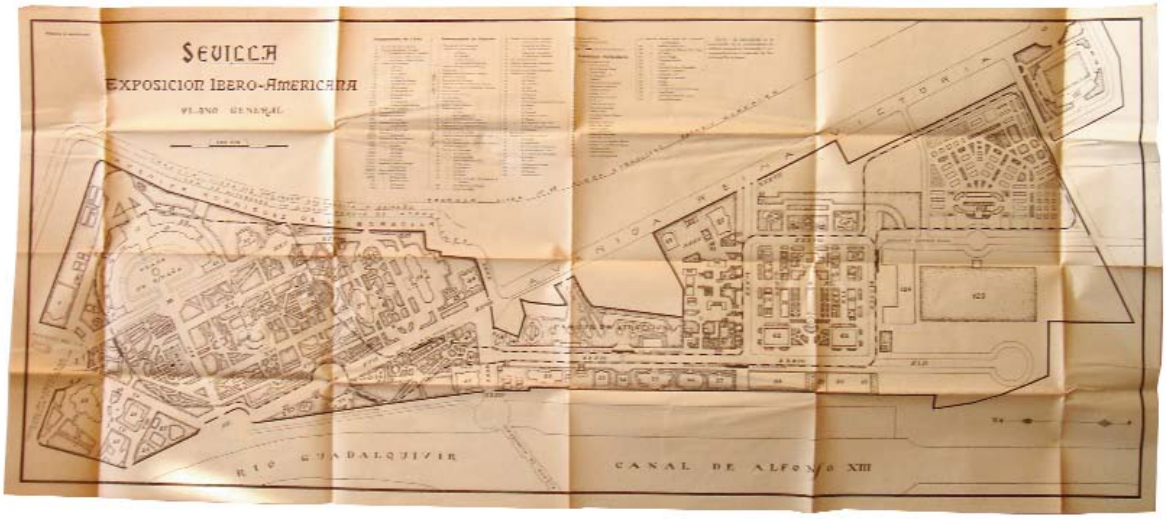
Bolsillo con plano desplegable de la Exposición

La contracubierta la ocupa un anuncio de la compañía de discos Odeón, también en rojo y en dorado. La mitad superior de la página la ocupa el símbolo de la marca y la inferior el eslogan "El disco de la raza", empleando para éste un grueso tipo de palo seco. Por detrás de la contracubierta nos encontramos un anuncio de la empresa editora de la guía, Rudolf Ibérica, que está encolada por tres lados, formando un bolsillo en el que se encuentra un plano desplegable de la Exposición.

Los lomos llevan anuncios tipográficos impresos en color rojo. El lomo de la cubierta de la pasta dentífrica Nacarine, el lomo enfrentado lleva estampado un anuncio que pone "Fumad tabacos habanos"; mientras en el lomo superior e inferior leemos, respectivamente: "Ron Bacardi. Santiago de Cuba" y "Sidra Pina Verde. Santiago de Cuba". Este tratamiento publicitario que consiste en poner un sello comercial en los cuatro lomos de las páginas es original y solamente lo encontramos en esta guía. Hoy en día solamente encontramos este uso, en ocasiones, aplicado al lomo de la cubierta, pero no en los otros tres, donde por el propio relieve que forman las páginas, la legibilidad de los anuncios es escasa.

La siguiente página par que sigue a la cubierta la ocupa un anuncio de la empresa de transportes Pohlig, y la portada encarta un plano desplegable Sevilla, que se encola en la orilla interior de la portada.

La portada trae en el centro el escudo de la ciudad. La primera página impar de texto ya revela la clave de la maquetación: a una columna, con párrafo ordinario, con una fuente romana. Los títulos destinados a dividir las partes del catálogo van en caja alta y rodeados de sendas orlas. Cada una de ellas está formada en toda su extensión por una secuencia de pequeñas viñetas tipográficas de las empleadas para los finales (tipo *Kleukens*). La línea inferior se interrumpe en sus dos extremos por gracias tipográficas verticales idénticas entre sí, aunque simétricas. Los títulos de cada capítulo van en un cuerpo de mayor tamaño que los párrafos.



Plano desplegable de la Exposición



Los lomos llevan anuncios tipográficos



Lomo con anuncio de Sidra de Pina Vélez

Las fotografías horizontales se maquetan al ancho de la caja, por encima o por debajo de la columna de texto. Las verticales unas veces se maquetan por encima o por debajo de la caja y otras veces junto a las columnas, acortando las líneas de éstas. Algunas páginas se destinan a planos de los pabellones que faciliten la visita.

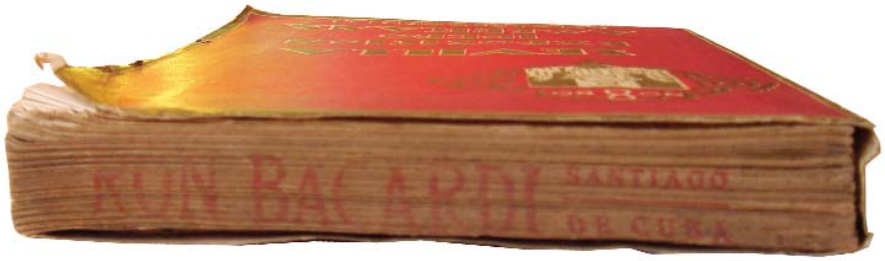
Al final de los capítulos se incluyen adornos o viñetas tipográficas.

Los anuncios son de todo tipo y evidencian que estamos en una época de transición en la que aún había pocas agencias que hicieran una planificación de las campañas. La mayor parte son anuncios de imprenta, puramente tipográficos, que juegan con varias fuentes y tamaños en el mismo texto y apenas se adornan por alguna orla, filete, corondel o viñeta.

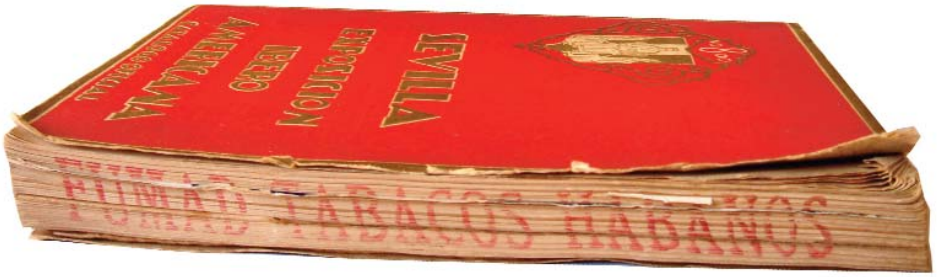
Otros como el de las fajas Madame X, pese a ser modesto, lleva ya un tratamiento más arriesgado con la composición partida en diagonal. En la mitad superior una ilustración de chicas vestidas sólo con ropa interior, muy a lo *Déco*, con un dibujo de trazo sencillo, pero de gran impacto visual, tanto por el motivo como por la angulación de la escena. La mitad inferior es tipográfica y revela poca pericia, al emplear diferentes fuentes, una práctica considerada obsoleta[23], ya que resta legibilidad al anuncio. Como curiosidad, hay un anuncio de apósitos por debajo en una caja de texto de la misma marca que las fajas. Se ve que la empresa compró la página completa y anunció sus dos productos. Este segundo anuncio se enmarca con un filete puntillado, que es diferente a la orla de la caja superior, que se forma con una secuencia de gracias en forma de uña.

El anuncio de Viuda e hijos de Ignacio Ituarte llama la atención por la ilustración de colores vivos en la que aparece una recreación muy gráfica de la fundición y de las piezas que se fabrican. Las fuentes en este anuncio tampoco conservan unidad ni equilibrio y son bien variadas: caligráfica, palo seco y romana con remates inclinados.

23. Véase el capítulo dedicado al análisis de las normas de uso según los manuales de la época de la Exposición.



Lomo con anuncio de “Ron Bacardi. Santiago de Cuba”



Lomo con anuncio: “Fumad Tabacos Habanos”



Gran Casino y Teatro Sevilla

(Avenida del Cid.—Puerta de María Luisa)

La traza de este hermoso edificio, que es de los más admirables en el verdadero tur neo arquitectónico que constituye la Exposición de Sevilla, se debe al ilustre arquitecto general de la Exposición don Vicente Traver, que ha logrado una espléndida obra de arte, inspirada en el período clásico del barroco andaluz.

Interiormente, tanto el gran hall como el comedor y el Teatro, están decorados y alhajados con una suntuosidad sorprendente. En el aspecto exterior, el edificio es real mente monumental y cuenta con grandes terrazas y bellos jardines, desde los que se disfruta de una hermosa perspectiva.

La superficie ocupada por este Pabellón, es de cuatro mil seiscientos metros cua drados. El coste de las obras, los pasado de tres millones de pesetas.

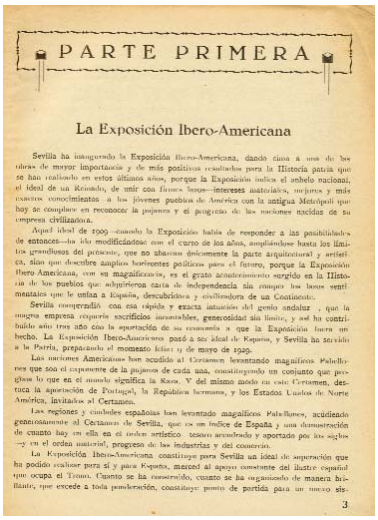
Sevilla ha quedado enriquecida con un nuevo edificio de carácter permanente, que será lugar de cita y recreo de la buena sociedad, una vez pasada la Exposición Ibero-Americana.

El gran salón de fiestas del Casino, tiene una superficie de mil metros, y su bóveda una altura de veintiocho.

Hay un patio magnífico, con columnas de mármol y una gran fuente.

57

Maqueta con fotografía al ancho de la caja



PARTE PRIMERA

La Exposición Ibero-Americana

Sevilla ha inaugurado la Exposición Ibero-Americana, dando cima a una de las obras de mayor importancia y de más positivos resultados para la Historia patria que se han realizado en estos últimos años, porque la Exposición indica el anhelo nacional, el ideal de un Estado, de unir con lazos —intereses materiales, mejores y más nuevos conocimientos— a los jóvenes pueblos de América con la antigua Metrópoli que hoy se complace en reconocer la pujanza y el progreso de las naciones nacidas de su empresa civilizadora.

Aquel ideal de 1909 —cuando la Exposición había de responder a las posibilidades de entonces— ha ido modificándose con el curso de los años, ampliándose hasta los límites grandiosos del presente, que no abarcan únicamente la parte arquitectural y artística, sino que describre amplios horizontes políticos para el futuro, porque la Exposición Ibero Americana, con su magnificencia, es el grato acontecimiento surgido en la Historia de los pueblos que adquirieron carta de independencia sin romper los lazos sentimentales que le unían a España, descubridora y civilizadora de un Continente.

Sevilla comprendió con esa rápida y exacta intuición del genio andaluz, que la magna empresa requería sacrificios incontables, generosidad sin límite, y así ha contribuido año tras año con la aportación de su esfuerzo a que la Exposición fuera un hecho. La Exposición Ibero-Americana pasó a ser ideal de España, y Sevilla ha servido a la Patria, preparando el momento feliz 1 de mayo de 1929.

Las naciones Americanas han acudido al Certamen levantando magníficos Pabellones que son el exponente de la pujanza de cada una, constituyendo un conjunto que pregona lo que en el mundo significa la Raza. Y del mismo modo en este Certamen, destaca la aportación de Portugal, la República hermana, y los Estados Unidos de Norte América, invitados al Certamen.

Las regiones y ciudades españolas han levantado magníficos Pabellones, acudiendo generosamente al Certamen de Sevilla, que es un índice de España y una demostración de cuanto hay en ella en el orden artístico tesoro acumulado y aportado por los siglos —y en el orden material, progreso de las industrias y del comercio.

La Exposición Ibero-Americana constituye para Sevilla un ideal de superación que ha podido realizar para sí y para España, merced al apoyo constante del ilustre español que ocupa el Trono. Cuanto se ha conseguido, cuanto se ha organizado de manera brillante, que excede a toda ponderación, constituye punto de partida para un nuevo sis-

3

Primera página de la primera parte. El encabezamiento lleva recuadro y gracias a ambos lados



Portada



PARTE SEGUNDA

Visita a la Exposición

Si dispone usted de poco tiempo...

Itinerarios para visitar la Exposición en uno, dos y cinco días

Visitar la Exposición Ibero-Americana de Sevilla en breve espacio de tiempo, resulta poco menos que imposible. Cada una de sus maravillosas instalaciones, tanto en los pabellones nacionales como en los de las regiones y países concurrentes, exigen varias horas cada una, de detenida contemplación para que nada escape al visitante, que quiera conservar una idea exacta y amplia de las proporciones de este magno Certamen.

Pero no todos los visitantes pueden disponer del tiempo necesario para ese detenido recorrido de que hablamos. La vida moderna impone rapidez en todo y sus exigencias obligan a pasar ordinariamente sobre los cosas más interesantes y bellas. Por esto hemos querido confeccionar varios itinerarios para uso de los visitantes que dispongan de poco tiempo que dedicar a su estancia en Sevilla.

Itinerario para visitar la Exposición Ibero-Americana en un sólo día

Medio de transporte y acceso al Recinto. Tranvías de las líneas Macarena Ohanio, Reinaldo, Cerro del Águila, Guadaíra y Cruz del Campo, por Nervión.

Autobuses en servicio extraordinario, hasta la noche. Puertas de acceso: Avenida de Portugal, San Diego y María Luisa.

POR LA MAÑANA: SECTOR NORTE.—Visitar principalmente la Plaza de España, Pabellones de Portugal, Estados Unidos, Argentina y Plaza de América.

TARDE Y NOCHE.—Las mismas puertas de entrada. Subir al ferrocarril en miniatura en la estación de Sévigner y apearse en la Plaza de América.

Visitar los Pabellones de Méjico, Brasil, Oficial de Marruecos y pasar al SECTOR SUR, donde deberán visitarse las Galerías Comerciales e Industriales, a ambos lados de la Avenida de la Raza y los Pabellones Regionales que sean del agrado del visitante. Todos los Pabellones regionales, así como los de los países concurrentes, son dignos de visitar.

Terminada la visita a los Pabellones regionales que se elijan, puede el turista trasladarse al Barrio Moro, y después de esto, subir al ferrocarril y continuar el recorrido por la Exposición hasta la estación Sévigner, llevando una somera idea del Certamen

50

Primera página de la segunda parte con texto a una columna

El anuncio de Dunlop es de gran impacto visual y está diseñado específicamente para la Exposición, con una ilustración alusiva. La tipografía se destina al faldón y, aun empleando varias fuentes, la maquetación está equilibrada.

En contraste, el de Firestone parece menos diseñado y más de imprenta. Aprovecha la ilustración y le da predominio a la composición tipográfica. Curiosamente, el logotipo y el eslogan que lo subraya están hechos a mano. El anuncio se rodea de marco de línea fina y de orla decorativa con secuencia de gracias tipográficas.

La publicidad de la seda es curiosa por su ingenuidad y simpleza. El mapa de España copado por el gusano y la hoja de mora, la fuente caligráfica y el escudo de la Comisaría de la seda de la Exposición. Todo ello se rodea de una orla *ad hoc* con gusanos sobre hojas.

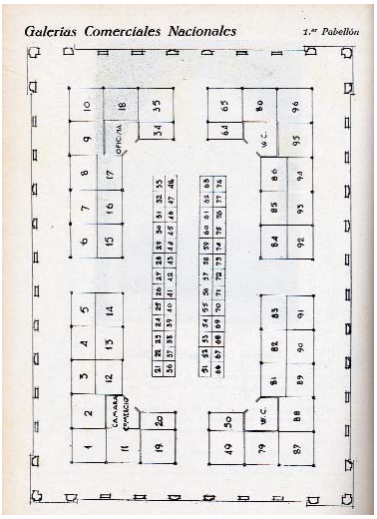
El anuncio de Cálber probablemente está creado por la agencia madrileña Publicitas, ya que en la Guía Oficial encontramos otro anuncio de la misma perfumería firmado por esta misma empresa. La ilustración tiene el estilo *Déco*, muestra una mujer moderna y delgada que no pierde su toque regional, el colorido mantón que ocupa gran parte del espacio, y el dibujo de los productos anunciados. Las letras van caligrafiadas. Llama la atención que al no llevar orla el fondo blanco le otorga luminosidad a todo el anuncio.

También resulta llamativo el anuncio de Cuba, que emplea el escudo nacional y los colores de la bandera sobre los que añade las fotografías del Presidente de la República y de los delegados en la Exposición Ibero Americana.

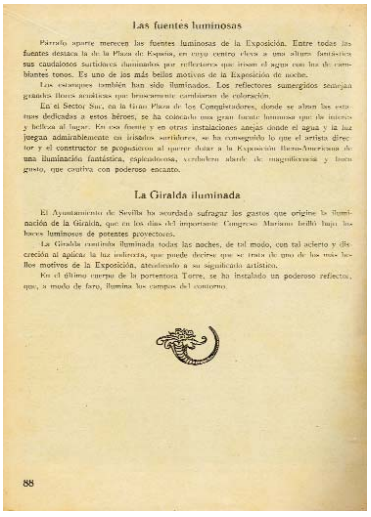
Cabe mencionar que la mayoría de las páginas dedicadas a la publicidad son de mayor gramaje que las del resto del Catálogo.



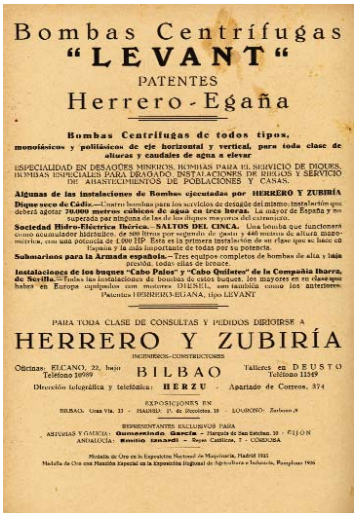
La portada encarta un plano de Sevilla



Algunas páginas incluyen planos de planta de los pabellones



Final de capítulo con viñeta



Ejemplo de anuncios tipográficos

Por último, en lo referido a la maquetación, debemos señalar que se incluye un plano de carreteras, y aunque la retícula general se realiza a una columna, también podemos encontrar que las páginas que enumeran el contenido de los pabellones, o el índice de proveedores, se dividen en dos columnas.



Plana segmentada y con dos anuncios



Anuncio colorista con piezas mecánicas



Anuncio de Dunlop



Anuncio de Firestone



Anuncio de la sedería española



Anuncio turístico de Cuba



Anuncio de Cálber creado por la agencia Publicitas



Indice de Proveedores

A

ABANICOS (Fábricas)

Chapartegny, M. — Sierpes, 88. Sevilla.
Ribio, José. — Sierpes, 61. Sevilla.

ABONOS MINERALES

British Sulphate of Ammonia. — Cornelia, 22. Valencia.
Comité Nitrato de Sosa de Chile. — Barquillo, 21. Madrid.

ACEITES DE OLIVA (Cosecheros-Exportadores)

Apolo Sánchez, Manuel. — Villafranca de los Barros (Badajoz).
Caballero, Luis. — Guadix (Granada).
Carbonell y Cía. — Córdoba.
Conde de Ojalo. — Almendralejo (Badajoz).
García Veles, Domingo. — Almendralejo (Badajoz).
García de Vinuesa, Miguel. — Zafra (Badajoz).
Longoria y Cía., S. en C., Miguel G. — Luis Montoto, Sevilla.
López Cuevas, Serafín. — Loja (Granada).
Martín F. Portilla, Francisco. — Cáceres.
Merino, Vda. de Javier. — Almendralejo (Badajoz).
Miró Sabaté, José. — Villafranca de los Barros (Badajoz).
Peña de las Peñas, Antonio. — Llerena (Badajoz).
Rincón Hermanos. — San Juan, 19, Badajoz.
Terrones y Hermanos, Juan. — Trujillo (Cáceres).
Dimbs, S. en C., J. B. — Paseo del Cisne, núm. 17, Sevilla.

ACERO (Fundiciones)

Alva Hermos de Vizcaya. — Bilbao.

AGENCIAS DE ADUANA

Estella, Hijos de Justo M. — Valencia de Alcántara (Cáceres).
Fernández y Cía., A. — Avilés (Asturias).
Haro Ltda., Hijos de. — Sevilla.
Hoyos, Manuel. — Marqués Rodrigo, 10. Sevilla.
Revillo García, Juan. — Tomás de Ybarra, 28. Sevilla.

AGUARDIENTES (Fábricas)

Espinosa Romero, Antonio. — Granada.
Gómez y Cía., S. en C., Alfredo. — Benalúa de Guadix (Granada).
Lorenzo, Angel. — Cazalla de la Sierra (Sevilla).
Lozano Hermanos. — Cazalla de la Sierra (Sevilla).
Merchán Aranda, Antonio. — Estanquito, Constantina (Sevilla).

AGUAS MINERO-MEDICINALES (Manantiales)

Agua Imperial, S. A. — Barcelona.

ALAMBRE (Fábricas)

Haldekker, A. G. — Ucllaci, Ut 28, Embajoz.

ALCOHOLES (Fábricas)

Bloseo, Hijo de J. — Almendralejo (Badajoz).
Montero Bejar, Luis. — Almendralejo (Badajoz).

APOSITOS (Fábricas)

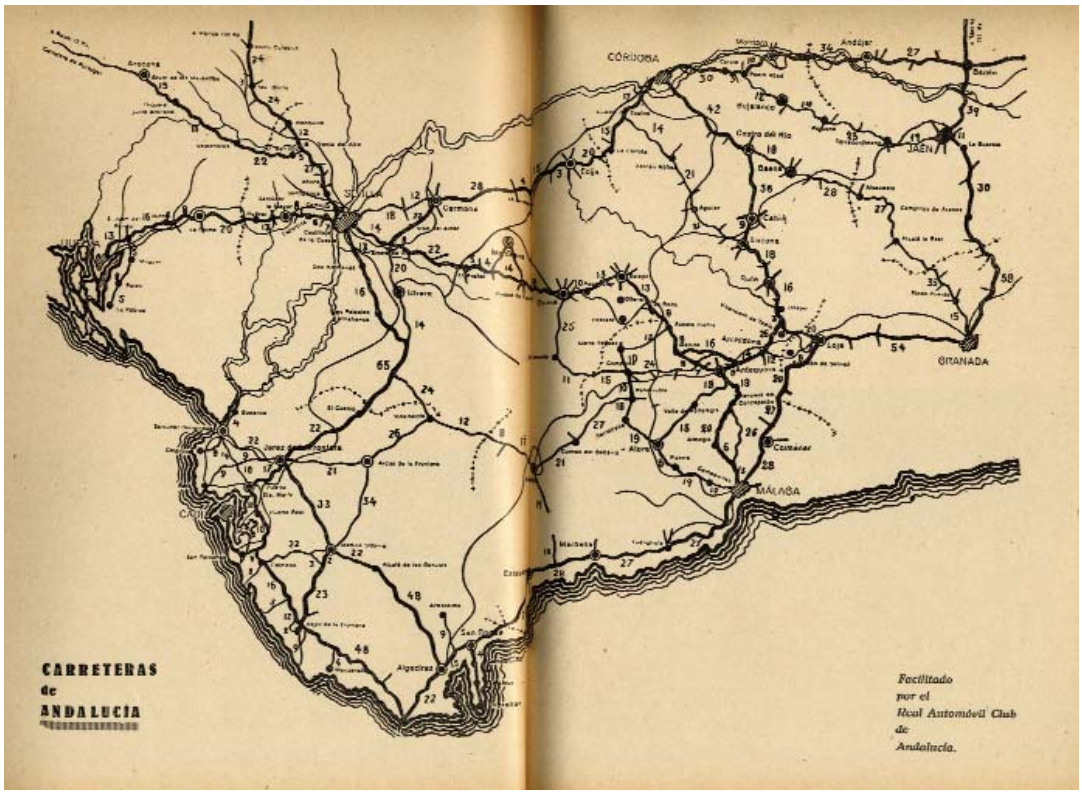
"MADAMEX"
APÓSITO PATENTADO
PESETAS 2'50 LA CAJA
PÍDASE EN TODA ESPAÑA

ARCAS PARA CAUDALES

Ariño, Hijos de. — Santa ..., Barcelona.

127

Maqueta a dos columnas con la enumeración de los proveedores



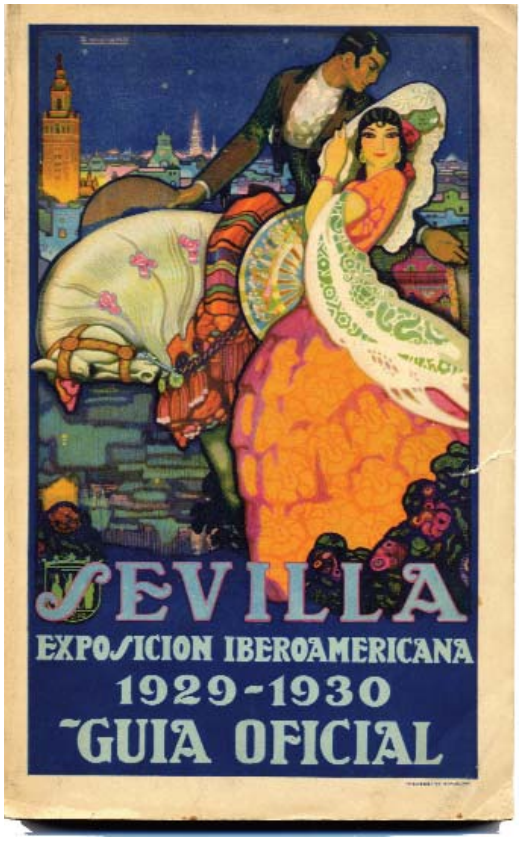
Plano de las carreteras de Andalucía a doble página

3.2.6. Guía Oficial de la Exposición Ibero Americana

Guía de 288 páginas editada por Rudolf Mosse Ibérica por encargo del Negociado de Publicidad de la Exposición. La impresión la llevó a cabo la empresa de Barcelona Rieusset. Está encuadernada en rústica con la cubierta encolada en el lomo. En realidad, su contenido apenas difiere del *Catálogo Oficial*, también editado por Mosse. Su tamaño es de 140 mm. de ancho por 230 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

Las primeras páginas del texto principal las destina a explicar datos generales e históricos de la Exposición y el resto a detallar referencias turísticas de la ciudad. Su similutud con el catálogo debió de tratarse de una estrategia comercial para ganar anunciantes. De hecho, en esta edición, las 88 últimas páginas están exclusivamente destinadas a anuncios y, ni siquiera están numeradas. La numeración finaliza en la página 197 y la siguiente impar, la 199 sirve de falso colofón, con un anuncio del propio catálogo en el que se invita a solicitar la tarifa de publicidad. Ello nos hace suponer que la intención era ir haciendo ediciones sucesivas en las que se podrían añadir más páginas de publicidad; si bien carecemos de pruebas de que ésto fuese realmente así. El colofón del ejemplar analizado tampoco muestra la fecha exacta de impresión.

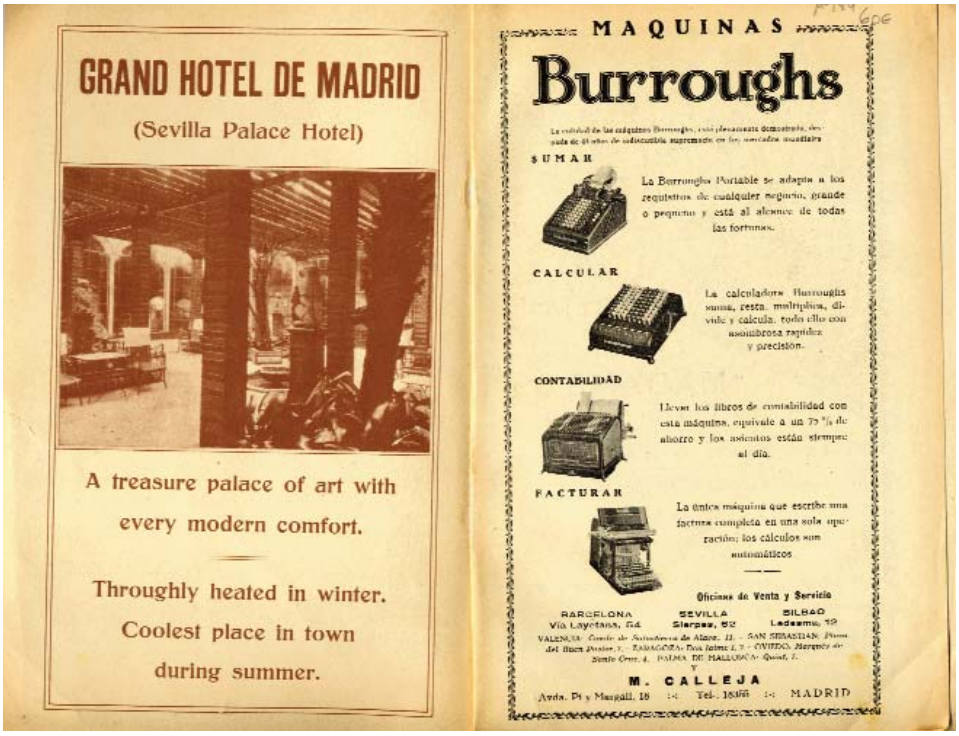
La cubierta está firmada por el jerezano Teodoro Miciano y la ilustración ganó el segundo premio de carteles de las Fiestas de la Primavera convocado por el Ayuntamiento de Sevilla en 1929. Miciano era reconocido por su trabajo en el diseño de etiquetas de vinos para las bodegas Palomino y Vergara o Eduardo Bohórquez. En la ilustración predomina el peso del costumbrismo regionalista, con una imagen central de un caballista



Cubierta con ilustración de Miciano



Contracubierta con anuncio de la Perfumería Cálber



Dos primeras páginas, dedicadas a anuncios

que corteja a una flamenca. El fondo es un paisaje nocturno e iluminado de Sevilla. La composición parece incompleta, ya que los espacios que quedan por debajo de la cabeza del caballo y de la mano izquierda del caballista no tienen motivo alguno y se rellenan con manchas de color, un claro precedente de lo no figurativo. Las esquinas inferiores de la ilustración se adornan con flores. En todo caso Miciano emplea la técnica del cartel y no de la pintura, con colores planos, siendo muy llamativo el naranja del traje de la flamenca.

También el rostro y la figura de ésta son *Déco*, mujer delgada y joven, que no mira a quien la corteja, sino que parece desafiar al espectador. No olvidemos que en la época abundaban las imágenes de chicas desinhibidas e independientes. El mismo Miciano trabajó de ilustrador para *Blanco y Negro*. En esta ilustración dejó un faldón de color azul para incluir la tipografía, aunque ésta solapa por arriba parte del dibujo: el juego de flores a la derecha y el escudo de Sevilla a la izquierda. Para las letras se elige un tipo ancho de fuente romana, con remates acusados en las astas ascendentes de la letra "A" y perfil inclinado de la "S".

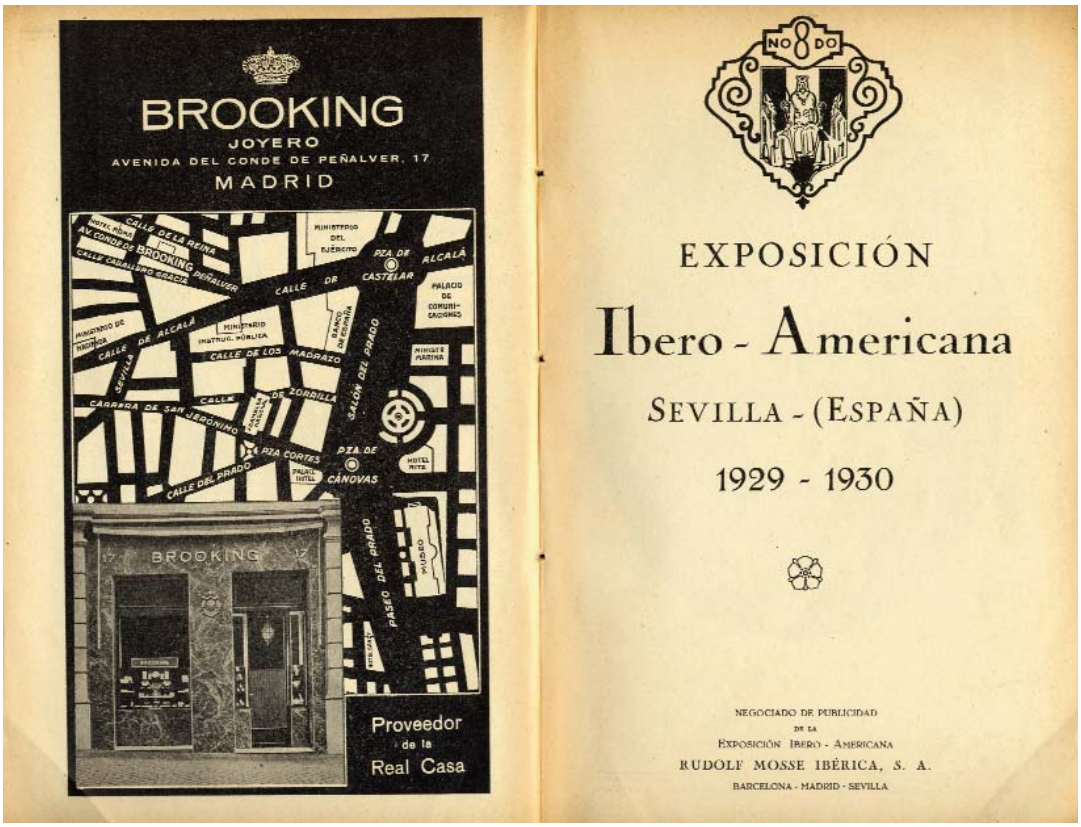
El anuncio de la contracubierta es de la Perfumería Cálber, similar en estilo al anuncio de la misma empresa de perfumes que aparece en el Cátalogo Oficial. En este caso, la ilustración es más atrevida al estar la mujer desnuda. Está firmado por la agencia Publicitas.

En el lomo se incluye el título de la Exposición, la ciudad y la referencia de que se trata de la Guía Oficial.

Al abrir la cubierta nos encontramos dos páginas de anuncios enfrentados, el de la izquierda del "Grand Hotel de Madrid. (Sevilla Palace Hotel)". Está enmarcado con dos líneas finas y tiene una composición muy sencilla: con un título, una fotografía ilustrativa encajada al ancho de la caja y cinco líneas explicativas, por debajo, compuestas en copa. El de la derecha está dedicado a las máquinas Burroughs. El título trunca la coronación de la



Las dos páginas siguientes también se ocupan con anuncios



Portada con la página par ocupada con el mismo anuncio de la joyería Brooking

orla decorativa que sirve de marco. De arriba abajo se muestran cuatro máquinas con sus títulos descriptivos. Cada una de ellas lleva a la derecha un pequeño párrafo explicativo, compuesto en copa. Por debajo el faldón se destina a las señas de los distribuidores.

Las dos páginas siguientes son también de anuncios. En la izquierda los de la empresa Madam X, uno de fajas y el otro de apósitos, ya comentados anteriormente. En la página de la derecha se destina a un sintético anuncio de la joyería Brooking, que se limita a situar su emplazamiento mediante un detalle del plano de Madrid con fondo negro. Se solapa una fotografía de la puerta de la joyería y en el ángulo inferior derecho se incluye el lema: "Proveedor de la Real Casa", un detalle que también se manifiesta por que una corona real corona el anuncio. Precisamente la primera página, tras la portada, la ocupa una fotografía de Alfonso XIII.

La portada la ocupa el escudo de Sevilla y el título, compuesto en cuatro líneas y encajado al centro de la página, con las tres últimas líneas en forma de copa. Emplea para las letras una fuente romana y va en caja alta. Se remata por debajo con un pequeño adorno tipográfico y destina la orilla inferior a las señas del editor. La página par enfrentada repite el anuncio de la joyería Brooking.

Tras las páginas con las fotos de honor, se destina una página a enumerar los miembros de la Comisión Permanente de la Exposición. Para el título y subtítulo emplea una letra mayúscula, en negrita, de fuente romana muy contrastada en sus trazos. Ambas líneas se subrayan con filetes. Los nombres se escriben en cursiva.

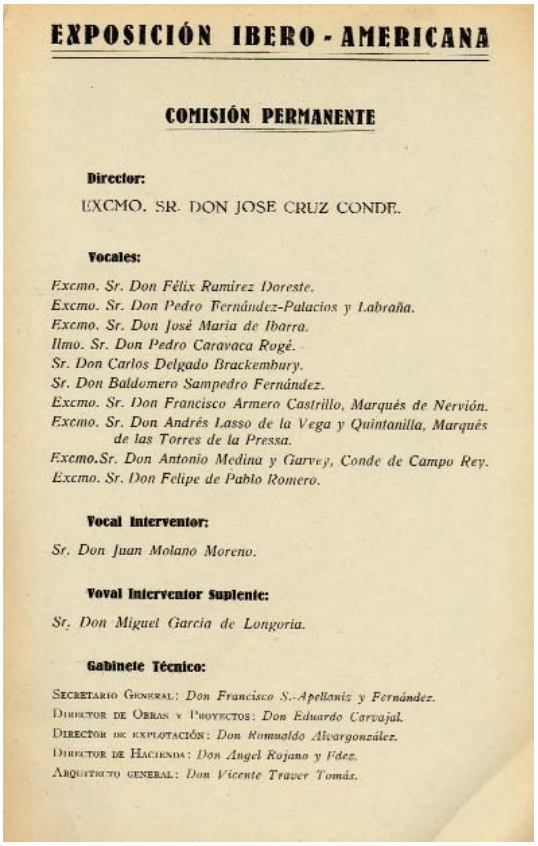
La página siguiente la ocupa un plano apaisado con la ubicación de la Exposición.

Las páginas de texto se maquetan a una columna en párrafo ordinario. La primera página se corona con una orla decorativa de doble caña y un adorno tipográfico en forma



S. M. el Rey
Don Alfonso XIII

Las fotografías de honor se componen en medallón



EXPOSICIÓN IBERO - AMERICANA

COMISIÓN PERMANENTE

Director:

EXCMO. SR. DON JOSE CRUZ CONDE.

Vocales:

Excmo. Sr. Don Félix Ramírez Doreste.
Excmo. Sr. Don Pedro Fernández-Palacios y Labraña.
Excmo. Sr. Don José María de Ibarra.
Ilmo. Sr. Don Pedro Caravaca Rogé.
Sr. Don Carlos Delgado Brackembury.
Sr. Don Baldomero Sampedro Fernández.
Excmo. Sr. Don Francisco Armero Castrillo, Marqués de Nervión.
Excmo. Sr. Don Andrés Lasso de la Vega y Quintanilla, Marqués de las Torres de la Pressa.
Excmo. Sr. Don Antonio Medina y Garvey, Conde de Campo Rey.
Excmo. Sr. Don Felipe de Pablo Romero.

Vocal Interventor:

Sr. Don Juan Molano Moreno.

Voval Interventor Suplente:

Sr. Don Miguel García de Longoria.

Gabinete Técnico:

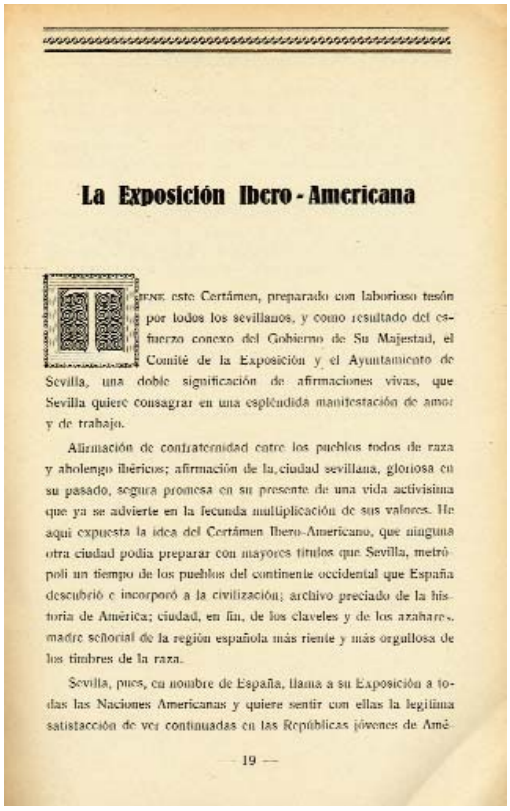
Secretario General: *Don Francisco S.-Apellaniz y Fernández.*
Director de Obras y Proyectos: *Don Eduardo Carvajal.*
Director de explotación: *Don Romualdo Alvargonzález.*
Director de Hacienda: *Don Angel Rojano y Fdez.*
Arquitecto general: *Don Vicente Traver Tomás.*

Cuadro que enumera a los cargos responsables de la Exposición



PLANO DE EMPLAZAMIENTO DE LA EXPOSICIÓN

Plano de la Exposición



La Exposición Ibero-Americana

Tiene este Certámen, preparado con laborioso tesón por todos los sevillanos, y como resultado del esfuerzo conexo del Gobierno de Su Majestad, el Comité de la Exposición y el Ayuntamiento de Sevilla, una doble significación de afirmaciones vivas, que Sevilla quiere consagrar en una espléndida manifestación de amor y de trabajo.

Afirmación de confraternidad entre los pueblos todos de raza y abolengo ibéricos; afirmación de la ciudad sevillana, gloriosa en su pasado, segura promesa en su presente de una vida activísima que ya se advierte en la fecunda multiplicación de sus valores. He aquí expuesta la idea del Certámen Ibero-Americano, que ninguna otra ciudad podía preparar con mayores títulos que Sevilla, metrópoli un tiempo de los pueblos del continente occidental que España descubrió e incorporó a la civilización; archivo preciado de la historia de América; ciudad, en fin, de los claveles y de los azahares, madre señorial de la región española más riente y más orgullosa de los timbres de la raza.

Sevilla, pues, en nombre de España, llama a su Exposición a todas las Naciones Americanas y quiere sentir con ellas la legítima satisfacción de ver continuadas en las Repúblicas jóvenes de Amé-

— 19 —

Primera página de texto

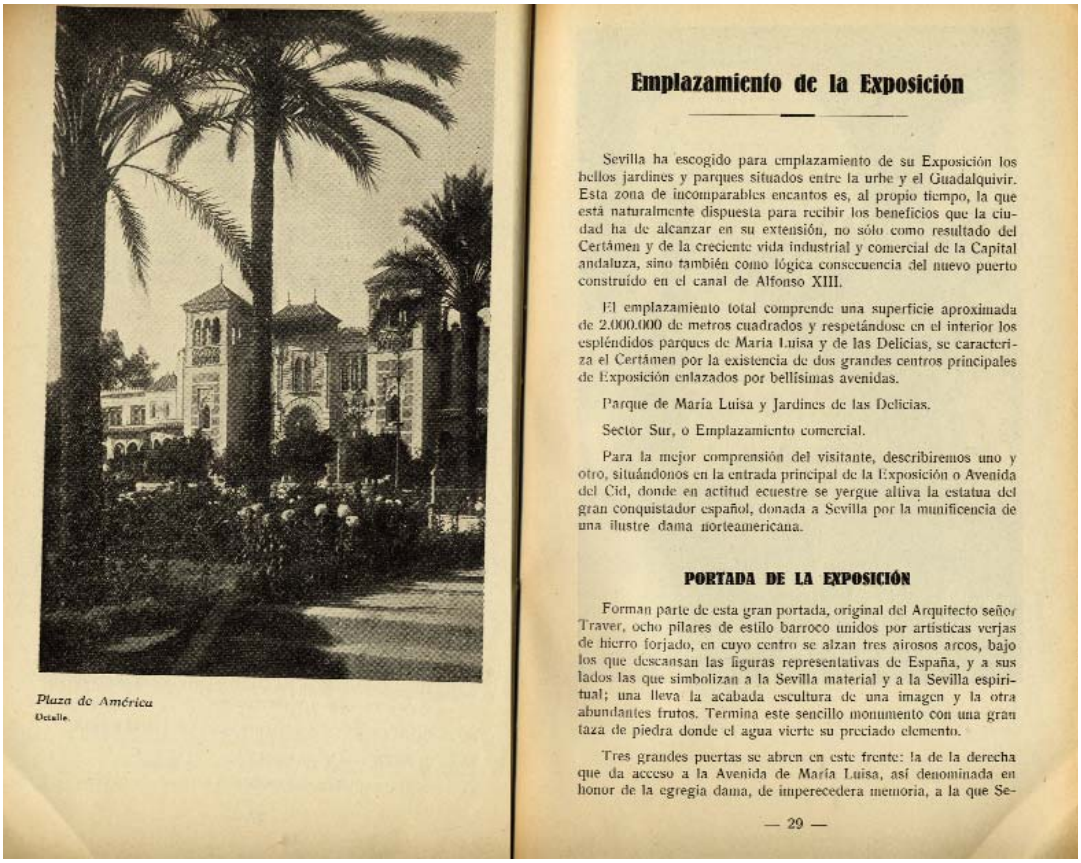
de bucle entre ellas. La fuente de letra es romana. El título es de mayor tamaño y va en negrita, con el asta derecha de la "X" en fantasía. La primera capitular está decorada con gracias tipográficas y enmarcada con tres filas de líneas puntilladas y una cuarta con secuencia tipográfica de doble hoja.

En las páginas de texto la mayor parte de los títulos van en caja baja y en negrita y algunos se subrayan con filetes de diferentes tipos. Sin embargo, la mayor parte de los subtítulos van en caja alta. Al final de los capítulos, si queda mucho espacio blanco tras el texto, éste se adorna con algún florón. Algunas fotografías ocupan las páginas enteras en vertical o apaisadas. Otras parten la columna de texto maquetándose al ancho de la caja.

Se incluyen tres planos desplegables: entre las páginas 96 y 97 se inserta uno de la ciudad de Sevilla de cuatro cuerpos; entre la 112 y la 113 uno de las carreteras de Andalucía a triple cuerpo; y entre la 176 y 177 uno de las carreteras de España, también a tres cuerpos.

En las páginas dedicadas a la Exposición se incluye el programa de actos y en las destinadas al turismo en la ciudad se recogen cuadros con datos de interés público como un nomenclator a doble columna, una relación de oficinas públicas, precios de tarifas de telégrafos, etc.

Entre los anuncios, predominan los puramente tipográficos. Otros están más elaborados, como el del Coñac Valdespino, una muestra publicitaria en blanco y negro muy sintética, al estilo europeo, particularmente inspirado en los de Leonetto Cappiello, con la única imagen del hombre chino bebiendo la copa, el escudo de la bodega en el ángulo superior izquierdo y el título en el faldón en letra de palo seco. El de Gillette es también moderno para su época y está compuesto con una estética más norteamericana, con una fotografía coloreada y un eslogan efectista que ocupa pocas líneas sobre un llamativo fondo de color naranja. El anuncio se corona con el logo-símbolo de la marca, inscrito por un rombo horizontal.



Plaza de América
Detalle.

Emplazamiento de la Exposición

Sevilla ha escogido para emplazamiento de su Exposición los bellos jardines y parques situados entre la urbe y el Guadalquivir. Esta zona de incomparables encantos es, al propio tiempo, la que está naturalmente dispuesta para recibir los beneficios que la ciudad ha de alcanzar en su extensión, no sólo como resultado del Certámen y de la creciente vida industrial y comercial de la Capital andaluza, sino también como lógica consecuencia del nuevo puerto construído en el canal de Alfonso XIII.

El emplazamiento total comprende una superficie aproximada de 2.000.000 de metros cuadrados y respetándose en el interior los espléndidos parques de María Luisa y de las Delicias, se caracteriza el Certámen por la existencia de dos grandes centros principales de Exposición enlazados por bellísimas avenidas.

Parque de María Luisa y Jardines de las Delicias.

Sector Sur, o Emplazamiento comercial.

Para la mejor comprensión del visitante, describiremos uno y otro, situándonos en la entrada principal de la Exposición o Avenida del Cid, donde en actitud ecuestre se yergue altiva la estatua del gran conquistador español, donada a Sevilla por la munificencia de una ilustre dama norteamericana.

PORTADA DE LA EXPOSICIÓN

Forman parte de esta gran portada, original del Arquitecto señor Traver, ocho pilares de estilo barroco unidos por artísticas verjas de hierro forjado, en cuyo centro se alzan tres airosos arcos, bajo los que descansan las figuras representativas de España, y a sus lados las que simbolizan a la Sevilla material y a la Sevilla espiritual; una lleva la acabada escultura de una imagen y la otra abundantes frutos. Termina este sencillo monumento con una gran taza de piedra donde el agua vierte su preciado elemento.

Tres grandes puertas se abren en este frente: la de la derecha que da acceso a la Avenida de María Luisa, así denominada en honor de la egregia dama, de imperecedera memoria, a la que Se-

Maqueta a doble página, con fotografía en la par

rica las grandezas seculares de la Patria española, pregonadas por los hombres y por los pueblos que saben amarla.

No podía Sevilla olvidar la colaboración gloriosa de Portugal en la obra de descubrir un Nuevo Mundo, y por ello asoció a su Certámen a la noble nación hermana y con ella, a los Estados del Brasil, comprendiendo así en el lema "Exposición Ibero-Americana" toda la justicia y todo el afecto fraternal de España hacia los pueblos de ideal común.

Y en nombre de la Patria llamó también Sevilla a los Estados Unidos del Norte de América, para que de este modo resuene completo en su recinto el himno de gratitud que Occidente debe a la Nación providencialmente elegida para realizar la empresa colombiana.

Sevilla espera que la solicitud y los esfuerzos que dedica a realizar la obra más importante de su vida presente, serán colmados con el éxito más halagador y más definitivo.



Detalle decorativo

CARACTERÍSTICAS DE LA

EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA

El carácter fundamentalmente artístico que se ha tomado por categórica norma en la organización del Certámen Ibero-Americano, aparece relevantemente definido. A las prodigiosas construcciones, de líneas maravillosas, que sirven de decoración monumental a los lugares céntricos del recinto fijado, ha de agregarse la visión fastuosa de doce palacios, muestra del arte peculiar de otras tantas repúblicas americanas y de la gloriosa Portugal, que dan a sus construcciones carácter de permanencia y cuyos amplios presupuestos dan idea de su suntuosidad.

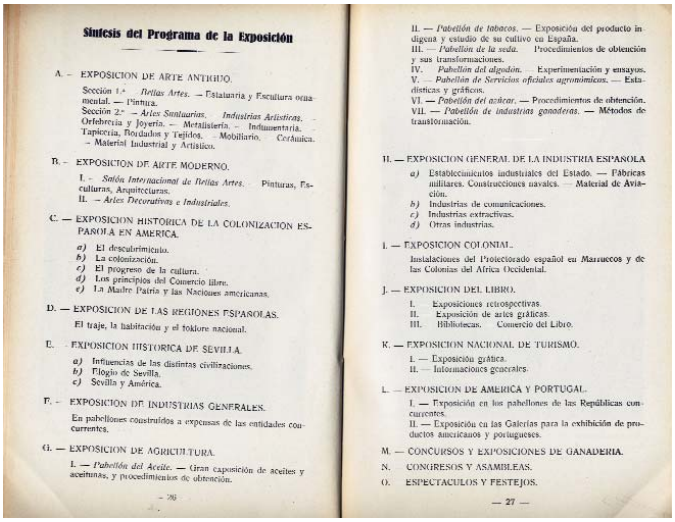
Y con esto, la gran Plaza de España, los tres soberbios palacios de la Plaza de América, el Gran Casino de Sevilla, el Palacio del Aceite, el Pabellón de Turismo, el de Maquinaria, el de Industrias Generales, las Galerías Comerciales y otras amplias edificaciones que funden en su objeto el fin artístico y el contenido práctico del Certámen.

Sevilla forma para este soberbio cuadro, un marco esplendoroso. Multiplicado su coeficiente vital ante la presencia del gran acontecimiento, ofrece con sus bellezas, saturadas de sabor original y de incomparable valor artístico, las ricas muestras de su fecunda actividad industrial.

Los blancos finales se decoran con florones

También destaca otro anuncio de vinos de la marca Marqués del Real Tesoro, menos elaborado en su diseño. La ilustración de la botella a la izquierda, y una representación de racimos de uvas junto al escudo, a la derecha. El faldón en corto se reserva para la marca y los premios, pero no incluye eslogan. La primera línea y las tres últimas emplean una letra de palo seco. Aún es más simple como proyecto el del Elixir estomacal Saiz de Carlos. Con fondo negro, título arriba en letra de palo seco, la representación de la botella a la izquierda y un espacio abierto en blanco a la derecha para introducir la leyenda. También llama la atención por su elegancia y sencillez el efecto del anuncio turístico de Monserrat, en Barcelona, que apenas incluye la ilustración, en alto contraste mediante una o dos tintas planas, de una montaña y el título con fuente de palo seco en el faldón.

Programa de actos de la Exposición



Síntesis del Programa de la Exposición

A. — EXPOSICION DE ARTE ANTIGUO.

Sección 1.ª — *Bellas Artes.* — Estatuaria y Escultura ornamental. — Pintura.
Sección 2.ª — *Artes Suntuarias. Industrias Artísticas.* — Orfebrería y Joyería. — Metalistería. — Indumentaria. — Tapicería, Bordados y Tejidos. — Mobiliario. — Cerámica. — Material Industrial y Artístico.

B. — EXPOSICION DE ARTE MODERNO.

I. — *Salón Internacional de Bellas Artes.* — Pinturas, Escultura, Arquitecturas.
II. — *Artes Decorativas e Industriales.*

C. — EXPOSICION HISTORICA DE LA COLONIZACION ESPAÑOLA EN AMERICA.

a) El descubrimiento.
b) La colonización.
c) El progreso de la cultura.
d) Los principios del Comercio libre.
e) La Madre Patria y las Naciones americanas.

D. — EXPOSICION DE LAS REGIONES ESPAÑOLAS.

El traje, la habitación y el folklore nacional.

E. — EXPOSICION HISTORICA DE SEVILLA.

a) Influencias de las distintas civilizaciones.
b) Florón de Sevilla.
c) Sevilla y América.

F. — EXPOSICION DE INDUSTRIAS GENERALES.

En pabellones construídos a expensas de las entidades concurrentes.

G. — EXPOSICION DE AGRICULTURA.

I. — *Pabellón del Aceite.* — Gran exposición de aceites y aceitunas, y procedimientos de obtención.

II. — *Pabellón de tabacos.* — Exposición del producto indígena y estudio de su cultivo en España.
III. — *Pabellón de la seda.* — Procedimientos de obtención y sus transformaciones.
IV. — *Pabellón del algodón.* — Experimentación y ensayos.
V. — *Pabellón de Servicios oficiales agronómicos.* — Estadísticas y gráficos.
VI. — *Pabellón del azúcar.* — Procedimientos de obtención.
VII. — *Pabellón de industrias ganaderas.* — Métodos de trasformación.

H. — EXPOSICION GENERAL DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

a) Establecimientos industriales del Estado. — Fábricas militares. Construcciones navales. — Material de Aviación.
b) Industrias de comunicaciones.
c) Industrias extractivas.
d) Otras industrias.

I. — EXPOSICION COLONIAL.

Instalaciones del Protectorado español en Marruecos y de las Colonias del Africa Occidental.

J. — EXPOSICION DEL LIBRO.

I. Exposiciones retrospectivas.
II. Exposición de artes gráficas.
III. Bibliotecas. Comercio del Libro.

K. — EXPOSICION NACIONAL DE TURISMO.

I. — Exposición gráfica.
II. — Informaciones generales.

L. — EXPOSICION DE AMERICA Y PORTUGAL.

I. — Exposición en los pabellones de las Repúblicas concurrentes.
II. — Exposición en las Galerías para la exhibición de productos americanos y portugueses.

M. — CONCURSOS Y EXPOSICIONES DE GANADERIA.

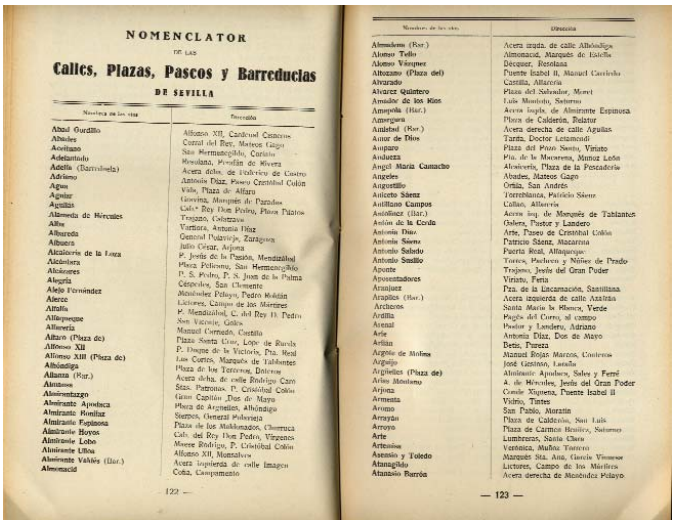
N. CONGRESOS Y ASAMBLEAS.

O. ESPECTACULOS Y FESTEJOS.

— 26 —

— 27 —

Nomenclator a doble columna



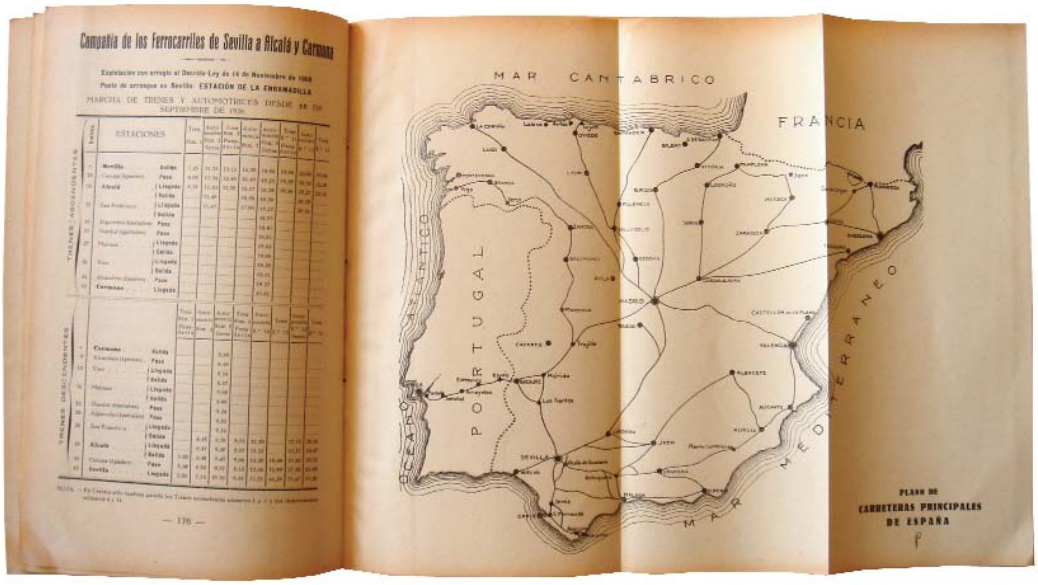
NOMENCLATOR
DE LAS
Calles, Plazas, Paseos y Barreduelas
DE SEVILLA

Nombres de las vías	Dirección
Abad Gordillo	Alfonso XII, Cardenal Cisneros
Abades	Corral del Rey, Mateos Gago
Aceituno	San Hermenegildo, Cortina
Adelantado	Mesalana, Pravián de Rivera
Adelfa (Barriduela)	Acera dcha. de Federico de Castro
Adriano	Antonio Díaz, Paseo Cristóbal Colón
Agua	Vida, Plaza de Alfaro
Aguar	Gerona, Marqués de Paradas
Aguilas	Cabo Rey Don Pedro, Plaza Pilotos
Almeda de Hércules	Trogano, Colcheros
Alba	Vertiera, Antonia Díaz
Alhareda	General Polavieja, Zaragoza
Albaicín	Julio César, Arjona
Alcalería de la Loza	P. Jesús de la Pasión, Mendizábal
Alcántara	Plaza Peñuela, San Hermenegildo
Alcázares	P. S. Pedro, P. S. Juan de la Palma
Alegría	Cazadores, San Clemente
Alejo Fernández	Mendizábal Pelayo, Pedro Molián
Alerce	Lictores, Campo de los Mártires
Alfalfa	M. Mendizábal, C. del Rey D. Pedro
Alfarpeque	San Vicente, Cádiz
Alfarería	Manuel Cornado, Castillo
Alfaro (Plaza de)	Plaza Santa Cruz, Lope de Rueda
Alfonso XII	P. Duque de la Victoria, Pza. Real
Alfonso XIII (Plaza de)	Las Cortes, Marqués de Tabladas
Alhóndiga	Plaza de los Terceros, Dolores
Alianza (Pasaje)	Acera dcha. de calle Rodrigo Caro
Almansa	Stas. Patronas, P. Cristóbal Colón
Almirantazgo	Gran Capitán, Don de Mayo
Almirante Apodaca	Plaza de Argüelles, Alhóndiga
Almirante Bonifaz	Serpes, General Polavieja
Almirante Espinosa	Plaza de los Mahometanos, Chaveuca
Almirante Hoyos	Cab. del Rey Don Pedro, Vírgenes
Almirante Lobo	Moese Rodrigo, P. Cristóbal Colón
Almirante Ulloa	Alfonso XII, Montalvo
Almirante Valdés (Bar.)	Acera izquierda de calle Imagen
Almonacid	Coña, Campamento

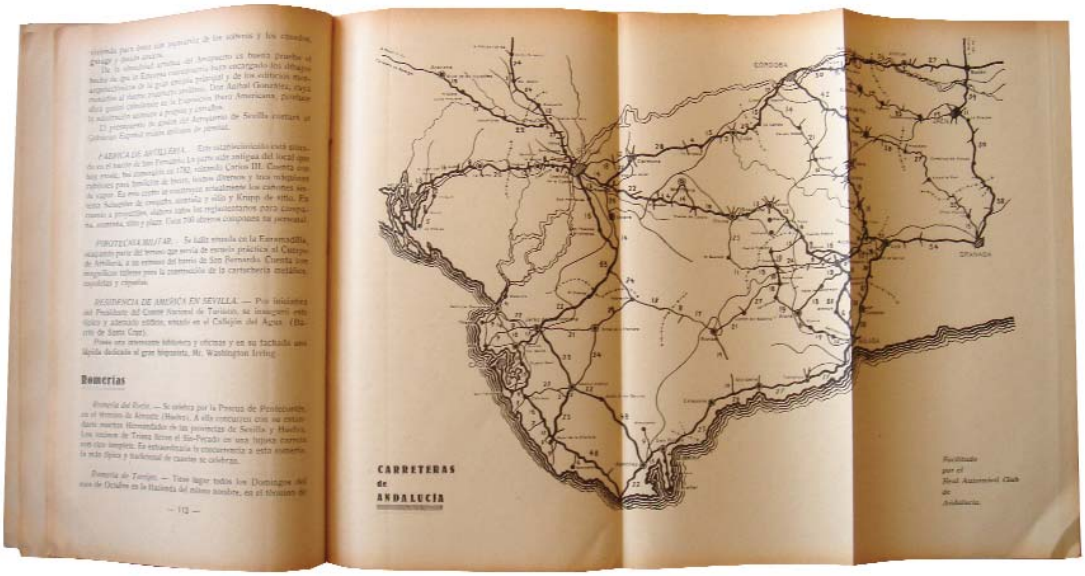
122 —

Nombres de las vías	Dirección
Almudena (Bar.)	Acera izqda. de calle Alhóndiga
Alonso Tello	Almonacid, Marqués de Estella
Alonso Vázquez	Decquar, Restolana
Altozano (Plaza del)	Puente Isabel II, Manuel Casiello
Alvarado	Castilla, Alfarería
Alvarez Quintero	Plaza del Salvador, Moret
Amador de los Ríos	Luis Montoto, Saborea
Amapola (Bar.)	Acera izqda. de Almirante Espinosa
Amargura	Plaza de Calderón, Relator
Amistad (Bar.)	Acera derecha de calle Aguilas
Amor de Dios	Tarifa, Doctor Letamendi
Amparo	Plaza del Pozo Santo, Viriato
Andueza	Pza. de la Mercaderia, Muñoz León
Angel María Camacho	Alcalería, Plaza de la Pescadería
Angeles	Abades, Mateos Gago
Angostillo	Ortiz, San Andrés
Aniceto Sáenz	Torrebianca, Patricio Sáenz
Antillano Campos	Callao, Alfarería
Antoñitos (Bar.)	Acera izq. de Marqués de Tablantes
Antón de la Corda	Galera, Pastor y Landero
Antonia Díaz	Arte, Paseo de Cristóbal Colón
Antonio Sáenz	Patricio Sáenz, Mazarrasa
Antonio Salado	Puerta Real, Alfaqueque
Antonio Susillo	Torres, Pacheco y Núñez de Prado
Apeate	Trogano, Jesús del Gran Poder
Aposentadores	Viriato, Feria
Aranjuez	Pza. de la Lacanación, Santillana
Arapiles (Bar.)	Acera izquierda de calle Antillas
Arcberos	Santa María la Blanca, Verde
Ardilla	Pagés del Corro, al campo
Arenal	Pastor y Landero, Adriano
Arfe	Antonia Díaz, Dos de Mayo
Arfián	Betis, Pureza
Argote de Molina	Manuel Rojas Marcos, Contreras
Arguijo	José Gestoso, Lasalle
Argüelles (Plaza de)	Almirante Apodaca, Salez y Ferré
Arias Montano	A. de Morales, Jesús del Gran Poder
Arjona	Conde Xiquena, Puente Isabel II
Armenta	Viriato, Tintes
Aromo	San Pablo, Muratín
Arrayán	Plaza de Calderón, San Luis
Arroyo	Plaza de Carmen Benítez, Saborea
Arte	Lumbreras, Santa Clara
Artesinos	Ventanica, Muñoz Torrero
Asunción y Toledo	Marqués Sta. Ana, García Vinuesa
Atanagildo	Lictores, Campo de los Mártires
Atanasio Barrón	Acera derecha de Menéndez Pelayo

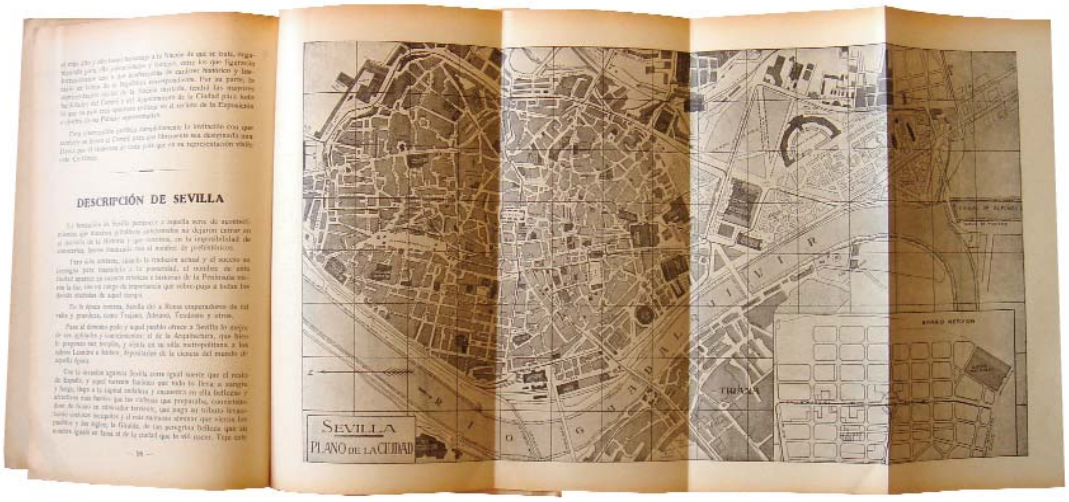
— 123 —



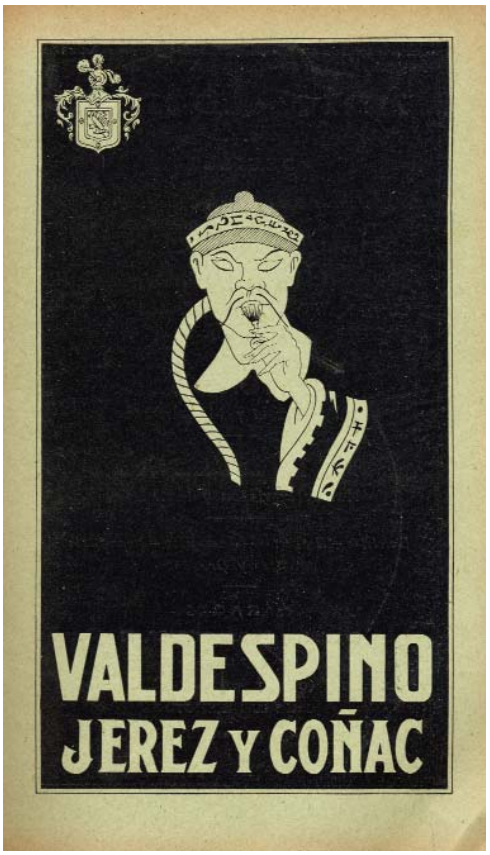
Plano desplegable con carreteras de España



Plano desplegable de las carreteras de Andalucía



Plano desplegable de la ciudad de Sevilla



Anuncio de Coñac Valdespino



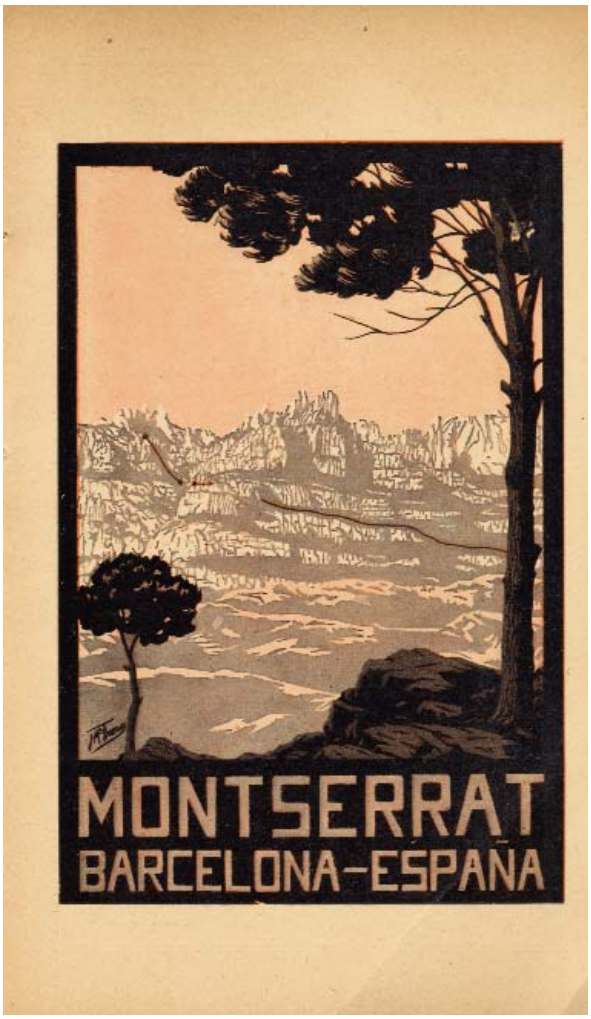
Anuncio de Jerez y Coñac Marqués del Real Tesoro



Anuncio de Gillette



Anuncio de elixir estomacal Saiz de Carlos



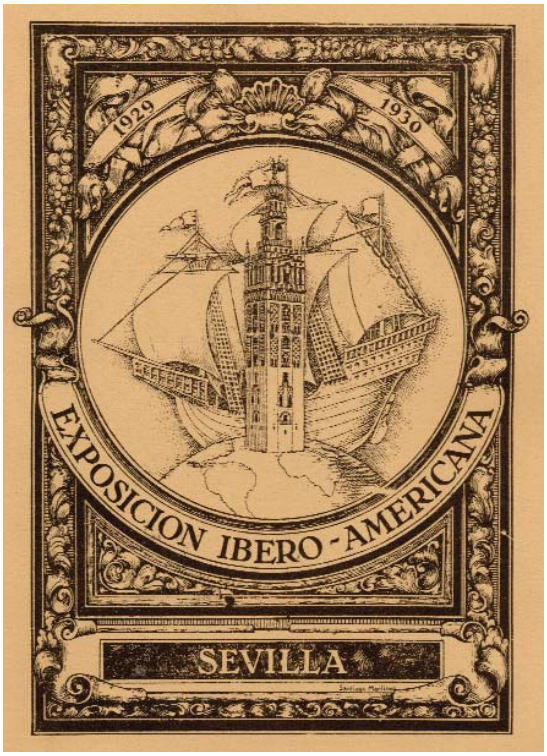
El anuncio de Monserrat recuerda las ilustraciones japonesas

3.2.7. Folleto oficial de la Exposición Ibero Americana

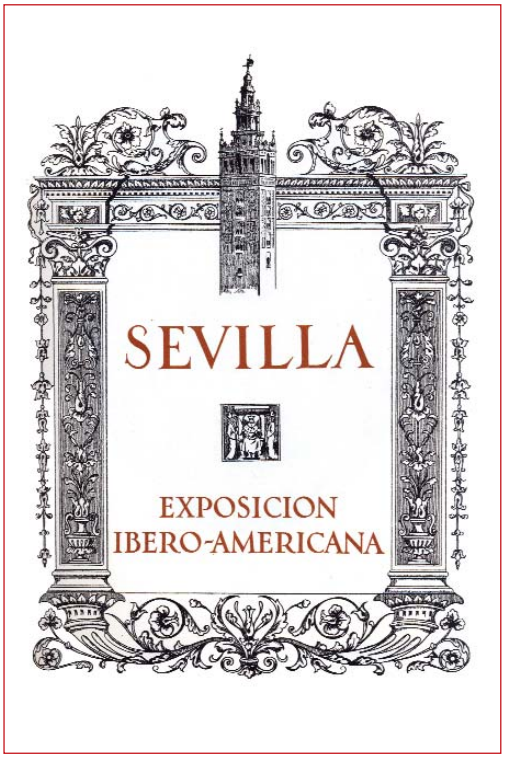
El folleto oficial de la Exposición Ibero Americana tiene 48 páginas encuadernadas en rústica con las tapas de cartón encoladas. Su tamaño es de 205 mm. de ancho por 285 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 10 puntos, con un interlineado de 12 puntos pica. Lo editó la imprenta de Barcelona Oliva de Vilanova, después de la inauguración[24], y recoge una breve historia de la ciudad de Sevilla y una referencia a los principales pabellones y exposiciones que se pueden visitar. Gráficamente, las ilustraciones de la cubierta y de la portada están sobrecargadas de adornos y volutas de inspiración vegetal, un rasgo que es característico de la arquitectura barroca sevillana y que, en otro estilo y contexto, fue también un elemento compositivo recurrente en las ilustraciones del modernismo temprano. Además, la orla de la portada de este folleto también está inspirada en una portada de la arquitectura barroca. No es difícil deducir que se pretende dar a estas ilustraciones una significación simbólica que recuerda que la Sevilla del Barroco fue la puerta económica, social y cultural del continente americano.

La cubierta, firmada por Santiago Martínez, muestra el símbolo circular del certamen con los dibujos de la carabela y la Giralda asentados sobre un semicírculo que representa la esfera terrestre. Por fuera y por debajo del mismo, aparece en capitulares el título *Exposición Ibero-Americana* con un tipo de fuente romana. Este motivo principal se compone sobre un abigarrado marco con fondo de color negro en el que se sitúa una orla exterior cargada de pámpanos con la leyenda "Sevilla" en su base. Hay una orla interior que rodea al motivo circular y entra en directo contacto con él en su mitad superior y con la leyenda de la Exposición en la inferior, quedando esta segunda orla truncada por ambos lados.

24. El propio texto del folleto señala: «La Exposición Ibero-Americana se inauguró el 9 de mayo de 1929 con asistencia de su Majestad el Rey...», p. 18.



Cubierta con ilustración de Santiago Martínez



Portada



Guardas

Las guardas se ilustran con un dibujo de las tres carabelas de Colón recortadas sobre un sol naciente o poniente. El dibujo está enmarcado en color rojo y trazado también con tinta roja, muy al gusto decorativo de la época, describiendo el mar como una profusión de ondulaciones y haciendo explícitas las líneas del sol radiante en forma de numerosas líneas excéntricas que ocupan el blanco del cielo. Esta ilustración también aparece en el envés de la contracubierta y en la par de la última página de respeto.

La portada la ocupa la representación central del escudo de la ciudad con el Rey San Fernando con corona y espada sentado en el trono, flanqueado por los dos obispos, San Isidoro y San Leandro, con sus respectivos atributos de mitras y báculos. Por encima y por debajo en capitulares de fuente romana figura: "Sevilla", "Exposición Ibero-Americana", siendo la primera línea de mayor tamaño que la segunda y la tercera. Las tres se justifican al centro, y la primera y la tercera al mismo ancho. La orla es de inspiración arquitectónica y representa una portada barroca muy decorada con motivos vegetales.

No podemos olvidar que la profusión ornamental es una de las características principales del barroco sevillano y en este caso la propia orla se rodea de material ornamental adicional, florones que coronan la cornisa y que también sirven de faldón a la composición, y guirnaldas florales que caen de forma paralela y exterior a las dos columnas. Una ilustración de la Giralda trunca el dintel en su centro de tal forma que el Giraldillo, la veleta de la torre almohade, sirve de vértice a toda la composición.

Las tres páginas impares siguientes están ocupadas por retratos fotográficos del Rey Alfonso XIII, Primo de Rivera y Cruz Conde, director de la Exposición. En los tres casos las fotografías se disponen verticalmente y en medallón ovalado, y la orla se compone a dos líneas. Entre ellas se dispone un motivo decorativo que representa un papel de aguas. Las dos primeras están dedicadas y la de Primo de Rivera es ilegible, en parte, al confundirse un fragmento del manuscrito con la tinta negra de la fotografía.



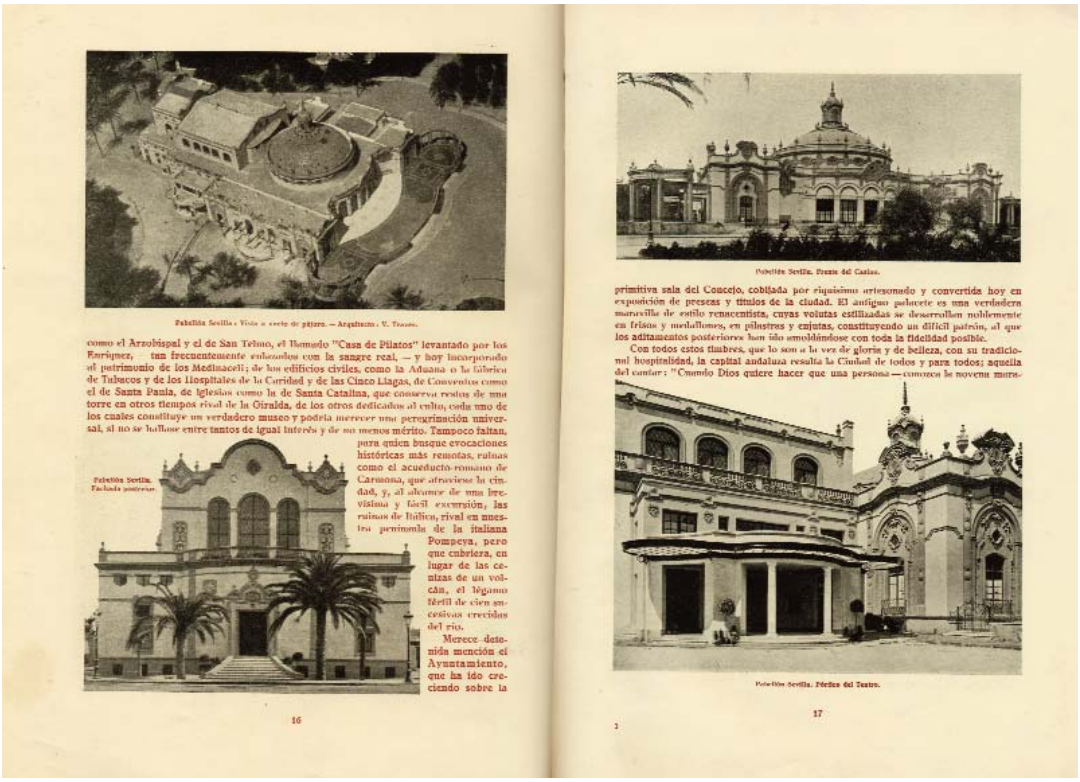
Fotografía dedicada de Alfonso XIII



Fotografía dedicada de Primo de Rivera



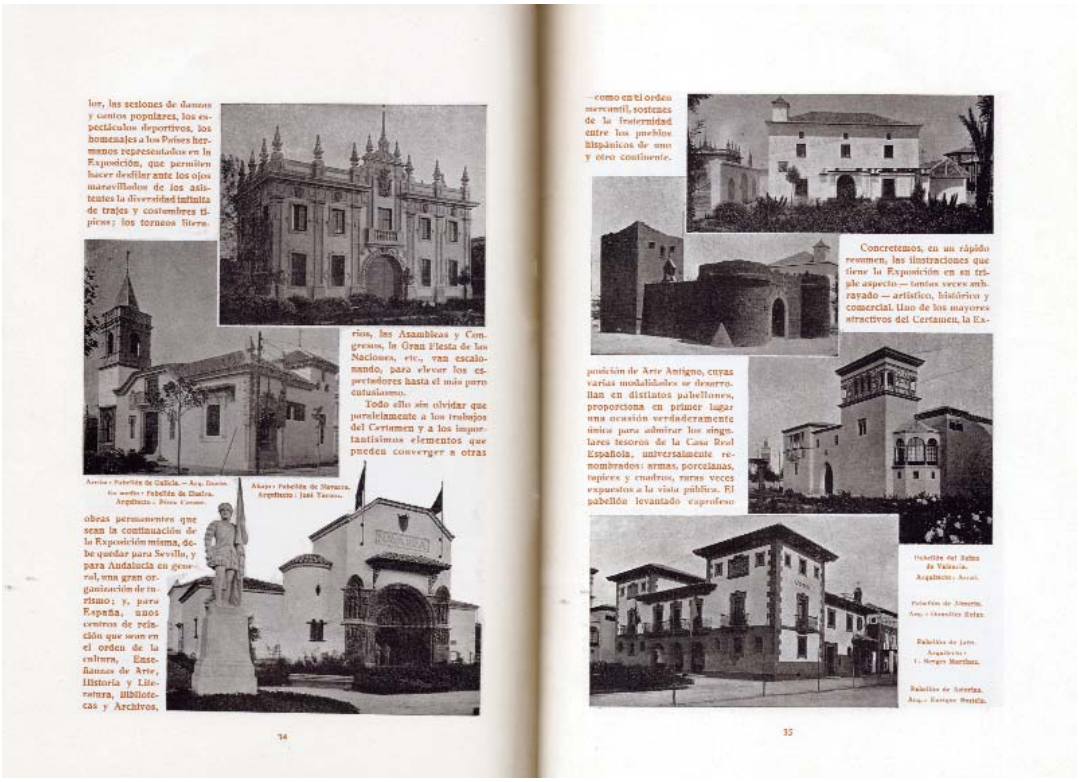
Fotografía del director de la Exposición Cruz Conde



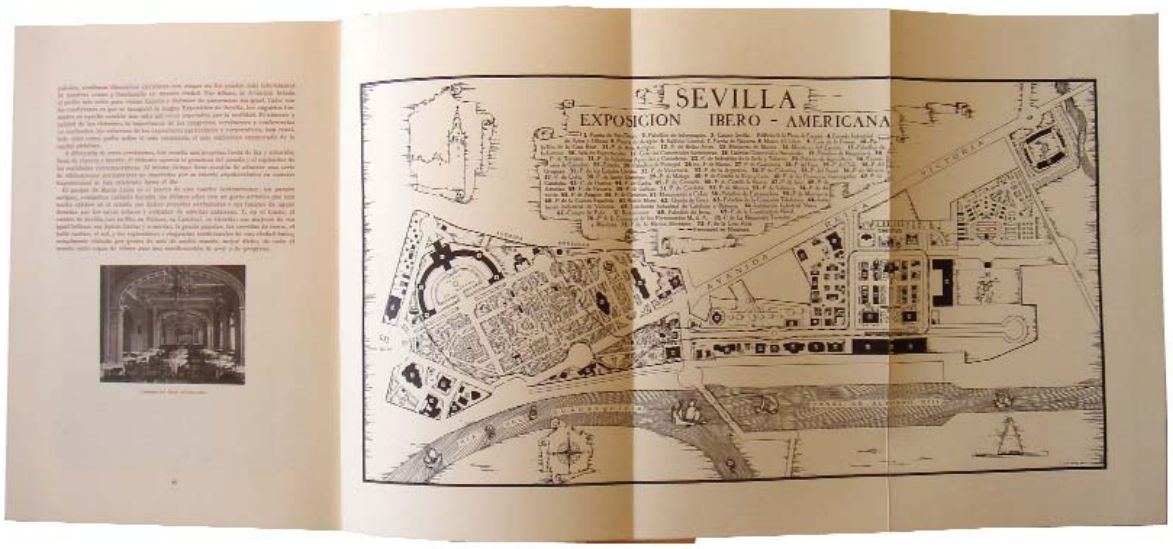
Maqueta a doble página con texto adaptado al contorno de la fotografía en la par

En las páginas interiores se emplea un tipo de fuente romana de color rojo. Las cajas de texto se maquetan a una columna. Parte de las fotografías se sitúan al ancho de caja, por encima o por debajo del texto, aunque la maqueta es irregular. En otras páginas se solapan fotografías o se adapta el ancho de la columna a las imágenes.

El folleto tiene encartado un plano desplegable de la Exposición, de tres páginas, que está encolado a la última página impar de respeto.



Maqueta con fotografías solapadas



Plano desplegable de la Exposición

3.2.8. Partitura con el Himno oficial de la Exposición

La partitura con el himno oficial se editó en un folleto de 12 páginas. La hipótesis más verosímil es que se trate de un encargo del Negociado de Publicidad de la Exposición, ya que está realizado por la imprenta de Barcelona Rieusset, que habitualmente llevaba a cabo estos trabajos. Además la ilustración de la cubierta incluye el símbolo oficial; si bien de forma singular, puesto que es el personaje quien lo recoge entre sus manos.

La ilustración de la cubierta es de Santiago Martínez y tiene un aire decimonónico y costumbrista. Una mujer con peineta y mantilla sostiene entre sus manos el símbolo de la Exposición (la bola del mundo sobre la que se erigen la Giralda y la carabela colombina). Al fondo de la composición, los rayos de luz la iluminan por la espalda y sobre el suelo. Además de la sombra incompleta de la mujer, se siluetea la de la Giralda. La imagen tiene como marco una orla de volutas y pámpanos. El título va en color amarillo y lleva letras perfiladas de un tipo de fuente romana. Al pie, sobre un fondo de color azul, se muestra una leyenda con las referencias a los autores de letra y música. Toda la ilustración lleva un marco compuesto con un trazo grueso de color naranja.



Cubierta con ilustración de Santiago Martínez


HIMNO
DE LA
Exposición de Sevilla
Letra de S. y J. ÁLVAREZ QUINTERO. Música de FRANCISCO ALONSO
Marcial heroico.
CORO DE HOMBRES.
¡Sa - lud, a - mo - ri - cos mos del mun - do ju - ven - tud! ¡Sa - lud, pueblos her - ma - nos! ¡Sa -

Primera página de la partitura

3.2.9. Folleto sobre los primeros trabajos de la Exposición

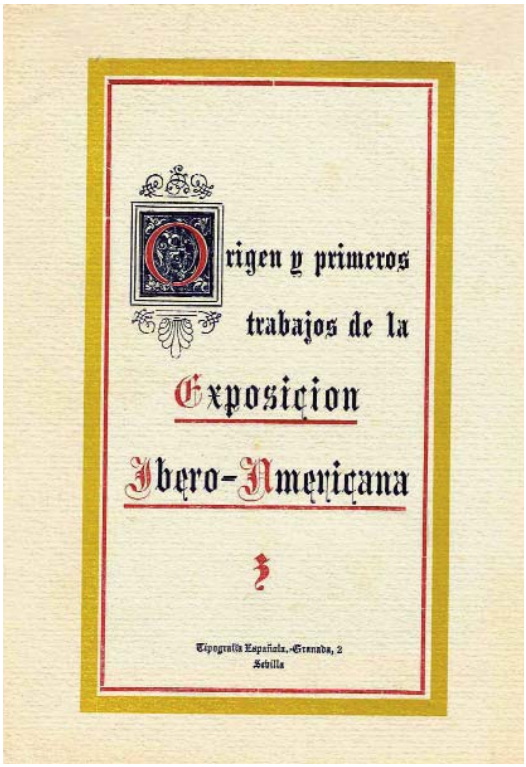
Folleto de 40 páginas de color marfil impreso por la sevillana Tipografía española en 1929. Técnicamente es muy sencillo. Se destinó a publicitar los primeros pasos que se llevaron a cabo durante la Exposición. Su tamaño es de 140 mm. de ancho por 205 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

La cubierta es puramente tipográfica. Emplea un tipo gótico, en colores negro, rojo y dorado. La primera capitular es decorativa, está enmarcada y decorada con gracias tipográficas. La tercera y cuarta líneas están subrayadas por sendos filetes de color rojo. Esta tinta se emplea para las primeras letras de cada palabra y también en la viñeta decorativa que se pone debajo de la última línea. En la falda de la caja se pone las señas del impresor. Toda la composición lleva un doble marco con una línea fina interior de color rojo y una gruesa exterior dorada.

La portada emplea una fuente de palo seco y deja en versales las líneas cuarta y quinta. Se adorna también con una pequeña viñeta tipográfica y lleva un marco de línea fina.

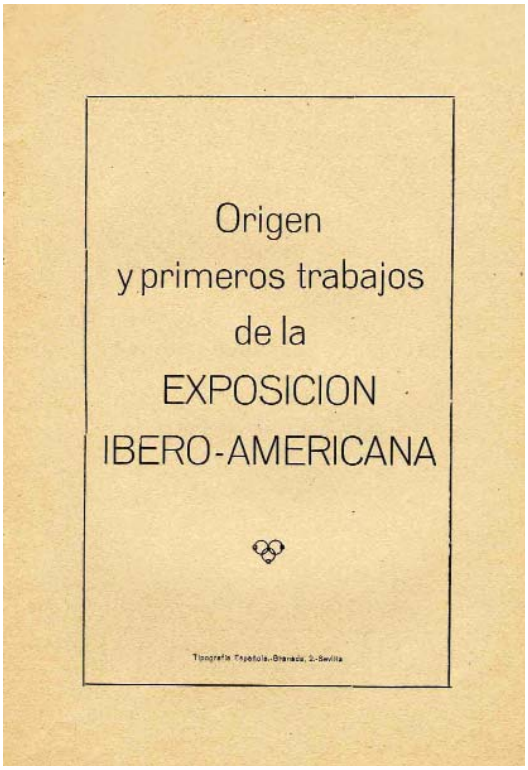
El texto va a una columna.

La introducción lleva una carta que se maqueta en cursiva. La primera página impar del texto principal deja el palo seco para el titular y el resto del texto va en una fuente romana. El párrafo es ordinario y el título se separa del resto del texto por un filete corto.


Origen y primeros trabajos de la Exposicion Ibero-Americana

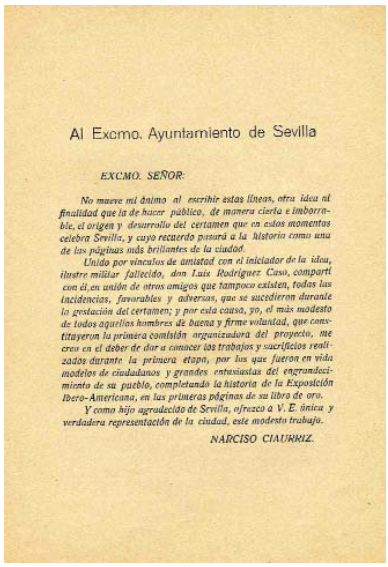
Tipografía Española.-Granada, 2
Sevilla

Cubierta


Origen
y primeros trabajos
de la
EXPOSICION
IBERO-AMERICANA

Tipografía Española.-Granada, 2.-Sevilla

Portada


Al Excmo. Ayuntamiento de Sevilla

EXCMO. SEÑOR:

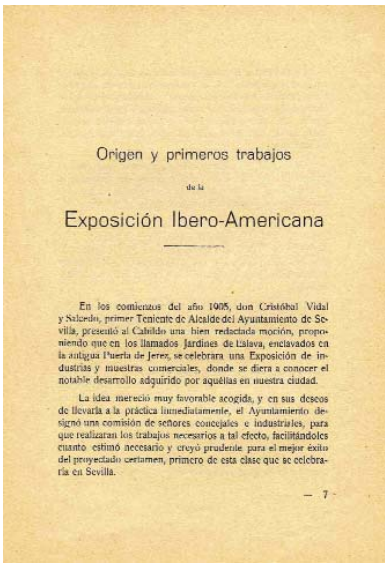
No mueve mi ánimo al escribir estas líneas, otra idea ni finalidad que la de hacer público, de manera cierta e imborrable, el origen y desarrollo del certamen que en estos momentos celebra Sevilla, y cuyo recuerdo pasará a la historia como una de las páginas más brillantes de la ciudad.

Unido por vínculos de amistad con el iniciador de la idea, ilustre militar fallecido, don Luis Rodríguez Caso, compartí con él,en unión de otros amigos que tampoco existen, todas las incidencias, favorables y adversas, que se sucedieron durante la gestación del certamen; y por esta causa, yo, el más modesto de todos aquellos hombres de buena y firme voluntad, que constituyeron la primera comisión organizadora del proyecto, me creo en el deber de dar a conocer los trabajos y sacrificios realizados durante la primera etapa, por los que fueron en vida modelos de ciudadanos y grandes entusiastas del engrandecimiento de su pueblo, completando la historia de la Exposición Ibero-Americana, en las primeras páginas de su libro de oro.

Y como hijo agradecido de Sevilla, ofrezco a V. E. única y verdadera representación de la ciudad, este modesto trabajo.

NARCISO CIAURRIZ.

Carta maquetada en cursiva


Origen y primeros trabajos

de la

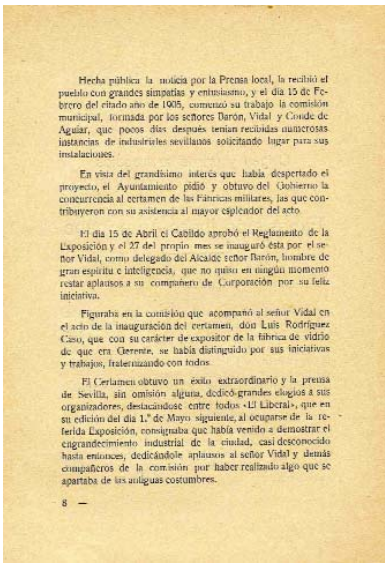
Exposición Ibero-Americana

En los comienzos del año 1905, don Cristóbal Vidal y Salcedo, primer Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Sevilla, presentó al Cabildo una bien redactada moción, proponiendo que en los llamados Jardines de Hiálava, enclavados en la antigua Puerta de Jerez, se celebrara una Exposición de industrias y muestras comerciales, donde se diera a conocer el notable desarrollo adquirido por aquéllas en nuestra ciudad.

La idea mereció muy favorable acogida, y en sus deseos de llevarla a la práctica inmediatamente, el Ayuntamiento designó una comisión de señores concejales e industriales, para que realizaran los trabajos necesarios a tal efecto, facilitándoles cuanto estimó necesario y creyó prudente para el mejor éxito del proyectado certamen, primero de esta clase que se celebraría en Sevilla.

— 7 —

Primera página de texto


Hecha pública la noticia por la Prensa local, la recibió el pueblo con grandes simpatías y entusiasmo, y el día 15 de Febrero del citado año de 1905, comenzó su trabajo la comisión municipal, formada por los señores Barón, Vidal y Conde de Aguilar, que pocos días después tenían recibidas numerosas instancias de industriales sevillanos solicitando lugar para sus instalaciones.

En vista del grandísimo interés que había despertado el proyecto, el Ayuntamiento pidió y obtuvo del Gobierno la concurrencia al certamen de las Fábricas militares, las que contribuyeron con su asistencia al mayor esplendor del acto.

El día 15 de Abril el Cabildo aprobó el Reglamento de la Exposición y el 27 del propio mes se inauguró ésta por el señor Vidal, como delegado del Alcalde señor Barón, hombre de gran espíritu e inteligencia, que no quiso en ningún momento restar aplausos a su compañero de Corporación por su feliz iniciativa.

Figuraba en la comisión que acompañó al señor Vidal en el acto de la inauguración del certamen, don Luis Rodríguez Caso, que con su carácter de expositor de la fábrica de vidrio de que era Gerente, se había distinguido por sus iniciativas y trabajos, fraternizando con todos.

El Certamen obtuvo un éxito extraordinario y la prensa de Sevilla, sin omisión alguna, dedicó grandes elogios a sus organizadores, destacándose entre todos «El Liberal», que en su edición del día 1.º de Mayo siguiente, al ocuparse de la recién lenida Exposición, consignaba que había venido a demostrar el engrandecimiento industrial de la ciudad, casi desconocido hasta entonces, dedicándole aplausos al señor Vidal y demás compañeros de la comisión por haber realizado algo que se apartaba de las antiguas costumbres.

8 —

El texto va a una columna con párrafo ordinario

3.2.10. Plano de bolsillo de la Exposición

Este pequeño plano está editado en un papel tipo offset de color marfil de poco gramaje e impreso por la imprenta de Barcelona Industria del Papel. Se despliega cuatro veces destinando el anverso al propio plano del recinto y el reverso a la cubierta y a la enumeración de los pabellones. Su tamaño abierto es de 147 mm. de ancho por 290 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 7 puntos, con un interlineado de 7 puntos pica.

La cubierta tiene un marco azul claro de triple caña. Se ocupa en el centro el símbolo de la Exposición. Emplea para las letras una fuente romana. El título Sevilla va en un cuerpo de mayor tamaño y se rodea con un marco historiado de inspiración barroca del mismo color azul. También se utiliza este color para el fondo del logotipo. El texto por debajo del logotipo se justifica al centro en triángulo español, dejando de idéntica longitud las tres primeras líneas y más corta la cuarta.

El plano está cuadriculado y se identifica cada cuadrícula con número y letra. La relación de números ocupan, de izquierda a derecha, la franja horizontal por debajo del marco y la de letras, la vertical. También se elige un tipo de fuente romana. Debajo del marco negro, en el ángulo inferior derecho, aparece la seña del impresor: Industria del Papel, S.A. Barcelona, en letra de palo seco.

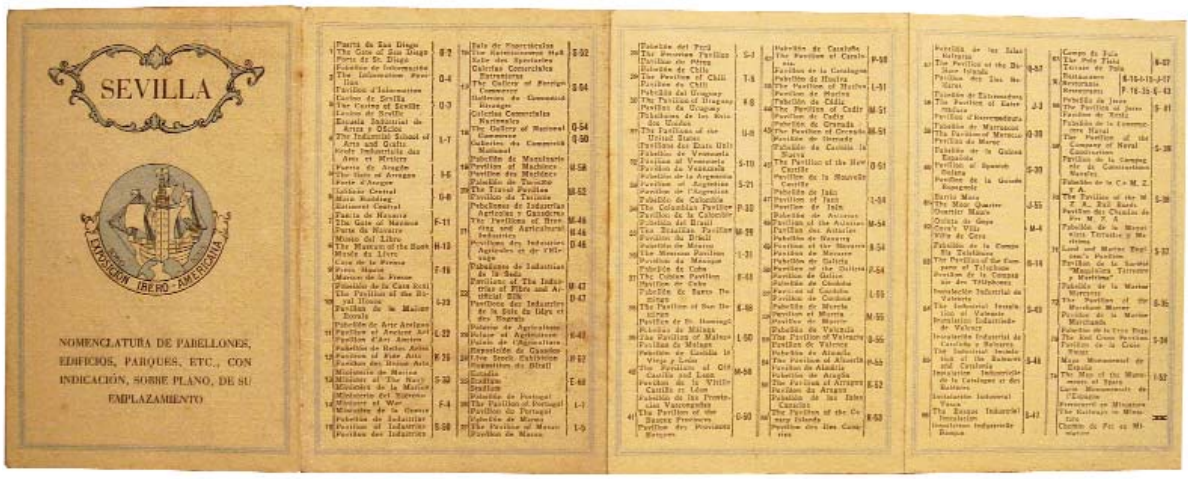
La relación de pabellones se enumera en columnas que se separan por corondeles de doble caña. Cada una de las tres franjas en las que se divide la página está enmarcada con una triple caña del color azul claro. El nombre de los pabellones y sus localizaciones se ordenan en cada columna de arriba abajo con números y letras que se aíslan por corchetes a izquierda y derecha del bloque.



Cubierta



El plano está cuadriculado



Reverso del plano



Anverso del plano

3.2.11. Folleto de la *Cabalgata histórica de la Raza Hispano-Americana*

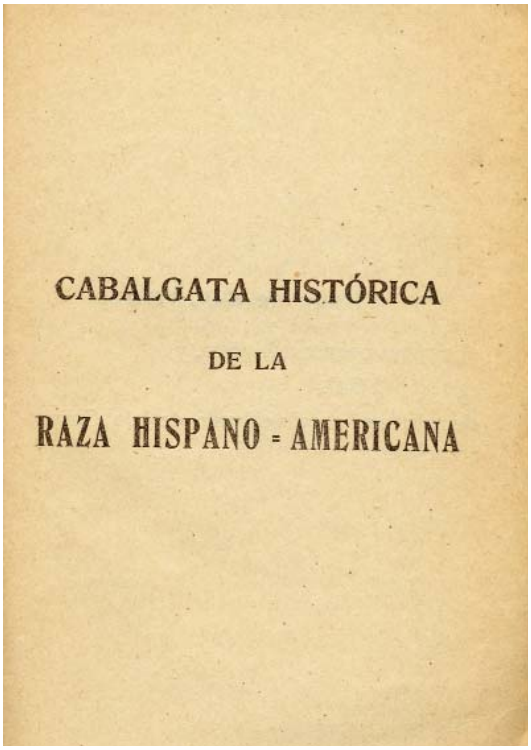
Este pequeño folleto de 24 páginas fue encargado por el Comité de la Exposición e impreso en la propia imprenta de la Sección del Libro de la muestra. Explica en la primera página impar detrás de la portadilla que su función fue servir de guía a los espectadores que asistieron a la Cabalgata Histórica de la Raza Hispano Americana. Está impreso en rústica y grapado, aunque en la página par, detrás de la portadilla, se señala que se tiraron 30.000 ejemplares de las mismas características al que hemos analizado y otros 100 de lujo, en papel verjurado de hilo Guarro, no venales. Su tamaño es de 105 mm. de ancho por 150 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 12 puntos pica.

La cubierta está maquetada con predominio tipográfico, con un texto justificado al centro en romana y en caja alta, excepto en el rótulo del precio, donde sólo es alta la primera letra y al no estar justificado rompe el equilibrio de la composición. Emplea tres tipos: uno para las líneas primera y tercera, de ojo más estrecho, otro para el resto de las líneas del título y para el rótulo del precio y un tercero que figura bajo el logotipo, y que debió ser el mismo para todas las ediciones de la Imprenta de la Sección del Libro. Sólo coinciden en tamaño las líneas tercera y quinta. Debajo del título se sitúa el símbolo de la Exposición, con el dibujo de la carabela y la Giralda coronando el mundo rodeadas de un círculo y las dos leyendas al pie, una dentro y la otra fuera del mismo. Un sencillo marco de cuatro líneas delgadas constituye la caja.

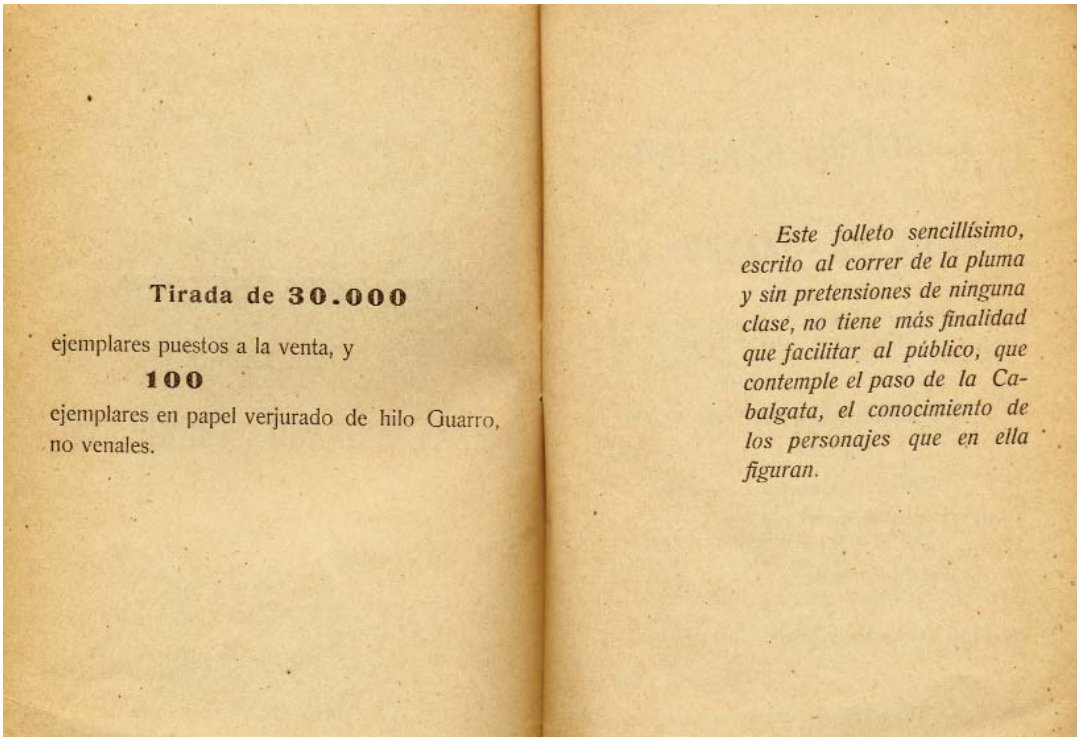
No tiene página de respeto y la portada la ocupa la primera página impar detrás de la cubierta, llevando solamente el título impreso.


CABALGATA HISTÓRICA
DE LA
RAZA HISPANO-AMERICANA
ORGANIZADA
POR EL
COMITÉ DE LA EXPOSICIÓN
IMP. DE LA E. I. A.
SECCIÓN DEL LIBRO
SEVILLA
1929
Precio: 20 céntimos.

Cubierta


CABALGATA HISTÓRICA
DE LA
RAZA HISPANO - AMERICANA

Portada

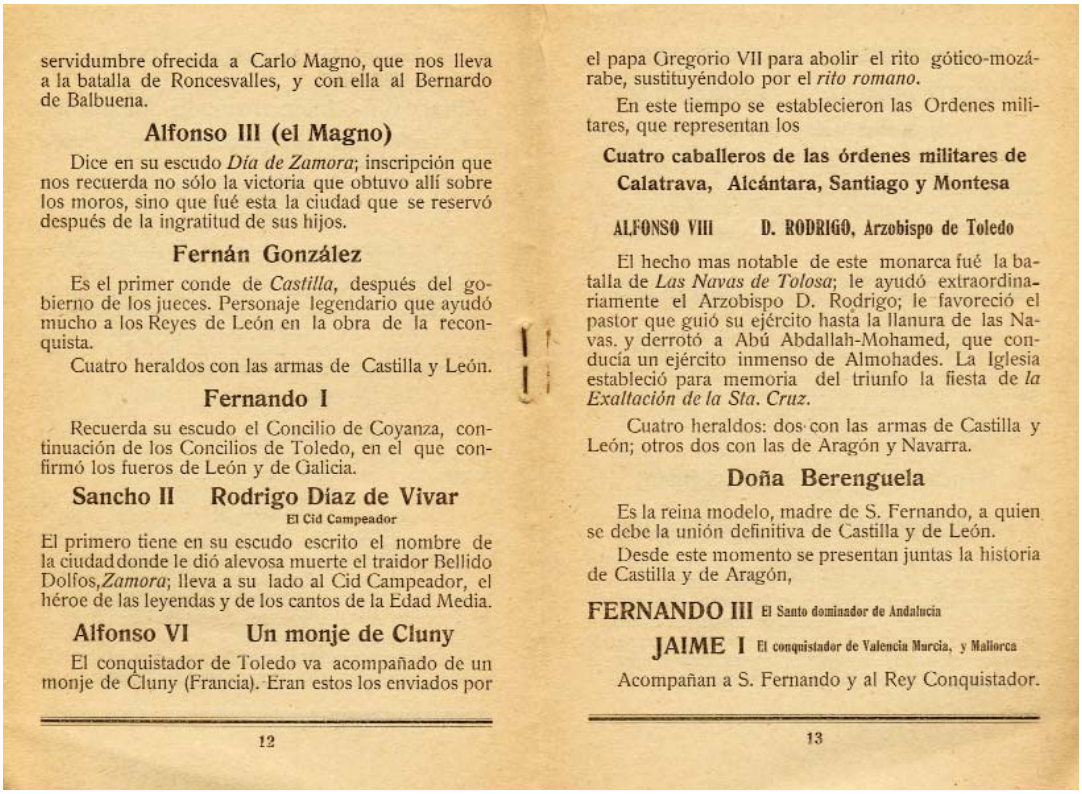

Tirada de 30.000
ejemplares puestos a la venta, y
100
ejemplares en papel verjurado de hilo Guarro, no venales.

Este folleto sencillísimo, escrito al correr de la pluma y sin pretensiones de ninguna clase, no tiene más finalidad que facilitar al público, que contemple el paso de la Cabalgata, el conocimiento de los personajes que en ella figuran.

Portadilla explicativa

Las páginas de texto están compuestas con descuido, empleando los dos tipos principales que emplea en la cubierta. Los títulos de las carrozas y de los personajes se justifican en mayúsculas y al centro, aunque no es así en todos los casos, y hallamos también títulos justificados a la izquierda y otros que sólo emplean la caja alta para la primera letra.

Al pie de cada página, un filete ornamental de tres líneas –una más gruesa en el centro y dos más finas encima y debajo– separa la caja de texto de la numeración.



servidumbre ofrecida a Carlo Magno, que nos lleva a la batalla de Roncesvalles, y con ella al Bernardo de Balbuena.

Alfonso III (el Magno)

Dice en su escudo *Día de Zamora*; inscripción que nos recuerda no sólo la victoria que obtuvo allí sobre los moros, sino que fué esta la ciudad que se reservó después de la ingratitud de sus hijos.

Fernán González

Es el primer conde de *Castilla*, después del gobierno de los jueces. Personaje legendario que ayudó mucho a los Reyes de León en la obra de la reconquista.

Cuatro heraldos con las armas de Castilla y León.

Fernando I

Recuerda su escudo el Concilio de Coyanza, continuación de los Concilios de Toledo, en el que confirmó los fueros de León y de Galicia.

Sancho II **Rodrigo Diaz de Vivar**
El Cid Campeador

El primero tiene en su escudo escrito el nombre de la ciudad donde le dió alevosa muerte el traidor Bellido Dolfos, *Zamora*; lleva a su lado al Cid Campeador, el héroe de las leyendas y de los cantos de la Edad Media.

Alfonso VI **Un monje de Cluny**

El conquistador de Toledo va acompañado de un monje de Cluny (Francia). Eran estos los enviados por

12

el papa Gregorio VII para abolir el rito gótico-mozárabe, sustituyéndolo por el *rito romano*.

En este tiempo se establecieron las Ordenes militares, que representan los

Cuatro caballeros de las órdenes militares de Calatrava, Alcántara, Santiago y Montesa

ALFONSO VIII **D. RODRIGO, Arzobispo de Toledo**

El hecho mas notable de este monarca fué la batalla de *Las Navas de Tolosa*; le ayudó extraordinariamente el Arzobispo D. Rodrigo; le favoreció el pastor que guió su ejército hasta la llanura de las Navas. y derrotó a Abú Abdallah-Mohamed, que conducía un ejército inmenso de Almohades. La Iglesia estableció para memoria del triunfo la fiesta de *la Exaltación de la Sta. Cruz*.

Cuatro heraldos: dos con las armas de Castilla y León; otros dos con las de Aragón y Navarra.

Doña Berenguela

Es la reina modelo, madre de S. Fernando, a quien se debe la unión definitiva de Castilla y de León.

Desde este momento se presentan juntas la historia de Castilla y de Aragón,

FERNANDO III El Santo dominador de Andalucía

JAIME I El conquistador de Valencia Murcia, y Mallorca

Acompañan a S. Fernando y al Rey Conquistador.

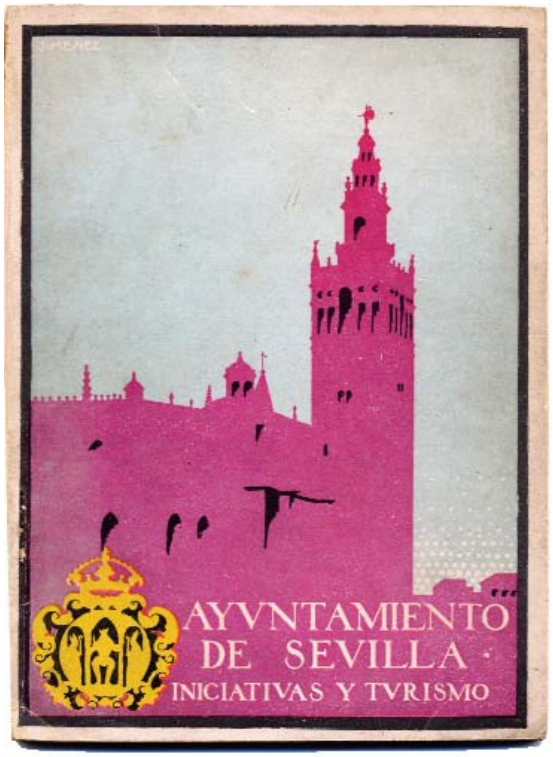
13

El texto no mantiene la tipografía ni el tamaño de las letras

3.2.12. Guía editada por el Ayuntamiento de Sevilla en idioma alemán

Esta guía fue encargada por el Ayuntamiento de Sevilla a la imprenta local Mejías y Susillo en 1929. El nombre del impresor y la fecha de edición figuran en la página par, detrás de la portada. Tiene 80 páginas que se unen con dos grapas y la cubierta está encolada en el lomo. En general, parece que el impresor se haya esmerado por ofrecer un aspecto moderno y funcional tanto en la maquetación del folleto como en la ilustración de la cubierta. No hay concesiones a las orlas recargadas de pámpanos ni a representaciones de mujeres ataviadas del traje regional; ambos elementos característicos de otras ediciones locales relacionadas con la Exposición. Esta guía de bolsillo es de gran legibilidad y contiene información abundante. Sorprende que la cubierta y la contracubierta estén en español y no haya referencia alguna a que todo el texto de las páginas interiores está en alemán. Cabe la duda de que enviasen los cuadernillos ya impresos desde Alemania y la imprenta sevillana, se encargara de la encuadernación y la cubierta, aunque este dato no hemos podido confirmarlo. Su tamaño es de 120 mm. de ancho por 170 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica.

En la ilustración de la cubierta, firmada por Jiménez, apreciamos la influencia de cartelistas alemanes como Lucian Bernhard o Hans R. Erdt, al emplear como ellos una composición muy sencilla, en este caso una imagen de la catedral y de la Giralda, que simplifica y desprovee de detalles al convertirlas en una mancha de color rosa que se recorta sobre un cielo azul celeste. El impacto visual es muy alto empleando recursos mínimos. El escudo de la ciudad también se convierte en una silueta de color amarillo mientras el tipo elegido, romano, tiene buena legibilidad. También introduce un factor de clasiscismo, optando por la grafía latina que sustituye la letra "U" por la "V". Toda la composición se enmarca con cuatro gruesos trazos de color negro.



Cubierta


STADTVERWALTUNG VON SEVILLA

ABT. FREMDENVERKEHR

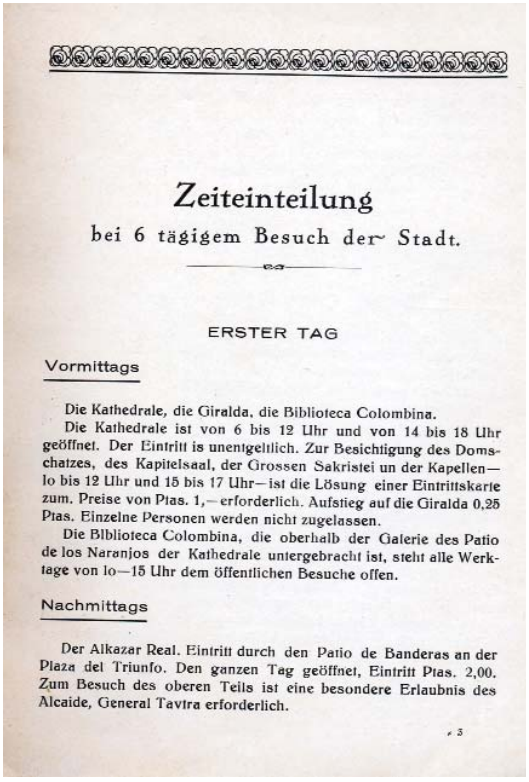
Führer durch Sevilla

Aus dem Volksmund:

Wer Sevilla nicht sah, hat ein Wunder nicht gesehen.

PREISE: PTAS. 1

Portada


Zeiteinteilung

bei 6 tägigem Besuch der Stadt.

ERSTER TAG

Vormittags

Die Kathedrale, die Giralda, die Biblioteca Colombina.

Die Kathedrale ist von 6 bis 12 Uhr und von 14 bis 18 Uhr geöffnet. Der Eintritt is unentgeltlich. Zur Besichtigung des Domschatzes, des Kapitelsaal, der Grossen Sakristei un der Kapellen—lo bis 12 Uhr und 15 bis 17 Uhr—ist die Lösung einer Eintrittskarte zum. Preise von Ptas. 1,—erforderlich. Aufstieg auf die Giralda 0,25 Ptas. Einzelne Personen werden nicht zugelassen.

Die Biblioteca Colombina, die oberhalb der Galerie des Patio de los Naranjos der Kathedrale untergebracht ist, steht alle Werktage von lo—15 Uhr dem öffentlichen Besuche offen.

Nachmittags

Der Alkazar Real. Eintritt durch den Patio de Banderas an der Plaza del Triunfo. Den ganzen Tag geöffnet, Eintritt Ptas. 2,00. Zum Besuch des oberen Teils ist eine besondere Erlaubnis des Alcaide, General Tavira erforderlich.

« 3 »

Primera página de texto


YBARRA Y COMPAÑIA, S. EN C.

EMPRESA DE NAVEGACION

SEVILLA

Líneas regulares de cabotaje

Servicio rápido semanal desde Bilbao a Barcelona y regreso con escala en Santander, Málaga, Alicante, Valencia, Tarragona y Barcelona a la ida; y las de Valencia, Alicante, Málaga, Sevilla, Vigo, Villagarcía, La Coruña, Musel, Santander y Bilbao al regreso.

Servicio regular ordinario semanal desde Pasajes con escalas intermedias hasta Marsella y regreso.

Servicio regular rápido desde Pasajes a Barcelona y regreso.

Estos buques admiten también mercancías con conocimiento directo para Rangoon, Colombo, Port-Said, Bombay, Karachee, Madrás y Calcuta, con trasbordo en Marsella, a for-fait, sumamente reducido y combinación con la importante Compañía inglesa «BIBBY LINE.»

LINEA TRASATLANTICA postal y comercial entre los puertos del Mediterráneo, a Brasil, Uruguay y Argentina, con salida del puerto de Génova los días 26, y de Buenos Aires el día 15 de cada mes.

LINEA TRASATLANTICA postal y comercial entre los puertos del Mediterráneo y los Estados Unidos de América, con salida del puerto de Génova los días 15 y 30, y de New-York los días 15 y 30 de cada mes.

LINEA TRASATLANTICA postal y comercial entre los puertos del Cantábrico, Sevilla y los Estados Unidos de América; una expedición cada 25 días.

SERVICIOS DE CABOTAJE regulares, bi-semanales, entre Bilbao, Marsella y puertos intermedios.

Para informes dirigirse a la DIRECCION, Apartado 15.-SEVILLA y en los puertos a sus respectivos consignatarios.

« 68 »

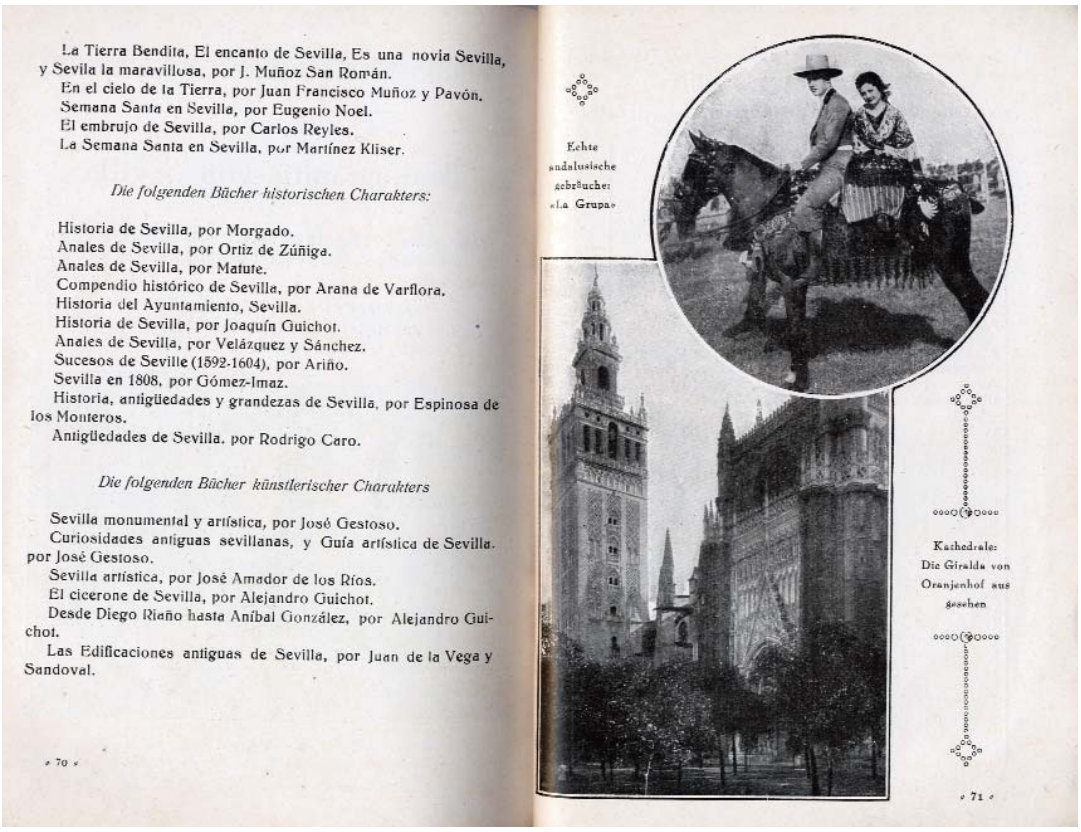
El único anuncio que incluye es éste de la empresa de navegación Ybarra

La portada emplea una sola orla, en la que también se rompe la convención de situarla encabezando la página. En este caso se enmarca la primera letra de la línea principal, una "F", y su marco se extienden en vertical hacia arriba y hacia abajo cinco trazos rectos. El eje central de la orla es el de mayor longitud, ocupando toda la caja de texto, y está compuesto por pequeños círculos que a su vez forma otros dos círculos en sus extremos superior e inferior. Los otros cuatro trazos son paralelos, dos a dos, y los exteriores son más cortos que los interiores, rematándose todos ellos con pequeños rectángulos de color negro, el conjunto forma un adorno completamente simétrico.

El escudo de la ciudad se sitúa en la mitad inferior de la página, con el precio enmarcado debajo. Los tipos de la primera y tercera línea tienen *serif*, mientras el segundo es de palo seco. Los dos primeros están subrayados con un filete. Las líneas primera y tercera son de trazo más ancho que la segunda.

La maquetación del texto es también muy funcional, a una sola columna. La orla que encabeza cada página es tipográfica y sencilla, compuesta por piezas circulares que recuerdan claveles y un filete que sirve de subrayado. El título principal también se subraya con un fino filete decorado en la mitad de la línea. Los títulos y textos principales van en letra romana, mientras que para subtítulos y ladillos se emplea letra de palo seco. Los ladillos se justifican a la izquierda de la caja y se subrayan. Las fotografías se componen en la mayor parte de las páginas, al ancho de la caja, y se enmarcan con una línea fina. En otros casos ocupan toda la página y en la página 15 se dispone en vertical una fotografía de la Giralda y se maquetan dos columnas de texto, a derecha e izquierda de la torre.

El único anuncio publicitario que se inserta es de la Compañía de Navegación Ybarra. Ocupa toda la página y es predominantemente tipográfico, aunque incluye, por encima del nombre de la marca, una viñeta que representa un barco. Los títulos se componen en letra de palo seco y el resto del texto en romana, en una columna justificada al centro. En



La Tierra Bendita, El encanto de Sevilla, Es una novia Sevilla, y Sevila la maravillosa, por J. Muñoz San Román.
En el cielo de la Tierra, por Juan Francisco Muñoz y Pavón.
Semana Santa en Sevilla, por Eugenio Noel.
El embrujo de Sevilla, por Carlos Reyles.
La Semana Santa en Sevilla, por Martínez Kliser.

Die folgenden Bücher historischen Charakters:

Historia de Sevilla, por Morgado.
Anales de Sevilla, por Ortiz de Zúñiga.
Anales de Sevilla, por Matute.
Compendio histórico de Sevilla, por Arana de Varflora.
Historia del Ayuntamiento, Sevilla.
Historia de Sevilla, por Joaquín Guichot.
Anales de Sevilla, por Velázquez y Sánchez.
Sucesos de Seville (1592-1604), por Ariño.
Sevilla en 1808, por Gómez-Imaz.
Historia, antigüedades y grandezas de Sevilla, por Espinosa de los Monteros.
Antigüedades de Sevilla, por Rodrigo Caro.

Die folgenden Bücher künstlerischer Charakters

Sevilla monumental y artística, por José Gestoso.
Curiosidades antiguas sevillanas, y Guía artística de Sevilla, por José Gestoso.
Sevilla artística, por José Amador de los Ríos.
El cicerone de Sevilla, por Alejandro Guichot.
Desde Diego Riaño hasta Aníbal González, por Alejandro Guichot.
Las Edificaciones antiguas de Sevilla, por Juan de la Vega y Sandoval.

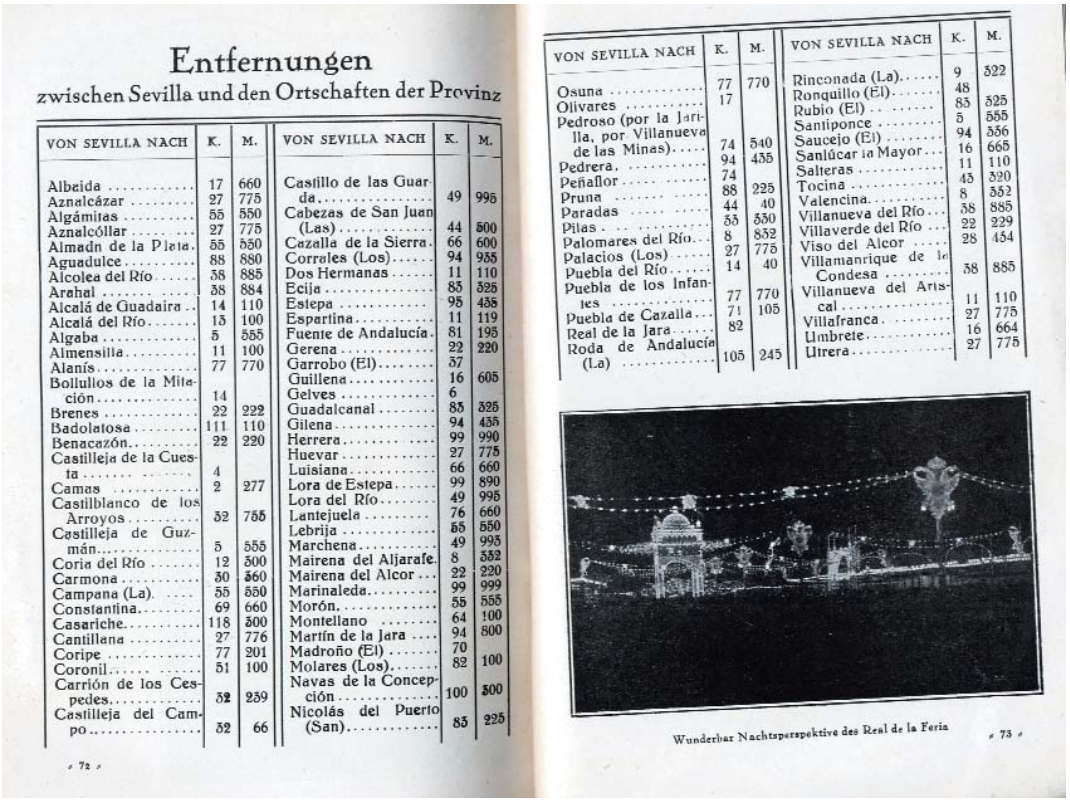
« 70 »

Echte andalusische Gebräuche: «La Grupa»

Kathedrale: Die Giralda von Oranjenhof aus gesehen

« 71 »

Maqueta a doble página con fotografías solapadas en la impar



Entfernungen
zwischen Sevilla und den Ortschaften der Provinz

VON SEVILLA NACH	K.	M.
Albaida	17	660
Aznalcázar	27	775
Algámitas	55	550
Aznalcóllar	27	775
Almadn de la Plata	55	550
Aguadulce	88	880
Alcolea del Río	58	885
Arahal	58	884
Alcalá de Guadaira	14	110
Alcalá del Río	15	100
Algaba	5	555
Almensilla	11	100
Alanís	77	770
Bollullos de la Mitación	14	
Brenes	22	222
Badolatosa	111	110
Benacazón	22	220
Castilleja de la Cuesta	4	
Camas	2	277
Castilblanco de los Arroyos	52	755
Castilleja de Guzmán	5	555
Coria del Río	12	500
Carmona	30	560
Campana (La)	55	550
Constantina	69	660
Casariche	118	500
Cantillana	27	776
Coripe	77	201
Coronil	51	100
Carrión de los Céspedes	52	259
Castilleja del Campo	52	66
Castillo de las Guardas (Las)	49	995
Cabezas de San Juan	44	800
Cazalla de la Sierra	66	600
Corrales (Los)	94	955
Dos Hermanas	11	110
Ecija	85	525
Estepa	95	455
Espartina	11	119
Fuente de Andalucía	81	195
Gerena	22	220
Garrobo (El)	57	
Guillena	16	605
Gelves	6	
Guadalcanal	85	525
Gilena	94	455
Herrera	99	990
Huevar	27	775
Luisiana	66	660
Lora de Estepa	99	890
Lora del Río	49	995
Lantejuela	76	660
Lebrija	55	550
Marchena	49	995
Mairena del Aljarafe	8	552
Mairena del Alcor	22	220
Marinaleda	99	999
Morón	55	555
Montellano	64	100
Martín de la Jara	94	800
Madroño (El)	70	
Molares (Los)	82	100
Navas de la Concepción	100	500
Nicolás del Puerto (San)	85	225

« 72 »

VON SEVILLA NACH	K.	M.
Osuna	77	770
Olivares	17	
Pedroso (por la Jarilla, por Villanueva de las Minas)	74	540
Pedrera	94	455
Peñaflor	74	
Pruna	88	225
Paradas	44	40
Pilas	55	550
Palomares del Río	8	852
Palacios (Los)	27	775
Puebla del Río	14	40
Puebla de los Infantes	77	770
Puebla de Cazalla	71	105
Real de la Jara	82	
Roda de Andalucía (La)	105	245
Rinconada (La)	9	522
Ronquillo (El)	48	
Rubio (El)	85	525
Santiponce	5	555
Saucejo (El)	94	556
Sanlúcar la Mayor	16	665
Salteras	11	110
Tocina	45	320
Valencina	8	552
Villanueva del Río	58	885
Villaverde del Río	22	229
Viso del Alcor	28	454
Villamanrique de la Condesa	58	885
Villanueva del Ariscal	11	110
Villafranca	27	775
Umbrete	16	664
Utrera	27	775

Wunderbar Nachtsperspektive des Real de la Feria

« 73 »

Tabla de distancias kilométricas y fotografía nocturna en la impar para cubrir el blanco

la página 71 se maquetan dos fotografías montando una recortada en círculo sobre una vertical que se justifica a la izquierda. Se trata de compensar el desequilibrio visual empleando una pequeña decoración geométrica en forma de rombo en el ángulo superior izquierdo y otros dos motivos decorativos geométricos a la derecha de la fotografía vertical.

Como era habitual en los folletos, se incluye una tabla informativa, en este caso con las referencias a las distancias kilométricas entre Sevilla y municipios cercanos. La frialdad de la tabla se compensa introduciendo debajo de ella, al ancho de la caja, una fotografía artística con una vista nocturna del Real de la Feria iluminado. La contracubierta la ocupa una fotografía, enmarcada, de la Gruta de las Maravillas de Aracena.



Contracubierta

3.3 Folletos y catálogos de los pabellones

3.3.1. Folleto: *Catálogo del Pabellón Real*[25]

La cubierta del *Catálogo del Pabellón Real* hace frente a la moda de la funcionalidad que se extendía ya en el diseño gráfico de los años veinte, y se compone al viejo estilo que había recuperado, a finales del XIX, para el modernismo William Morris. Está editada en la imprenta de la Sección del Libro de la propia Exposición en el año 1930. Su tamaño es de 155 mm. de ancho por 210 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica. Editada a tres colores, la estampa con el anagrama de Alfonso XIII queda enmarcada con una orla arquitectónica de tipo gótico intrincada, pesada y ornamental. El tipo es también gótico y combina las letras de caja alta y baja. Aunque condensado, resulta legible. Emplea los colores rojo y negro en toda la composición a los que se añade el azul en el dibujo de las flores de lis, del escudo de la Casa de los Borbón.

Pese a ser una obra que apenas numera 33 páginas, está editada como un libro, con página de respeto al abrir la cubierta, portadilla en la primera página impar, con el título del catálogo en versales romanas, y portada en colores rojo y negro, de nuevo mostrando las flores de lis de la Casa Borbón y señalando con tipos romanos que la edición se ha realizado en 1930 en la sección del libro de la imprenta de la Exposición.

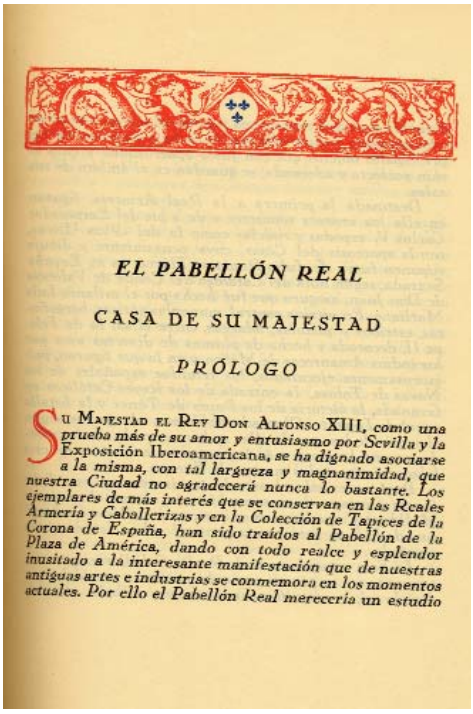
El ejemplar que estudiamos está editado en rústica, en papel símil japonés, y de esta serie se editaron 5.000 ejemplares. Así lo señala la página par enfrentada a la portada, que justifica la tirada y también especifica que se tiraron dos ejemplares en papel imperial del Japón numerados en la máquina y otros cien en gran papel de hilo numerados a mano.

La página impar, siguiente a la portada, es la primera de un prólogo de tres páginas encabezadas por un frontis al ancho de caja con una viñeta ornamental de color rojo con un

25. Aunque se denomine así, para nuestra catalogación es un folleto, al tener menos de 50 páginas.



Cubierta



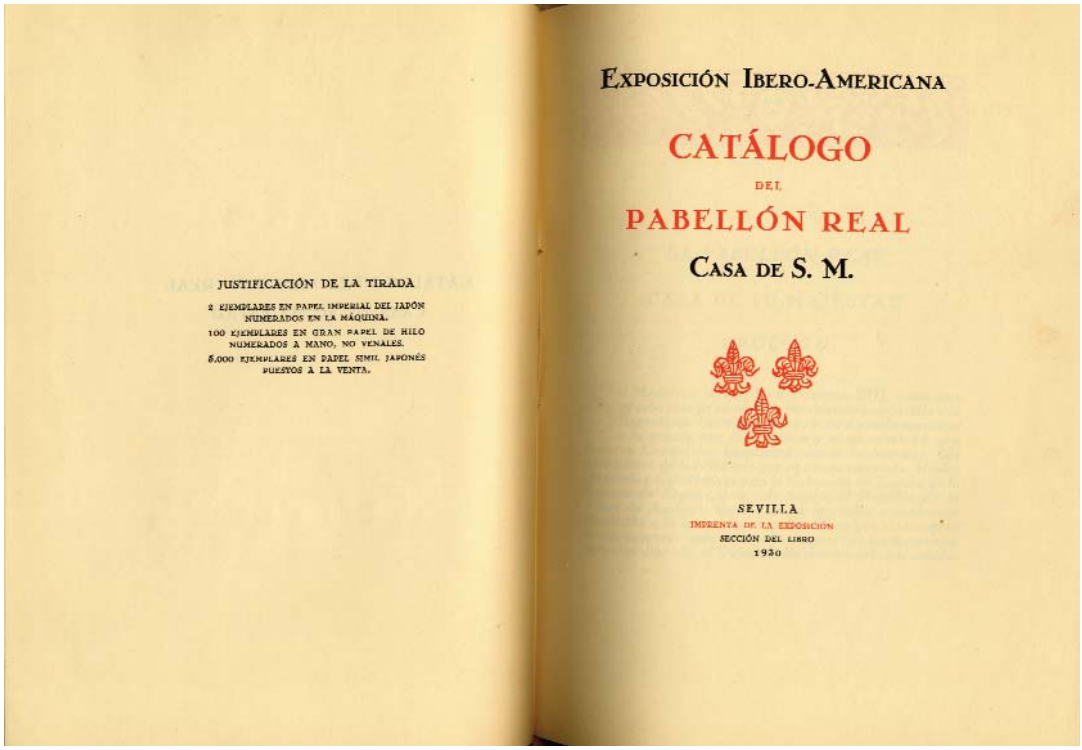
EL PABELLÓN REAL

CASA DE SU MAJESTAD

PRÓLOGO

Su Majestad el Rey Don Alfonso XIII, como una prueba más de su amor y entusiasmo por Sevilla y la Exposición Iberoamericana, se ha dignado asociarse a la misma, con tal largueza y magnanimidad, que nuestra Ciudad no agradecerá nunca lo bastante. Los ejemplares de más interés que se conservan en las Reales Armería y Caballerizas y en la Colección de Tapices de la Corona de España, han sido traídos al Pabellón de la Plaza de América, dando con todo realce y esplendor inusitado a la interesante manifestación que de nuestras antiguas artes e industrias se conmemora en los momentos actuales. Por ello el Pabellón Real merecería un estudio

Primera página de texto



JUSTIFICACIÓN DE LA TIRADA

2 EJEMPLARES EN PAPEL IMPERIAL DEL JAPÓN NUMERADOS EN LA MÁQUINA.
100 EJEMPLARES EN GRAN PAPEL DE HILO NUMERADOS A MANO, NO VENALES.
5.000 EJEMPLARES EN PAPEL SIMIL JAPONÉS PUESTOS A LA VENTA.

EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA

CATÁLOGO

DEL

PABELLÓN REAL

CASA DE S. M.

SEVILLA
IMPRENTA DE LA EXPOSICIÓN
SECCIÓN DEL LIBRO
1930

Portada y primera página par

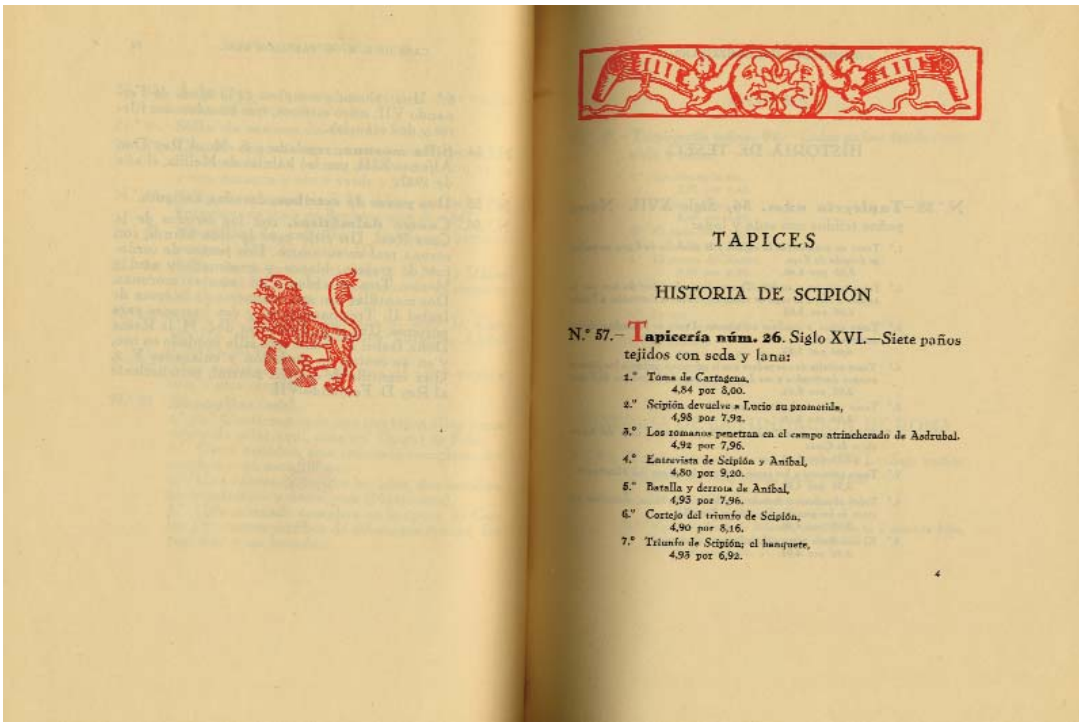
motivo mitológico que guarda las tres flores de lis. La capitular del texto es de color rojo, sombreada, y ocupa las cuatro primeras líneas. En el texto, a una columna, predomina un tipo cursivo, que en las páginas segunda y tercera están encabezados por un filete de color rojo.

La composición busca la elegancia en el conjunto, dejando un amplio espacio de aire alrededor de la caja de texto. En el resto de las páginas el tipo elegido es romano y está encabezado con dos filetes finos de color rojo entre los que se sitúa la numeración y el título, "Exposición Iberoamericana" en las páginas pares. En las impares los términos "Casa de S.M." y "Pabellón Real" están separados por el dibujo de una flor de lis. En la página par, enfrentada a la primera página, que explica las salas de la Real Armería y la de Tapices, aparecen respectivas viñetas ornamentales, mientras las primeras páginas impares, que explican cada sala, están encabezadas por un frontis al ancho de caja con un motivo vegetal o de inspiración mitológica.

Las últimas páginas del catálogo se destinan a mostrar seis fotografías –cada una de ellas en página impar y con las pares siguientes en blanco– a las que siguen una página de fe de erratas, otra de bibliografía y otra de colofón, con el lugar y la fecha en los que se terminó de imprimir el catálogo y el *Laus Deo*.

En la contracubierta está representado el escudo Real, que reitera el gusto historicista empleando una versión de la época de los Austria, en la que el escusón de Flandes y Tirol, se sustituye por el de la Casa Borbón, que actualiza su identificación.

Algunas páginas están decoradas con viñetas en color rojo, una de ellas muestra un león rampante, otra un castillo, en alusión a las armerías de los reinos tradicionales y en el resto predominan las de arabescos y estructuras geométricas.



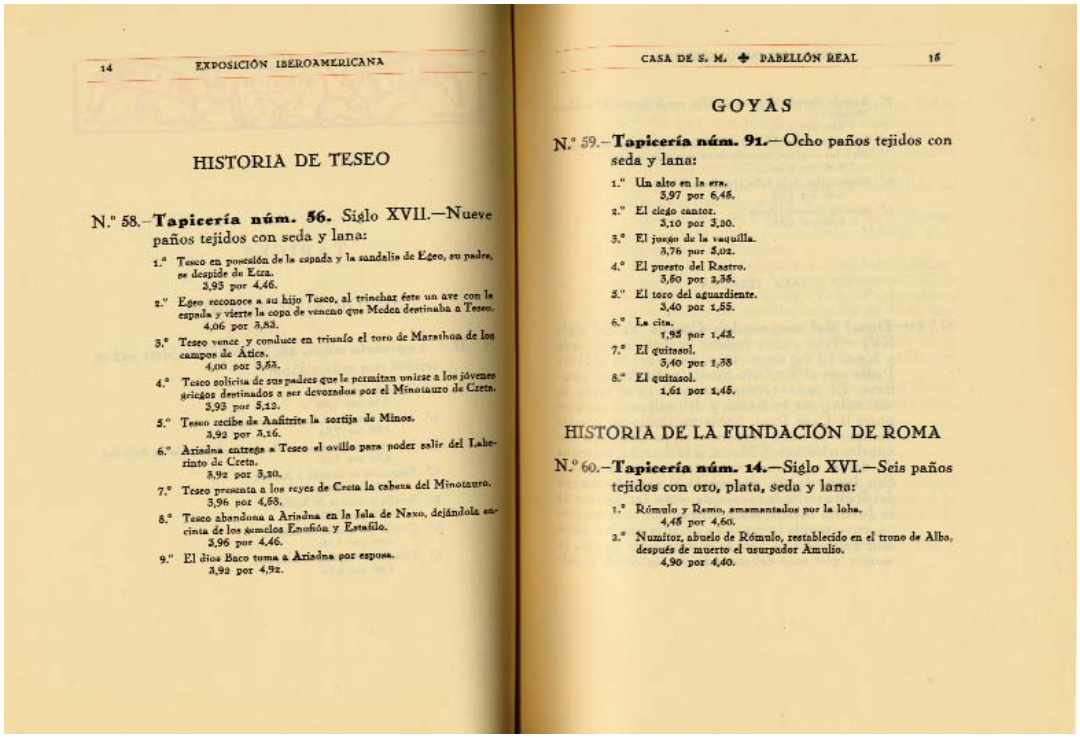
TAPICES

HISTORIA DE SCIPIÓN

N.° 57.– **Tapicería núm. 26.** Siglo XVI.—Siete paños tejidos con seda y lana:

1.° Toma de Cartagena.
4,84 por 8,00.
2.° Scipión devuelve a Lucio su prometida.
4,98 por 7,92.
3.° Los romanos penetran en el campo atrincherado de Asdrubal.
4,92 por 7,96.
4.° Entrevista de Scipión y Aníbal.
4,80 por 9,20.
5.° Batalla y derrota de Aníbal.
4,93 por 7,96.
6.° Cortejo del triunfo de Scipión.
4,90 por 8,16.
7.° Triunfo de Scipión; el banquete.
4,93 por 6,92.

Maqueta a doble página con viñeta en la par



HISTORIA DE TESEO

N.° 58.–**Tapicería núm. 56.** Siglo XVII.—Nueve paños tejidos con seda y lana:

1.° Teseo en posesión de la espada y la sandalia de Egeo, su padre, se despide de Etra.
3,93 por 4,46.
2.° Egeo reconoce a su hijo Teseo, al trinchar éste un ave con la espada y vierte la copa de veneno que Medea destinaba a Teseo.
4,06 por 3,83.
3.° Teseo vence y conduce en triunfo el toro de Marathon de los campos de Ática.
4,00 por 3,83.
4.° Teseo solicita de sus padres que le permitan unirse a los jóvenes griegos destinados a ser devorados por el Minotauro de Creta.
3,93 por 5,12.
5.° Teseo recibe de Anfitrite la sortija de Minos.
3,92 por 3,16.
6.° Ariadna entrega a Teseo el ovillo para poder salir del Laberinto de Creta.
3,92 por 3,20.
7.° Teseo presenta a los reyes de Creta la cabeza del Minotauro.
3,96 por 4,68.
8.° Teseo abandona a Ariadna en la Isla de Naxo, dejándola encinta de los gemelos Enofión y Estafilo.
3,96 por 4,46.
9.° El dios Baco toma a Ariadna por esposa.
3,92 por 4,92.

GOYAS

N.° 59.–**Tapicería núm. 91.**—Ocho paños tejidos con seda y lana:

1.° Un alto en la era.
3,97 por 6,48.
2.° El ciego cantor.
3,10 por 3,20.
3.° El juego de la vaquilla.
3,76 por 2,02.
4.° El puesto del Rastro.
3,60 por 2,38.
5.° El toro del aguardiente.
3,40 por 1,88.
6.° La cita.
1,95 por 1,42.
7.° El quitasol.
3,40 por 1,88
8.° El quitasol.
1,61 por 1,45.

HISTORIA DE LA FUNDACIÓN DE ROMA

N.° 60.–**Tapicería núm. 14.**—Siglo XVI.—Seis paños tejidos con oro, plata, seda y lana:

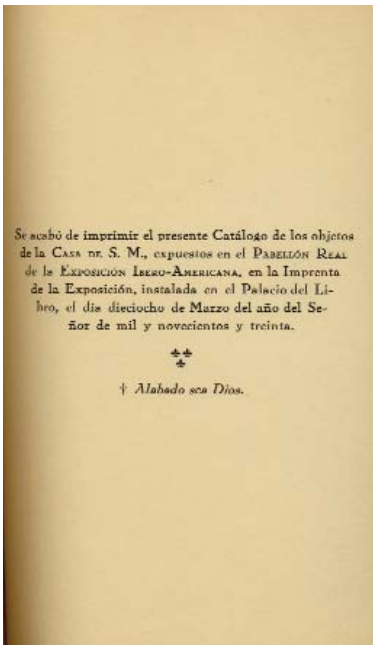
1.° Rómulo y Remo, amamantados por la loba.
4,48 por 4,60.
2.° Numitor, abuelo de Rómulo, restablecido en el trono de Alba, después de muerto el usurpador Amulio.
4,90 por 4,40.

Maqueta de texto a doble página



N.° 16.—**Rodela** para combatir a pie.
(Forma juego con la Celada N.° 15)

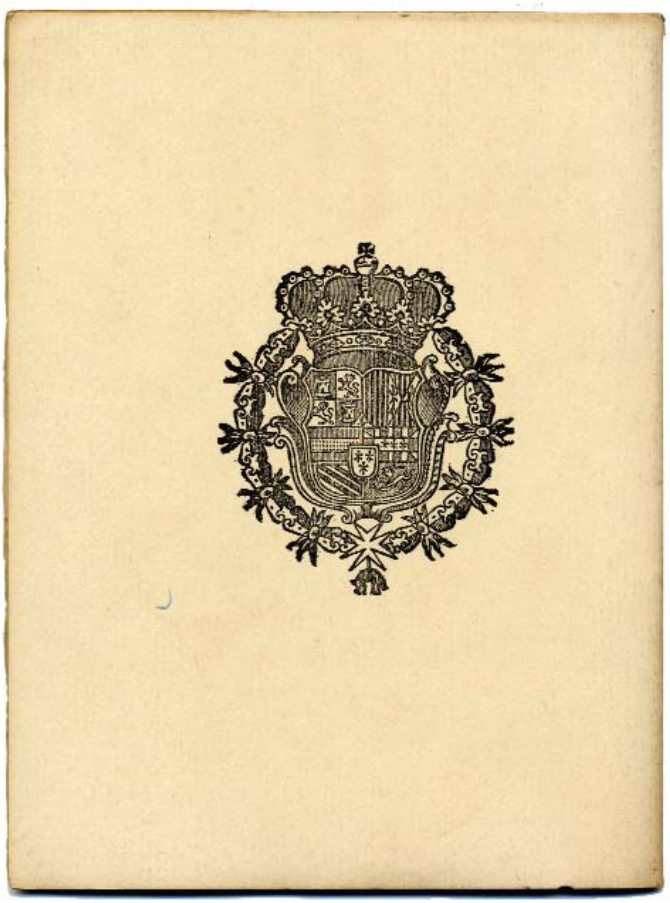
Página con fotografía



Se acabó de imprimir el presente Catálogo de los objetos de la Casa de S. M., expuestos en el Pabellón Real de la Exposición Ibero-Americana, en la Imprenta de la Exposición, instalada en el Palacio del Libro, el día dieciocho de Marzo del año del Señor de mil y novecientos y treinta.

† *Alabado sea Dios.*

Colofón



Contracubierta







Viñetas

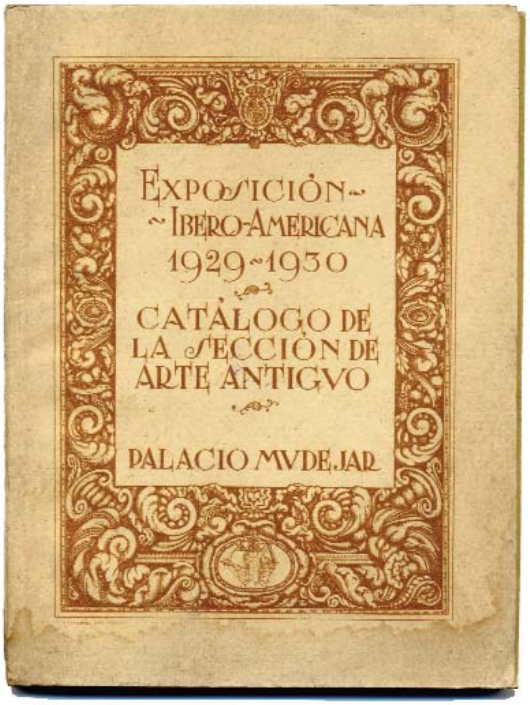
3.3.2. *Catálogo de la Sección de Arte Antiguo*

En este catálogo de 176 páginas lo que más llama la atención es precisamente lo que no tiene: imágenes. Tampoco figura la imprenta que lo publicó. Ésta fue la colección de obras de Arte más valiosa de toda la Exposición Ibero Americana, y el catálogo exclusivamente hace una relación numerada de las 2.134 piezas que acogían sus salas. Su tamaño es de 160 mm. de ancho por 210 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 12 puntos pica. Sus páginas están cosidas y la cubierta encolada al lomo.

La cubierta es estrictamente tipográfica, empleando un tipo romano, en mayúscula, muy historiado, con ojos de largos remates. El maquetador jugó con ligaduras entre las letras, a fin de encajar cada línea en la caja del texto. Entre cada frase añadió una pequeña viñeta. La orla es ancha, de inspiración vegetal. Predomina el dibujo del pámpano de la vid y justifica al centro, en su trazo superior, el escudo Real y en el inferior la carabela y Giralda que sirvieron de símbolo a la Exposición. Detrás de la cubierta, sin página de cortesía, se incluyó una página idéntica a la cubierta y tras ella una portadilla en la que apenas figura el texto: "PALACIO MVDÉJAR" en mayúsculas y letra de palo seco.

El texto, de tipo romano, se maqueta a dos columnas, la izquierda destinada a los números y la derecha al texto. Las páginas pares se encabezan con el nombre de "Palacio Mudéjar", justificado a la izquierda. Las impares señalan la referencia numérica a cada sala, en líneas que se justifican a la derecha. El título de cada vitrina está alineado al centro del texto.

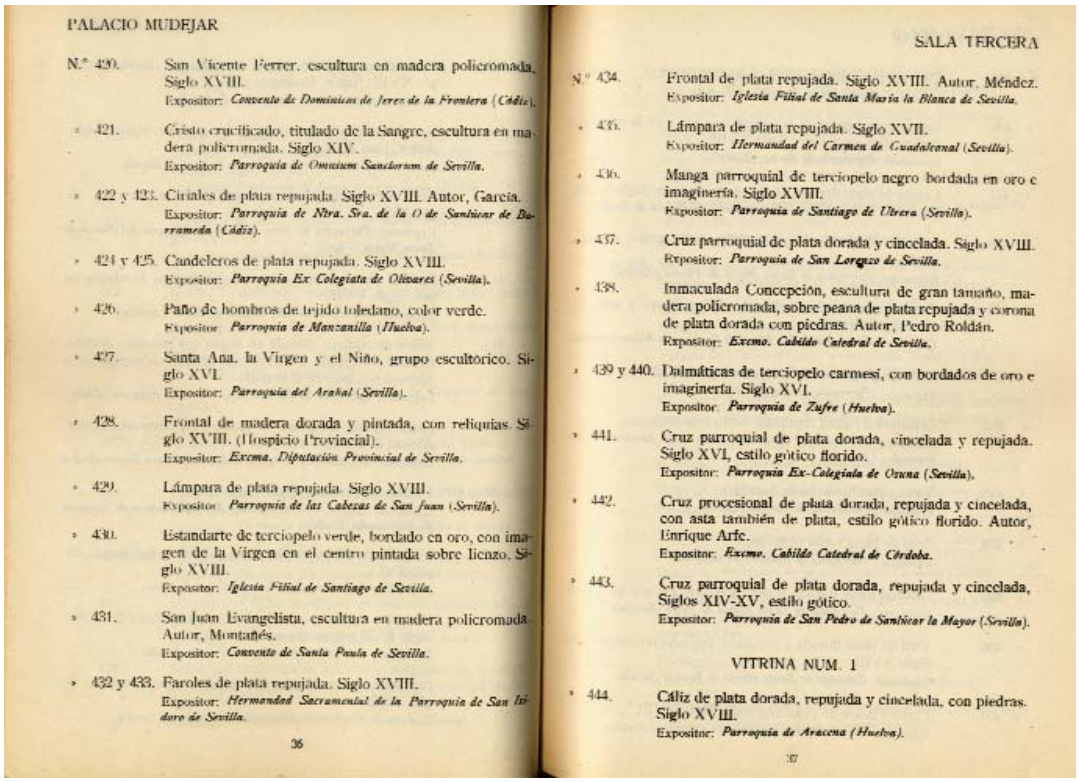
La contracubierta se adorna con un dibujo del Pabellón Mudéjar que acogía la muestra. En el ángulo inferior izquierdo se anuncia el precio de dos pesetas, jugando también tipográficamente con el solapamiento para montar la "T", de menor tamaño, sobre la "S".



Cubierta



Contracubierta



PALACIO MUDEJAR

N.º 420. San Vicente Ferrer, escultura en madera policromada. Siglo XVIII.
Expositor: *Convento de Dominicos de Jerez de la Frontera (Cádiz).*

» 421. Cristo crucificado, titulado de la Sangre, escultura en madera policromada. Siglo XIV.
Expositor: *Parroquia de Omnium Sanctorum de Sevilla.*

» 422 y 423. Ciriales de plata repujada. Siglo XVIII. Autor, García.
Expositor: *Parroquia de Ntra. Sra. de la O de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).*

» 424 y 425. Candeleros de plata repujada. Siglo XVIII.
Expositor: *Parroquia Ex Colegiata de Olivares (Sevilla).*

» 426. Paño de hombros de tejido toledano, color verde.
Expositor: *Parroquia de Manzanilla (Huelva).*

» 427. Santa Ana, la Virgen y el Niño, grupo escultórico. Siglo XVI.
Expositor: *Parroquia del Arahal (Sevilla).*

» 428. Frontal de madera dorada y pintada, con reliquias. Siglo XVIII. (Hospicio Provincial).
Expositor: *Excma. Diputación Provincial de Sevilla.*

» 429. Lámpara de plata repujada. Siglo XVIII.
Expositor: *Parroquia de las Cabezas de San Juan (Sevilla).*

» 430. Estandarte de terciopelo verde, bordado en oro, con imagen de la Virgen en el centro pintada sobre lienzo. Siglo XVIII.
Expositor: *Iglesia Filial de Santiago de Sevilla.*

» 431. San Juan Evangelista, escultura en madera policromada. Autor, Montañés.
Expositor: *Convento de Santa Paula de Sevilla.*

» 432 y 433. Faroles de plata repujada. Siglo XVIII.
Expositor: *Hermandad Sacramental de la Parroquia de San Isidoro de Sevilla.*

36

SALA TERCERA

N.º 434. Frontal de plata repujada. Siglo XVIII. Autor, Méndez.
Expositor: *Iglesia Filial de Santa María la Blanca de Sevilla.*

» 435. Lámpara de plata repujada. Siglo XVII.
Expositor: *Hermandad del Carmen de Guadalcanal (Sevilla).*

» 436. Manga parroquial de terciopelo negro bordada en oro e imaginería. Siglo XVIII.
Expositor: *Parroquia de Santiago de Utrera (Sevilla).*

» 437. Cruz parroquial de plata dorada y cincelada. Siglo XVIII.
Expositor: *Parroquia de San Lorenzo de Sevilla.*

» 438. Inmaculada Concepción, escultura de gran tamaño, madera policromada, sobre peana de plata repujada y corona de plata dorada con piedras. Autor, Pedro Roldán.
Expositor: *Excmo. Cabildo Catedral de Sevilla.*

» 439 y 440. Dalmáticas de terciopelo carmesí, con bordados de oro e imaginería. Siglo XVI.
Expositor: *Parroquia de Zufre (Huelva).*

» 441. Cruz parroquial de plata dorada, cincelada y repujada. Siglo XVI, estilo gótico florido.
Expositor: *Parroquia Ex-Colegiata de Osuna (Sevilla).*

» 442. Cruz procesional de plata dorada, repujada y cincelada, con asta también de plata, estilo gótico florido. Autor, Enrique Arfe.
Expositor: *Excmo. Cabildo Catedral de Córdoba.*

» 443. Cruz parroquial de plata dorada, repujada y cincelada, Siglos XIV-XV, estilo gótico.
Expositor: *Parroquia de San Pedro de Sanlúcar la Mayor (Sevilla).*

VITRINA NUM. 1

» 444. Cáliz de plata dorada, repujada y cincelada, con piedras. Siglo XVIII.
Expositor: *Parroquia de Aracena (Huelva).*

37

Maqueta a doble página

3.3.3 Folleto de la Sección del Libro

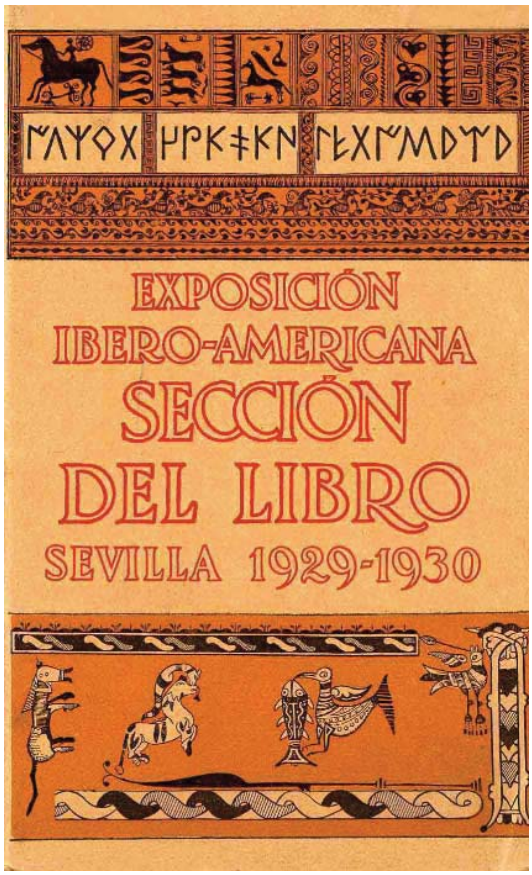
Folleto de 15 páginas impreso en papel de color marfil por la empresa de Barcelona Oliva de Vilanova en 1929. Su tamaño es de 107 mm. de ancho por 180 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica. Se trata de una edición moderna para su época. Es muy funcional en cuanto a la maquetación, auxiliando las explicaciones con gráficos desplegables que tienen numerados sus distintos elementos. Al tiempo, combina recreaciones de ilustraciones medievales con otras, como las de la cubierta, que se inspiran en antiguas culturas exóticas, una práctica gráfica muy al gusto del decorativismo francés del momento, y que se convirtió desde 1925 en una de las señas de identidad del *Art Déco*.

La cubierta deja las franjas superior e inferior para mostrar reproducciones de trabajos gráficos de antiguas civilizaciones mediterráneas. El centro de la página se ocupa con texto, de letras perfiladas, en la que se emplea un tipo de fuente romana hueca.

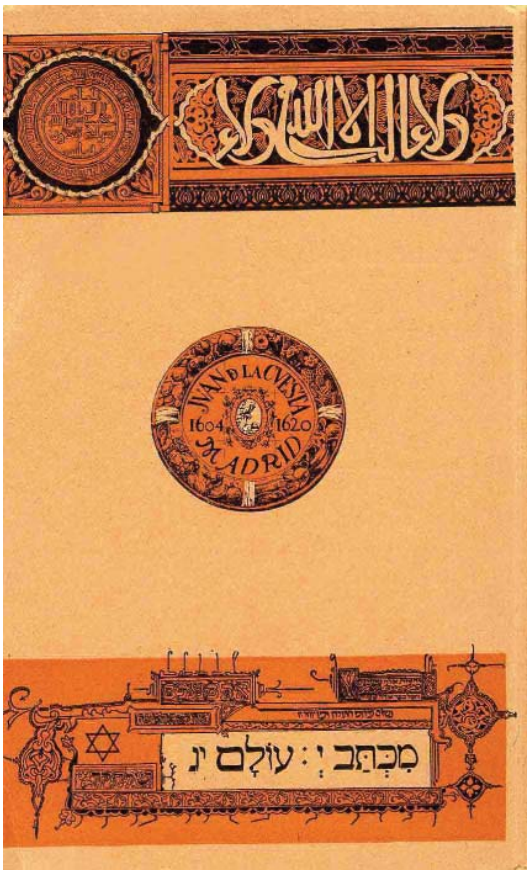
La página siguiente la dedica a mostrar el sello de Juan de la Cuesta, célebre impresor y editor español del Siglo de Oro. En las orillas superior e inferior de la página se muestran, respectivamente, unas orlas decorativas árabe y hebrea.

Para la portada emplea, a modo de orlas superior e inferior, sendas estampas medievales. El título se justifica al centro, con un tipo de fuente romana. Las tres líneas inferiores son de cuerpo mayor que las dos primeras y se tintan en rojo.

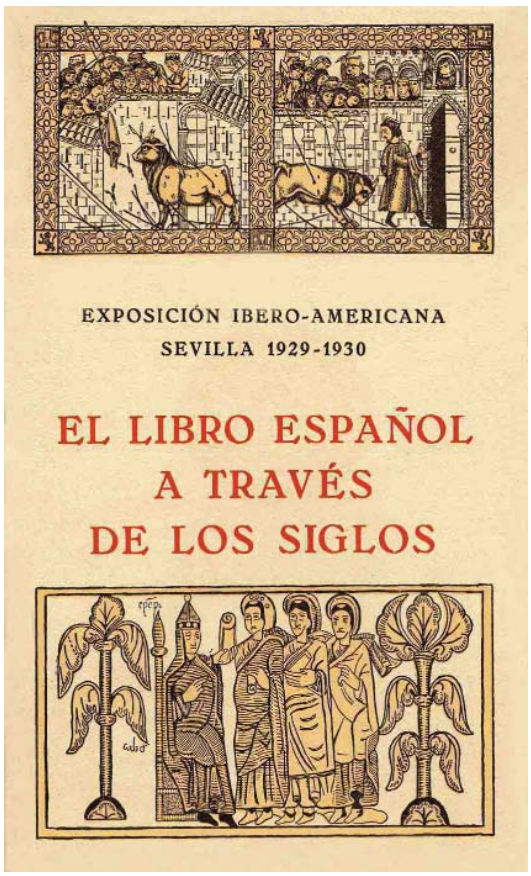
El texto se maqueta a una columna, con un tipo de fuente romana. Los títulos van en mayúscula y justificados al centro de la caja. Cada elemento de la exposición está nu-



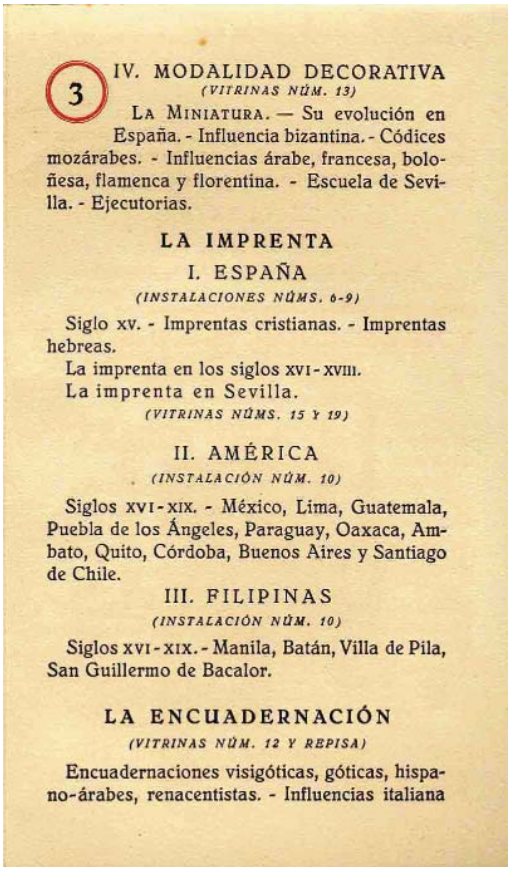
Cubierta



Página con el sello del impresor Juan de la Cuesta



Portada



3

IV. MODALIDAD DECORATIVA
(VITRINAS NÚM. 13)

La Miniatura. — Su evolución en España. - Influencia bizantina. - Códices mozárabes. - Influencias árabe, francesa, boloñesa, flamenca y florentina. - Escuela de Sevilla. - Ejecutorias.

LA IMPRENTA

I. ESPAÑA
(INSTALACIONES NÚMS. 6-9)

Siglo xv. - Imprentas cristianas. - Imprentas hebreas.
La imprenta en los siglos xvi-xviii.
La imprenta en Sevilla.
(VITRINAS NÚMS. 15 Y 19)

II. AMÉRICA
(INSTALACIÓN NÚM. 10)

Siglos xvi-xix. - México, Lima, Guatemala, Puebla de los Ángeles, Paraguay, Oaxaca, Ambato, Quito, Córdoba, Buenos Aires y Santiago de Chile.

III. FILIPINAS
(INSTALACIÓN NÚM. 10)

Siglos xvi-xix. - Manila, Batán, Villa de Pila, San Guillermo de Bacalor.

LA ENCUADERNACIÓN
(VITRINAS NÚM. 12 Y REPISA)

Encuadernaciones visigóticas, góticas, hispano-árabes, renacentistas. - Influencias italiana

Texto con títulos justificados al centro y numeración de elementos expuestos

merado y cada guarismo se justifica a la izquierda de las dos primeras líneas del párrafo, rodeado de un círculo de color rojo. Los párrafos se maquetan con las primera línea del párrafo sangrada, aunque también se sangran las que quedan junto al círculo de cada numeración, que ocupa una altura de tres líneas.

Las ilustraciones son reproducciones de grabados, cuyas imágenes tienen, de una u otra forma, que ver con la historia del libro. Algunas son copias de antiguos originales y otras, como la que reproduce un salón de la feria del libro, debieron ser hechas ex profeso para el folleto. Se maquetan por encima o por debajo de las columnas de texto a sangre de la página y no al ancho de la caja de texto como era lo habitual. Los pies van en cursiva sobre una franja de un color un poco más oscuro del de la página.

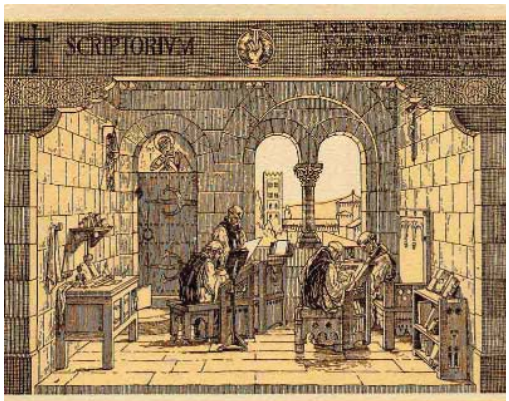
Un desplegable del folleto es un plano de la plaza de España, en el que con flechas se identifican las entradas al Museo del Libro. Además, se señalan los elementos gráficos que se reproducen en el friso de la planta de honor, así como las marcas o escudos tipográficos, de los siglos XV al XVIII, que estaban colocados en las enjutas de los arcos, representados en medallones circulares de cerámica vidriada.

Otro desplegable del folleto reproduce un plano en perspectiva de la planta de honor en la que se encontraba la Exposición, suprimiendo paredes y columnas. Las distintas vitrinas aparecen numeradas de forma correspondiente a la numeración que se explica en el texto.

La contracubierta incluye el logotipo y las señas del impresor en el centro de la página. Las orlas superior e inferior reproducen una ilustración con motivos del México precolombino y una muestra de tipos de capitulares medievales, maquetados como franjas anchas. En la orla inferior, la primera letra es historiada e incluye una ilustración con una escena en la que participan dos personajes.



Plano señalizado de la Plaza de España



Scriptorium y pergaminería monacal en la Edad Media.

6

LAS ARTES APLICADAS AL LIBRO

(Planta principal)

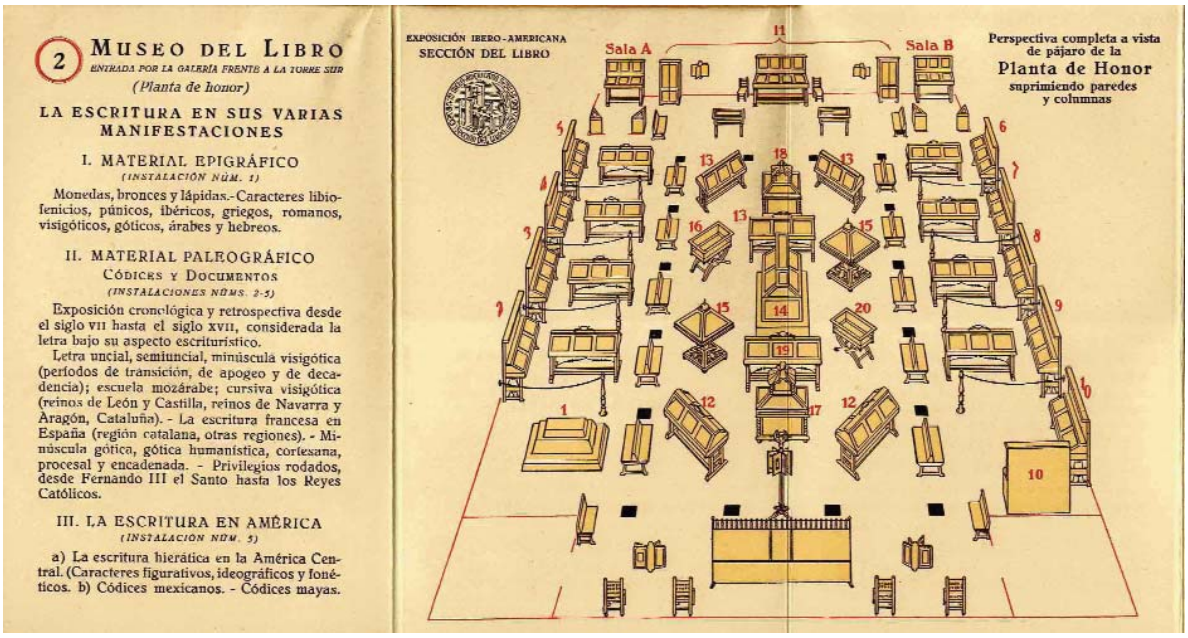
El grabado en madera (Xilografía) y en reserva sobre metal.

El grabado en cobre. - La talla dulce. - El Aguafuerte. - El Rotograbado. - El grabado al acero. Procedimientos mecánicos de estampación calcográfica.

El grabado en relieve para la impresión en papel o cartón.

El grabado sobre piedra (Litografía). - Reportes. Fotolitografía. - El procedimiento *off-set*.

Plana con ilustración



2 MUSEO DEL LIBRO
ENTRADA POR LA GALERÍA FRENTE A LA TORRE SUR
(Planta de honor)

LA ESCRITURA EN SUS VARIAS MANIFESTACIONES

I. MATERIAL EPIGRÁFICO
(INSTALACIÓN NÚM. 1)

Monedas, bronces y lápidas.- Caracteres libio-fenicios, púnicos, ibéricos, griegos, romanos, visigóticos, góticos, árabes y hebreos.

II. MATERIAL PALEOGRÁFICO
CÓDICES Y DOCUMENTOS
(INSTALACIONES NÚMS. 2-5)

Exposición cronológica y retrospectiva desde el siglo VII hasta el siglo XVII, considerada la letra bajo su aspecto escriturístico.

Letra uncial, semiuncial, minúscula visigótica (períodos de transición, de apogeo y de decadencia); escuela mozárabe; cursiva visigótica (reinos de León y Castilla, reinos de Navarra y Aragón, Cataluña). - La escritura francesa en España (región catalana, otras regiones). - Minúscula gótica, gótica humanística, cortesana, procesal y encadenada. - Privilegios rodados, desde Fernando III el Santo hasta los Reyes Católicos.

III. LA ESCRITURA EN AMÉRICA
(INSTALACIÓN NÚM. 5)

a) La escritura hierática en la América Central. (Caracteres figurativos, ideográficos y fonéticos. b) Códices mexicanos. - Códices mayas.

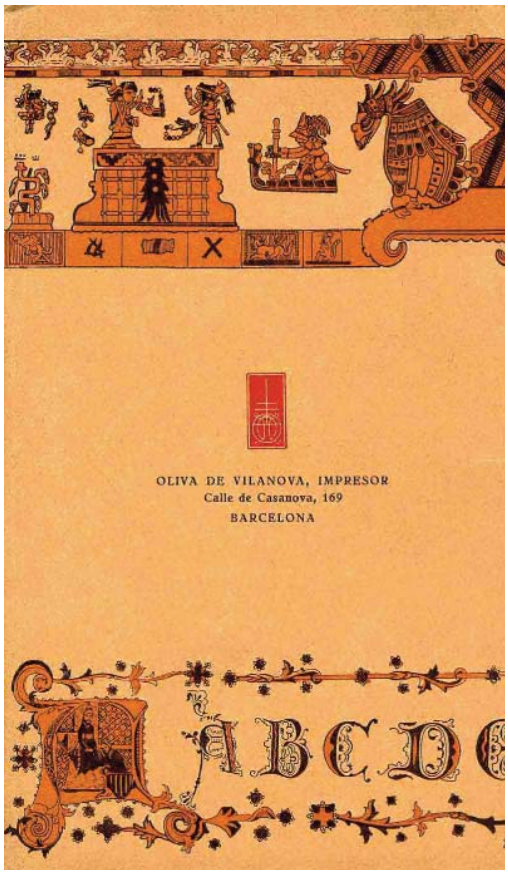
EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA
SECCIÓN DEL LIBRO

Sala A

Sala B

Perspectiva completa a vista de pájaro de la
Planta de Honor
suprimiendo paredes y columnas

Plano desplegable de la sala de honor



OLIVA DE VILANOVA, IMPRESOR
Calle de Casanova, 169
BARCELONA

Contracubierta

3.3.4 Catálogo de la *Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento de América*

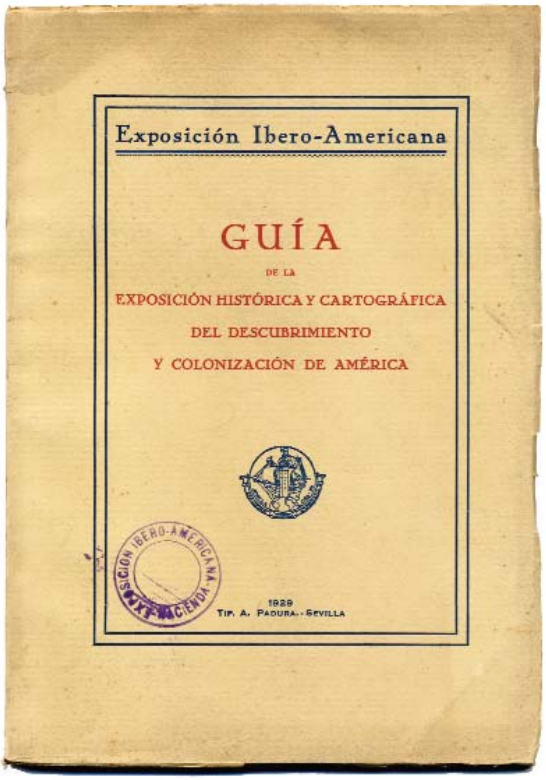
Este catálogo lo imprimió la empresa sevillana Padura en 1929. Tiene 73 páginas editadas en rústica con la cubierta encolada en el lomo. Su tamaño es de 160 mm. de ancho por 230 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

La cubierta está enmarcada, a doble línea, en color azul y para el texto emplea un tipo de fuente romana y se justifica al centro. El título "Exposición Ibero-Americana" se tinta en azul y emplea mayúscula en la primera letra de cada palabra y minúscula en el resto. Se subraya con un filete negro y por debajo con uno de serpentina.

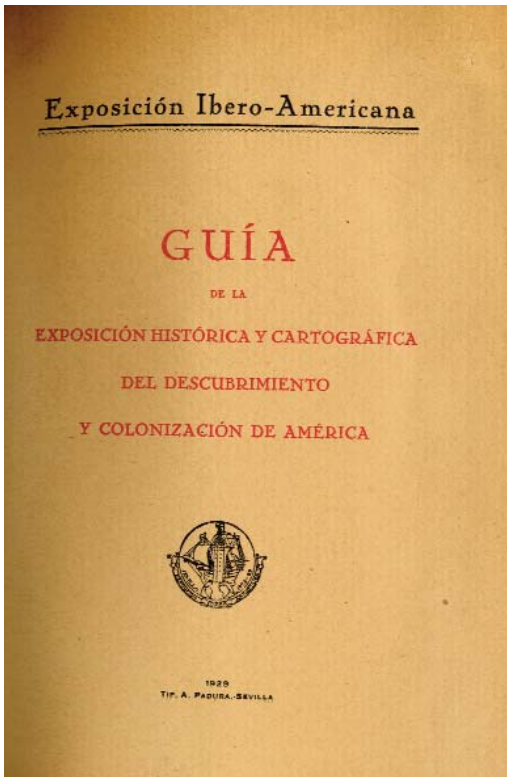
El bloque de texto principal de la cubierta va en mayúsculas y en color rojo. La palabra "Guía" es de un cuerpo de mayor tamaño que el resto y ocupa una línea, mientras el resto de la frase ocupa las cuatro líneas siguientes, siendo la segunda de menor altura que las otras tres, que son de igual tamaño.

Por debajo se maqueta el símbolo de la Exposición en color azul, al igual que el año de edición y el nombre del impresor, que quedan en dos líneas al pie de la caja. La portada es casi idéntica, aunque prescinde del marco y sustituye la tinta azul por la negra.

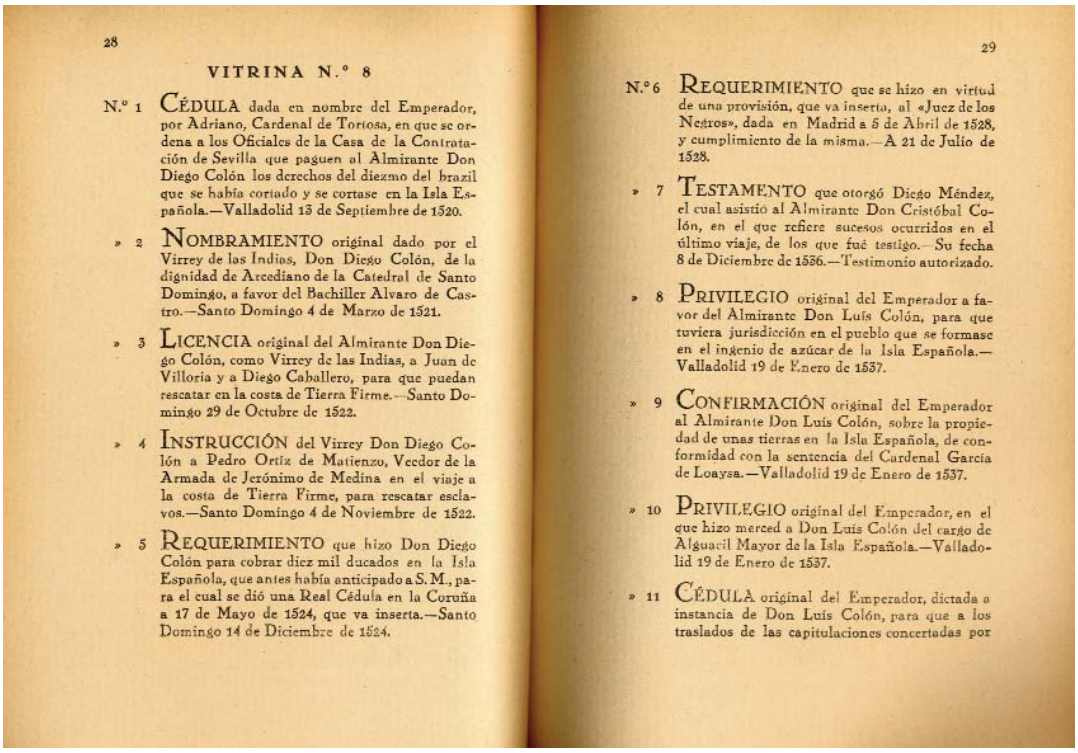
Las páginas de texto se componen a una columna. Enumeran y describen los contenidos de la Exposición. Emplea un tipo de fuente romana. Los títulos van en mayúscula y se justifican al centro. Las columnas justifican a la izquierda, tanto los números como las primeras palabras de cada párrafo. Éstas van en mayúscula y son de un cuerpo superior al resto del texto.



Cubierta



Portada



28

VITRINA N.° 8

N.° 1 CÉDULA dada en nombre del Emperador, por Adriano, Cardenal de Tortosa, en que se ordena a los Oficiales de la Casa de la Contratación de Sevilla que paguen al Almirante Don Diego Colón los derechos del diezmo del brazil que se había cortado y se cortase en la Isla Española.—Valladolid 13 de Septiembre de 1520.

» 2 NOMBRAMIENTO original dado por el Virrey de las Indias, Don Diego Colón, de la dignidad de Arcediano de la Catedral de Santo Domingo, a favor del Bachiller Alvaro de Castro.—Santo Domingo 4 de Marzo de 1521.

» 3 LICENCIA original del Almirante Don Diego Colón, como Virrey de las Indias, a Juan de Villoria y a Diego Caballero, para que puedan rescatar en la costa de Tierra Firme.—Santo Domingo 29 de Octubre de 1522.

» 4 INSTRUCCIÓN del Virrey Don Diego Colón a Pedro Ortiz de Matienzo, Veedor de la Armada de Jerónimo de Medina en el viaje a la costa de Tierra Firme, para rescatar esclavos.—Santo Domingo 4 de Noviembre de 1522.

» 5 REQUERIMIENTO que hizo Don Diego Colón para cobrar diez mil ducados en la Isla Española, que antes había anticipado a S. M., para el cual se dió una Real Cédula en la Coruña a 17 de Mayo de 1524, que va inserta.—Santo Domingo 14 de Diciembre de 1524.

29

N.° 6 REQUERIMIENTO que se hizo en virtud de una provisión, que va inserta, al «Juez de los Negros», dada en Madrid a 5 de Abril de 1528, y cumplimiento de la misma.—A 21 de Julio de 1528.

» 7 TESTAMENTO que otorgó Diego Méndez, el cual asistió al Almirante Don Cristóbal Colón, en el que refiere sucesos ocurridos en el último viaje, de los que fué testigo.—Su fecha 8 de Diciembre de 1536.—Testimonio autorizado.

» 8 PRIVILEGIO original del Emperador a favor del Almirante Don Luís Colón, para que tuviera jurisdicción en el pueblo que se formase en el ingenio de azúcar de la Isla Española.—Valladolid 19 de Enero de 1537.

» 9 CONFIRMACIÓN original del Emperador al Almirante Don Luís Colón, sobre la propiedad de unas tierras en la Isla Española, de conformidad con la sentencia del Cardenal García de Loaysa.—Valladolid 19 de Enero de 1537.

» 10 PRIVILEGIO original del Emperador, en el que hizo merced a Don Luís Colón del cargo de Alguacil Mayor de la Isla Española.—Valladolid 19 de Enero de 1537.

» 11 CÉDULA original del Emperador, dictada a instancia de Don Luís Colón, para que a los traslados de las capitulaciones concertadas por

Maqueta a doble página

3.3.5. Folleto del Pabellón Colonial

Este folleto de 46 páginas, unido con grapas, fue encargado por la Dirección General de Marruecos y Colonias, dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros. Tanto la maquetación como el uso de ilustraciones son originales en el contexto de los folletos y catálogos analizados. Muy a la manera *Déco*, el diseño de la imprenta madrileña Gráficas Reunidas, S.A. da mucha relevancia a los dibujos exóticos, que se trazan a lápiz, y cuya abundancia revela la fascinación que la sociedad, en general, y los artistas, en particular, sentían en aquella época por las culturas primitivas. Su tamaño es de 180 mm. de ancho por 230 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 16 puntos pica.

La cubierta está ocupada, a sangre, por una ilustración sencilla, a la par que cargada de exotismo: el dibujo, a lápiz de color, de cinco palmeras que se recortan sobre el mar. La tierra en la que se asientan sirve de faldón de color marrón para un título en letras de palo seco en el que es difícil introducir más elementos de ruido.

Los ojos, en mayúscula, son de color blanco y de trazo ancho. Sus contornos están sombreados en color verde. La legibilidad además se ve dañada porque se ha suprimido el hombro de las letras en sus límites derecho e izquierdo, montando la sombra de las astas de unas letras con las de la contigua, lo que ha obligado a jugar con distintos tamaños, incluso dentro de una misma línea. En las tres líneas se lee, respectivamente: "Pabellón Colonial", "Exposición Iberoamericana" y "Sevilla 1929".

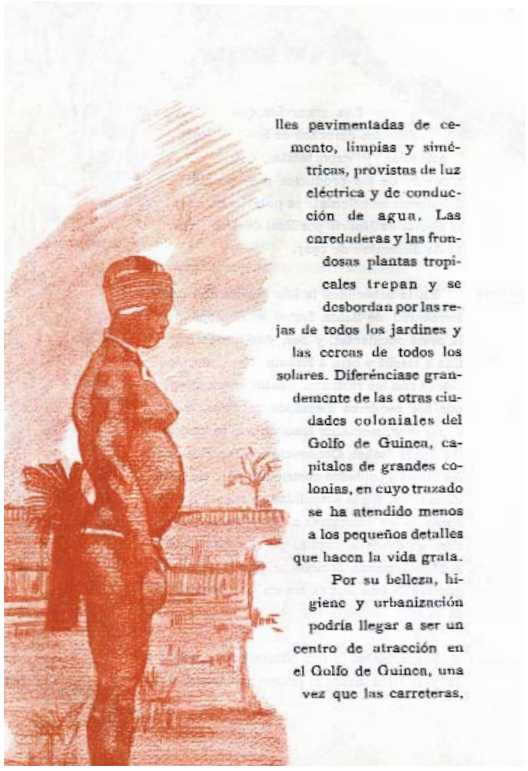
En la página par, detrás de la cubierta, se dispone una cartela trazada a pluma que anuncia con una leyenda la institución responsable del pabellón. Culmina la leyenda la corona Real.



Cubierta



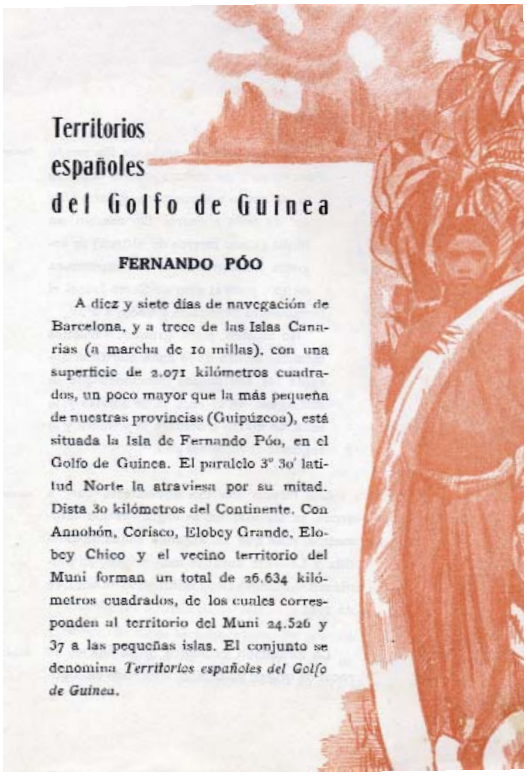
Cartela en el envés de la cubierta



lles pavimentadas de cemento, limpias y simétricas, provistas de luz eléctrica y de conducción de agua. Las enredaderas y las frondosas plantas tropicales trepan y se desbordan por las rejas de todos los jardines y las cercas de todos los solares. Diferénciase grandemente de las otras ciudades coloniales del Golfo de Guinea, capitales de grandes colonias, en cuyo trazado se ha atendido menos a los pequeños detalles que hacen la vida grata.

Por su belleza, higiene y urbanización podría llegar a ser un centro de atracción en el Golfo de Guinea, una vez que las carreteras,

Media plana ocupada con una ilustración, el texto contornea la imagen



Territorios españoles del Golfo de Guinea

FERNANDO PÓO

A diez y siete días de navegación de Barcelona, y a trece de las Islas Canarias (a marcha de 10 millas), con una superficie de 2.071 kilómetros cuadrados, un poco mayor que la más pequeña de nuestras provincias (Guipúzcoa), está situada la Isla de Fernando Póo, en el Golfo de Guinea. El paralelo 3° 30' latitud Norte la atraviesa por su mitad. Dista 30 kilómetros del Continente. Con Annobón, Corisco, Elobey Grande, Elobey Chico y el vecino territorio del Muni forman un total de 26.634 kilómetros cuadrados, de los cuales corresponden al territorio del Muni 24.526 y 37 a las pequeñas islas. El conjunto se denomina *Territorios españoles del Golfo de Guinea*.

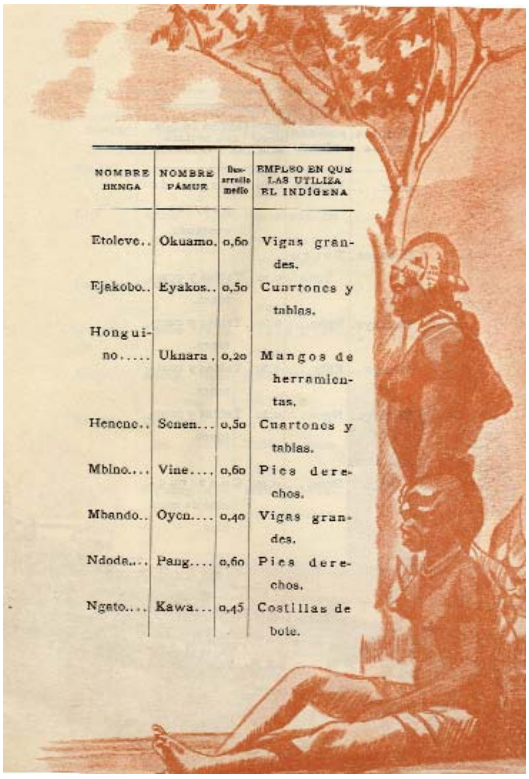
Todas las páginas están ilustradas

Los dibujos retratan a personajes aborígenes y animales salvajes en su entorno natural. La caja de texto se compone a una columna y en la primera página impar el título va en letra de palo seco. En el resto del texto se utiliza una romana muy legible, por su tamaño, que se distribuye en muchos párrafos para facilitar la lectura. Todas las páginas llevan ilustraciones hechas con grafito y viradas a sepia. En algunas de ellas, las columnas se estrechan o ensanchan en sus lados adaptándose el texto a la disposición irregular de cada dibujo y alineando solamente el lado del texto que queda sin dibujo. En otros casos, es el dibujo el que se corta linealmente para adaptarse a la caja de texto. En algunas páginas se emplean cuadros con estadísticas, dispuestas en varias columnas y con sus respectivos recuadros, filetes y corondeles separadores. Los ladillos se disponen alineados a derecha e izquierda ocupando los márgenes, fuera de las cajas de texto. Están en negrita y son de un cuerpo más pequeño que el resto del texto.

En la última página par del folleto, aparece dibujado un mapa de comunicaciones marítimas de los territorios españoles del Golfo de Guinea.

El revés de la contracubierta sirve de colofón. Está maquetada, en forma de copa truncada, a la manera renacentista que practicaba Aldo Manuzio, y en ella se señala la imprenta y la fecha en la que terminó de imprimirse: el 25 de abril de 1929.

En la contracubierta se deja aire en el centro de la página y en sus ángulos superior izquierdo e inferior derecho se incluyen, respectivamente, el escudo de Guinea, como colonia española, y el dibujo de un porteador.

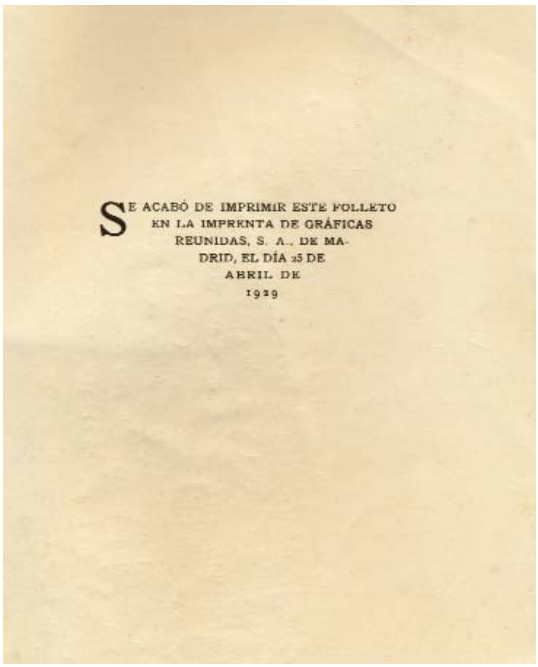


NOMBRE BENGA	NOMBRE PAMUE	Desarrollo medio	EMPLEO EN QUE LAS UTILIZA EL INDÍGENA
Etoleve..	Okuamo.	0,60	Vigas grandes.
Ejakobo..	Eyakos..	0,50	Cuartones y tablas.
Honguino.....	Uknara .	0,20	Mangos de herramientas.
Henene..	Senen...	0,50	Cuartones y tablas.
Mbino....	Vine....	0,60	Pies derechos.
Mbando..	Oyen....	0,40	Vigas grandes.
Ndoda....	Pang....	0,60	Pies derechos.
Ngato....	Kawa...	0,45	Costillas de bote.

El folleto incluye cuadros estadísticos



Mapa en la última página par



SE ACABÓ DE IMPRIMIR ESTE FOLLETO EN LA IMPRENTA DE GRÁFICAS REUNIDAS, S. A., DE MADRID, EL DÍA 25 DE ABRIL DE 1929

Colofón



Contracubierta

3.3.6. Folleto de la *Exposición Ibero-Americana. Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir*

Folleto de 32 páginas realizado por la imprenta sevillana Gómez Hermanos, con hojas unidas en el lomo con grapas. Su tamaño es de 140 mm. de ancho por 207 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica. Llama la atención el contraste de una cubierta más historiada, más "antigua" en su diseño, con unas páginas de texto maquetadas con total funcionalidad y persiguiendo la fácil comprensión.

La cubierta la ocupa en su centro la ilustración, en medallón ovalado, de una estampa de la Sevilla barroca bañada por el Guadalquivir, con un agricultor cultivando el campo. Un galeón surca el río y es alumbrado por una flecha en zigzag que llega del cielo. El tratamiento de la ilustración es muy cartelístico, con colores planos y puros tratados a lo *Fauve*, con fuertes contrastes y sin relación necesaria con la representación de la realidad. Incluso el uso de la flecha era muy apreciado por los ilustradores del *Déco*. No obstante, el propio motivo de la composición emplea el manido recurso paisajístico de la ciudad, tan frecuente en los folletos y catálogos que analizamos. La ilustración se enmarca con trazo grueso de color marrón y con una orla barroca decorada con volutas. Emplea, para las letras, una fuente romana, que estrecha en la tercera línea para ajustarla al ancho de la caja. En el ángulo inferior derecho figura el nombre del impresor.

En el interior lleva encolado un plano desplegable de la cuenca del Guadalquivir.

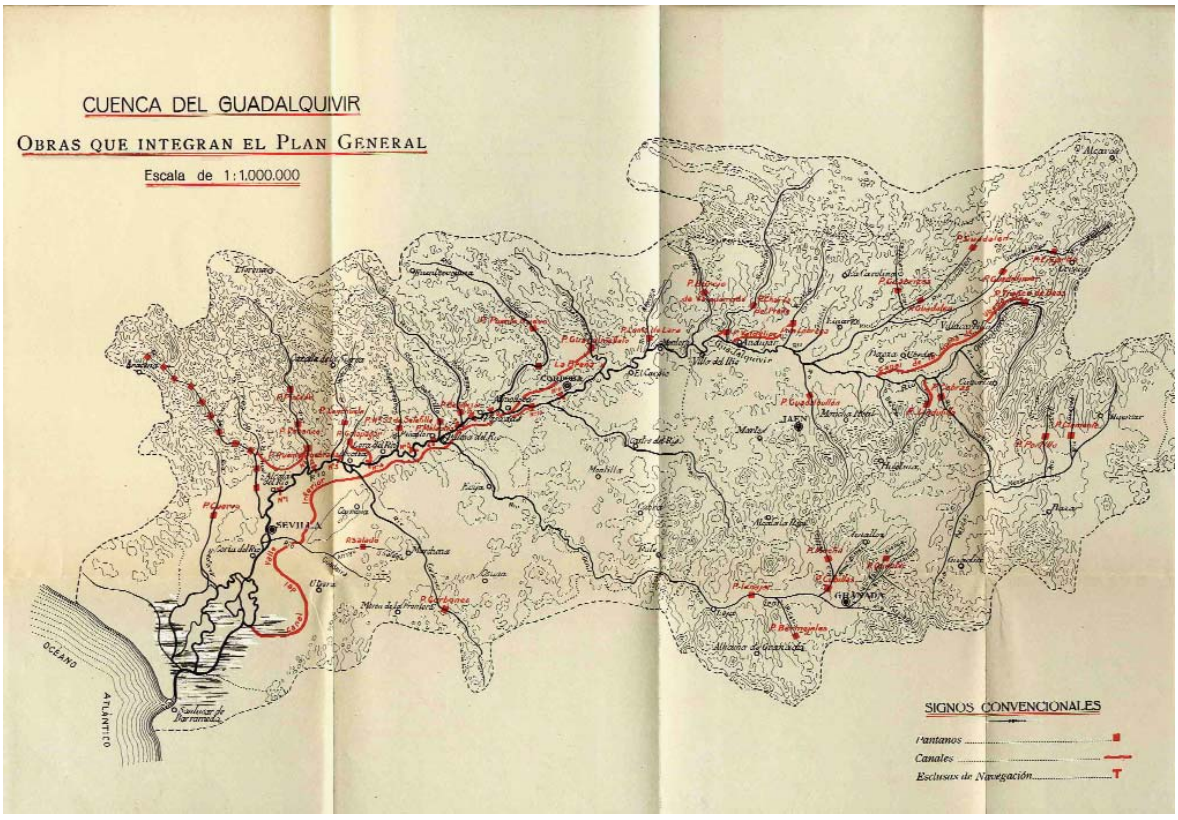
Tras la cubierta se sitúa, en una página, el escudo de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir.



Cubierta



Escudo en el envés de la cubierta



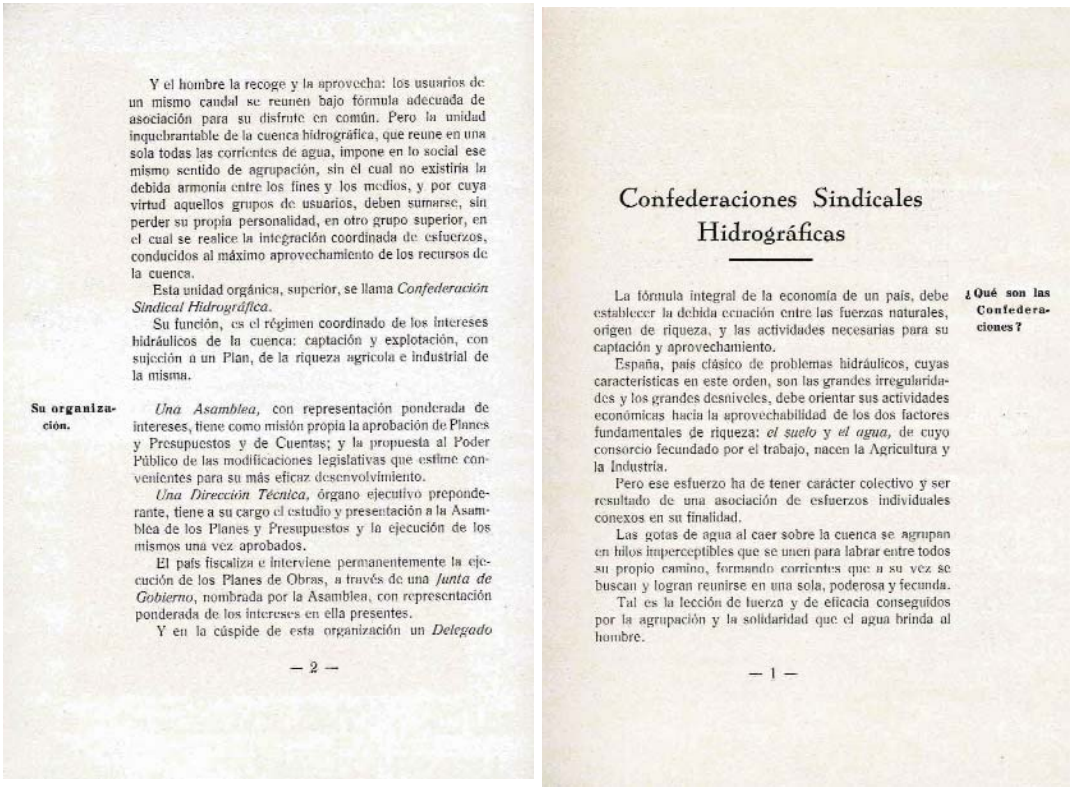
Plano desplegable de la cuenca del Guadalquivir

El bloque de texto se compone, a una columna, dejando bastante aire alrededor. Se escoge una letra de fuente romana y moderna. El título va a un cuerpo de mayor tamaño y en negrita, en mayúscula la primera letra y en minúscula el resto. Se subraya con un filete corto justificado al centro de la línea. Los párrafos se maquetan de forma ordinaria, con la primera línea sangrada. Fuera y a la derecha del bloque de texto, justificado con la primera línea del párrafo, se incluyen ladillos, que van en negrita.

Las fotografías son horizontales y se maquetan de dos en dos en cada página que ocupan; una por encima de la otra y con sus pies respectivos justificados al centro. Algunas están viradas al sepia, otras al azul y otras van en negro.

El folleto incluye cuadros estadísticos que van apaisados y ocupando toda la página, lo que requiere más columnas; y en vertical, rompiendo en dos el bloque de texto, los que sólo llevan dos columnas.

Dos de los cuadros, los que muestran las cifras más relevantes, se maquetan sin filetes ni corondeles, empleando letra de palo seco en mayúscula, y agrupando sus dos columnas a izquierda y derecha de la caja de texto. El título principal es de mayor tamaño y en negrita y cada subtítulo se sitúa por encima de cada cuadro interior justificado al centro. Estos cuadros principales llevan una orla muy historiada y barroca, con pámpanos y columnas. Lleva además seis ilustraciones con estampas de Sevilla: dos arriba, una a cada lado y otras dos por debajo; además de diferentes escudos de las capitales andaluzas, que se coronan arriba y en el centro, con una estampa sevillana timbrada con la corona Real.



Y el hombre la recoge y la aprovecha: los usuarios de un mismo caudal se reunen bajo fórmula adecuada de asociación para su disfrute en común. Pero la unidad inquebrantable de la cuenca hidrográfica, que reune en una sola todas las corrientes de agua, impone en lo social ese mismo sentido de agrupación, sin el cual no existiría la debida armonía entre los fines y los medios, y por cuya virtud aquellos grupos de usuarios, deben sumarse, sin perder su propia personalidad, en otro grupo superior, en el cual se realice la integración coordinada de esfuerzos, conducidos al máximo aprovechamiento de los recursos de la cuenca.

Esta unidad orgánica, superior, se llama *Confederación Sindical Hidrográfica*.

Su función, es el régimen coordinado de los intereses hidráulicos de la cuenca: captación y explotación, con sujeción a un Plan, de la riqueza agrícola e industrial de la misma.

Su organización.

Una Asamblea, con representación ponderada de intereses, tiene como misión propia la aprobación de Planes y Presupuestos y de Cuentas; y la propuesta al Poder Público de las modificaciones legislativas que estime convenientes para su más eficaz desenvolvimiento.

Una Dirección Técnica, órgano ejecutivo preponderante, tiene a su cargo el estudio y presentación a la Asamblea de los Planes y Presupuestos y la ejecución de los mismos una vez aprobados.

El país fiscaliza e interviene permanentemente la ejecución de los Planes de Obras, a través de una *Junta de Gobierno*, nombrada por la Asamblea, con representación ponderada de los intereses en ella presentes.

Y en la cúspide de esta organización un *Delegado*

— 2 —

Confederaciones Sindicales Hidrográficas

¿Qué son las Confederaciones?

La fórmula integral de la economía de un país, debe establecer la debida ecuación entre las fuerzas naturales, origen de riqueza, y las actividades necesarias para su captación y aprovechamiento.

España, país clásico de problemas hidráulicos, cuyas características en este orden, son las grandes irregularidades y los grandes desniveles, debe orientar sus actividades económicas hacia la aprovechabilidad de los dos factores fundamentales de riqueza: *el suelo* y *el agua,* de cuyo consorcio fecundado por el trabajo, nacen la Agricultura y la Industria.

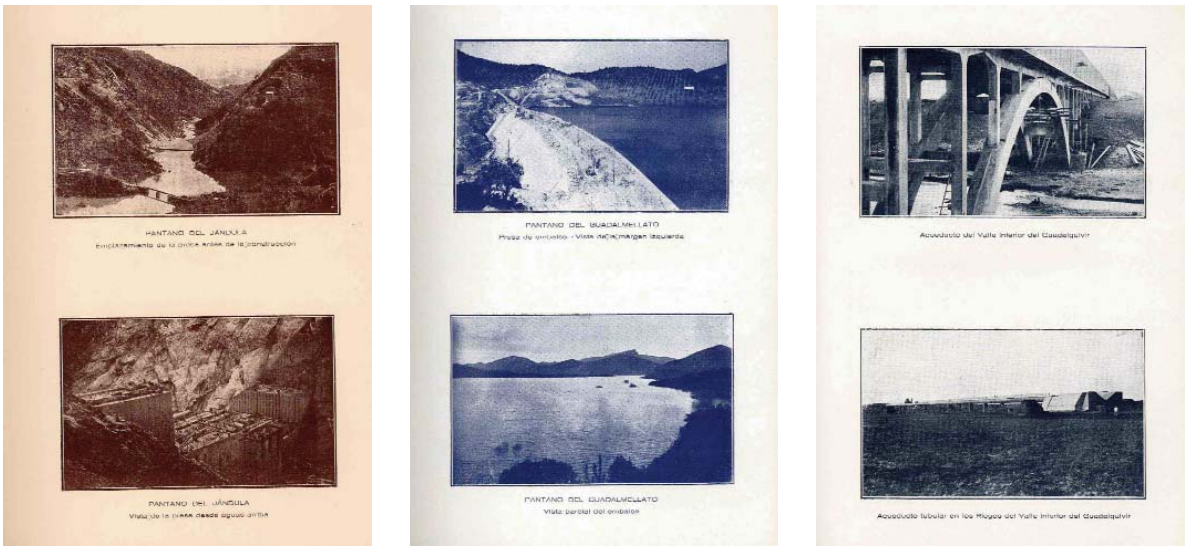
Pero ese esfuerzo ha de tener carácter colectivo y ser resultado de una asociación de esfuerzos individuales conexos en su finalidad.

Las gotas de agua al caer sobre la cuenca se agrupan en hilos imperceptibles que se unen para labrar entre todos su propio camino, formando corrientes que a su vez se buscan y logran reunirse en una sola, poderosa y fecunda.

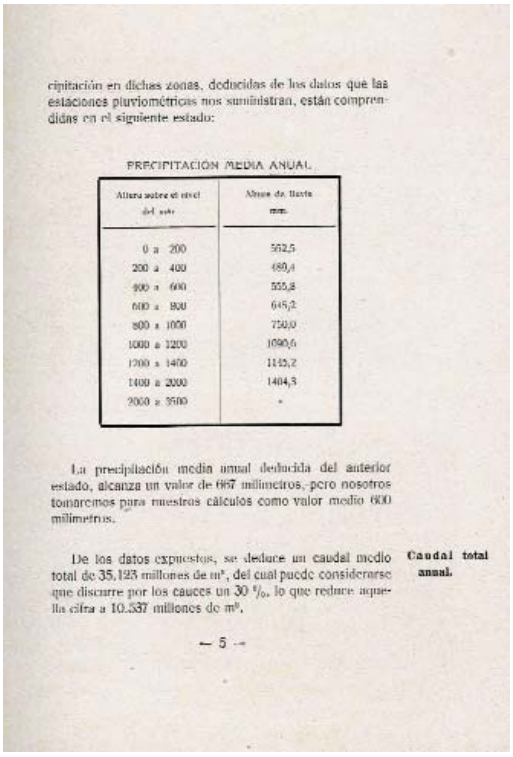
Tal es la lección de fuerza y de eficacia conseguidos por la agrupación y la solidaridad que el agua brinda al hombre.

— 1 —

Maqueta de página par e impar. Los márgenes exteriores de la composición dejan espacio para los subtítulos



Maqueta con fotografías en sepia, azul y negro



cipitación en dichas zonas, deducidas de los datos que las estaciones pluviométricas nos suministran, están comprendidas en el siguiente estado:

PRECIPITACIÓN MEDIA ANUAL

Altura sobre el nivel del mar	Altura de lluvia mm.
0 a 200	562,5
200 a 400	680,4
400 a 600	555,8
600 a 800	645,2
800 a 1000	750,0
1000 a 1200	1090,6
1200 a 1400	1145,2
1400 a 2000	1404,3
2000 a 3500	»

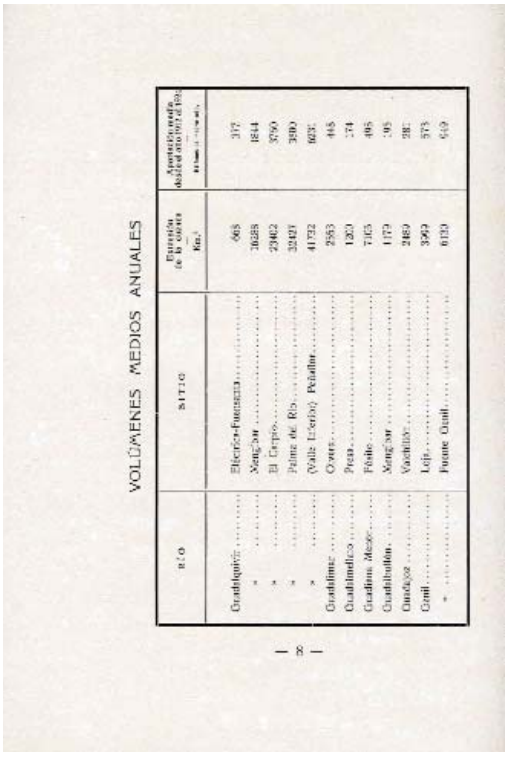
La precipitación media anual deducida del anterior estado, alcanza un valor de 667 milímetros, pero nosotros tomaremos para nuestros cálculos como valor medio 600 milímetros.

Caudal total anual.

De los datos expuestos, se deduce un caudal medio total de 35.123 millones de m³, del cual puede considerarse que discurre por los cauces un 30 %, lo que reduce aquella cifra a 10.537 millones de m³.

— 5 —

Cuadro estadístico dentro del texto

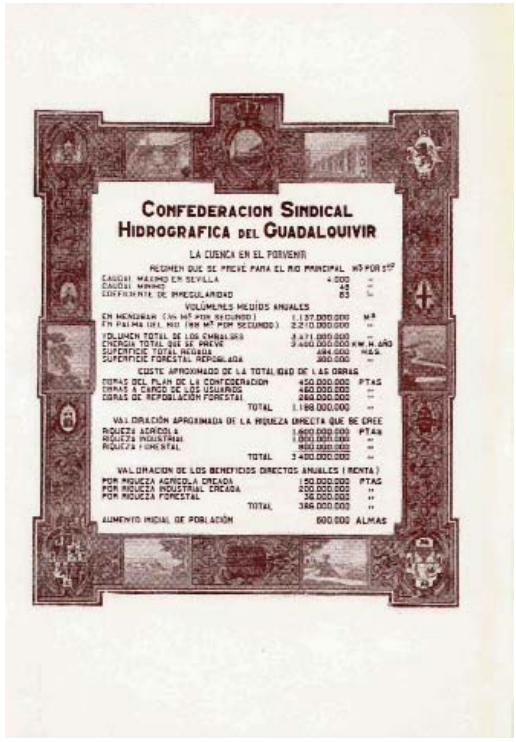


VOLÚMENES MEDIOS ANUALES

RÍO	SITIO	Extensión de la cuenca Km²	Aportación media anual en hectómetros cúbicos
Guadiquivir	Blancos-Fuensanta	668	317
»	Xenjar	3628	1844
»	El Cerro	2362	570
»	Palmz de Río	3321	380
»	(Valle Lozoya) Peñaflor	4732	623
Guadalimar	Ovare	2583	445
Guadalmellato	Presa	1203	174
Guadiato Mayor	Peñón	705	495
Guadalbullón	Xenjar	1179	95
Guadajoz	Vadillos	2489	381
Genil	Loja	3049	573
»	Fuente Genil	6130	649

— 8 —

Cuadro estadístico apaisado



CONFEDERACION SINDICAL HIDROGRAFICA DEL GUADALQUIVIR

LA CUENCA EN EL PORVENIR

REGIMEN QUE SE PREVE PARA EL RIO PRINCIPAL M³ POR SEG.

CAUDAL MAXIMO EN SEVILLA	4.000	»
CAUDAL MINIMO	45	»
COEFICIENTE DE IRREGULARIDAD	83	»

VOLÚMENES MEDIOS ANUALES

EN MENGIBAR (En M³ POR SEGUNDO)	1.137.000.000	M³
EN PALMA DEL RIO (68 M³ POR SEGUNDO)	2.210.000.000	»
VOLUMEN TOTAL DE LOS EMBALSES	3.471.000.000	»
ENERGIA TOTAL QUE SE PREVE	3.400.000.000	KW. H. AÑO
SUPERFICIE TOTAL REGADA	494.000	HAS.
SUPERFICIE FORESTAL REPOBLADA	300.000	»

COSTE APROXIMADO DE LA TOTALIDAD DE LAS OBRAS

OBRAS DEL PLAN DE LA CONFEDERACION	450.000.000	PTAS
OBRAS A CARGO DE LOS USUARIOS	460.000.000	»
OBRAS DE REPOBLACION FORESTAL	288.000.000	»
TOTAL	1.198.000.000	»

VALORACIÓN APROXIMADA DE LA RIQUEZA DIRECTA QUE SE CREE

RIQUEZA AGRICOLA	1.600.000.000	PTAS
RIQUEZA INDUSTRIAL	1.000.000.000	»
RIQUEZA FORESTAL	800.000.000	»
TOTAL	3.400.000.000	»

VALORACION DE LOS BENEFICIOS DIRECTOS ANUALES (RENTA)

POR RIQUEZA AGRICOLA CREADA	150.000.000	PTAS
POR RIQUEZA INDUSTRIAL CREADA	200.000.000	»
POR RIQUEZA FORESTAL	36.000.000	»
TOTAL	386.000.000	»

AUMENTO INICIAL DE POBLACIÓN 600.000 ALMAS

Cuadro estadístico con orla barroca

3.3.7. Folleto: *Catálogo del Pabellón de Navarra*[26]

El ejemplar analizado está editado en rústica y sus 48 páginas se unen con grapas. Está impreso por la imprenta de Pamplona Bengaray. Por su composición y orden gráfico se encuentra entre los más modernos de los recuperados en esta investigación. Su tamaño es de 200 mm. de ancho por 240 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos en la columna izquierda y de 7 puntos en la columna derecha, con un interlineado de 13 puntos pica y un medianil de 5 mm.

La cubierta muestra la fachada del pabellón de Navarra que, a su vez, reproduce la portada de la iglesia parroquial de San Miguel de la localidad de Estella[27]. El arco abocinado, de medio punto, presenta dos arquivoltas, la exterior decorada con motivos vegetales y en zig-zag. El tímpano acoge un conjunto escultórico con una adoración de Jesús y, sobre los dos grupos de tres columnas que sostienen el arco, están dibujados sendos grupos escultóricos también de inspiración religiosa. Otras cuatro figuras aparentan sostener la base del conjunto. Todo el dibujo está enmarcado por una orla decorada. La tipografía es caligráfica y emplea el color rojo para la primera letra de cada palabra. Tanto el dibujo como las letras están sombreadas en color amarillo. En el ángulo inferior izquierdo aparece el nombre del impresor y su dirección.

En general, el aspecto de la cubierta es equilibrado y puede adscribirse al orden racionalista que promovía el *Werkbund Institute* alemán y, por el tipo de composición, recuerda de manera singular a las cubiertas que realizó Peter Behrens para algunos catálogos comerciales[28].

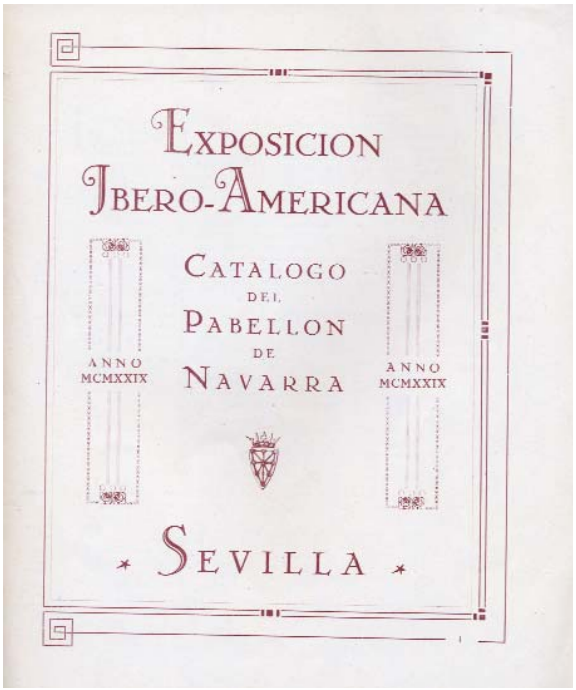
26. *Ibidem.*

27. Lo sabemos porque en el suplemento extraordinario de la revista *Vida gráfica española* dedicada a la Exposición, aparece una fotografía de la portada del pabellón de Navarra, en la que explica su origen.

28. Véase el capítulo dedicado al análisis del Diseño Internacional en la época de la Exposición.



Cubierta



Portada

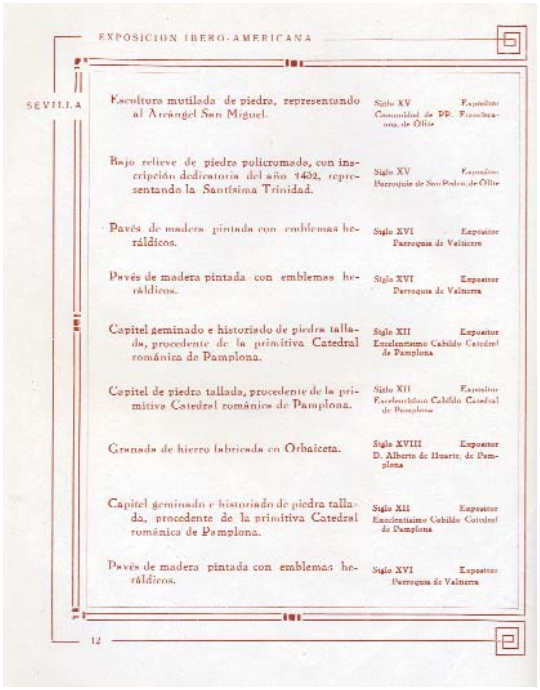


Gracia tipográfica

La portada también esta ordenada de forma racionalista, componiendo una retícula tipográfica, con una particular orla geométrica que juega con las líneas rectas y que se repite en las páginas interiores. Las letras son de tipo romano y en versalitas, por lo que se emplea mayor tamaño para las primeras letras de cada palabra. Utiliza tres tipos: uno perfilado en las primeras letras, para el título "Exposición Ibero-Americana" de la cabecera y para el faldón "Sevilla"; otro más pequeño para enunciar "Catálogo del Pabellón de Navarra" y un tercero para anunciar, en latín, el año en números romanos, enmarcado por dos columnas ornamentales también compuestas geométricamente como sendos rectángulos que se encajan debajo, al ancho de la palabra más extensa. Dos pequeñas viñetas, en forma de estrella irregular, se encuentran a derecha e izquierda de la palabra "Sevilla". Este mismo adorno lo utilizaron los Talleres tipográficos Padura de Sevilla en el folleto que realizaron para la Exposición, cuando estaba previsto que se inaugurase el 15 de marzo de 1929

El interior del catálogo está compuesto a una sola columna en la primera página impar y a dos columnas en el resto, empleando para la presentación del catálogo una capitular perfilada para iniciar el primer párrafo que ocupa el alto de las cuatro primeras líneas de texto. En esta página, el resto de los párrafos comienzan con una capitular. Las columnas se justifican a la izquierda, en un doble margen, uno trazado sólo con las letras iniciales y el otro con el resto del bloque.

En el resto de las páginas interiores los encabezamientos están centrados y son de un cuerpo mayor que el resto del texto, empleando la caja alta en la primera letra y la baja en el resto. El orden gráfico se crea con dos columnas con un doble margen en cada una de ellas, determinado por las primeras y las segundas líneas, dando ritmo a toda la composición. La orla horizontal más externa se interrumpe con el texto "Catálogo de Navarra" y también se rompe la vertical con el texto en horizontal "Año 1929" en las páginas impares, quedando la cifra fuera de la retícula tipográfica. Para las páginas pares es la palabra "Sevilla" la que rompe la estructura compositiva.



EXPOSICION IBERO-AMERICANA

SEVILLA

Escultura mutilada de piedra, representando al Arcángel San Miguel. — Siglo XV — Expositor: Comunidad de PP. Franciscanos, de Olite

Bajo relieve de piedra policromada, con inscripción dedicatoria del año 1402, representando la Santísima Trinidad. — Siglo XV — Expositor: Parroquia de San Pedro, de Olite

Pavés de madera pintada con emblemas heráldicos. — Siglo XVI — Expositor: Parroquia de Valtierra

Pavés de madera pintada con emblemas heráldicos. — Siglo XVI — Expositor: Parroquia de Valtierra

Capitel geminado e historiado de piedra tallada, procedente de la primitiva Catedral románica de Pamplona. — Siglo XII — Expositor: Excelentísimo Cabildo Catedral de Pamplona

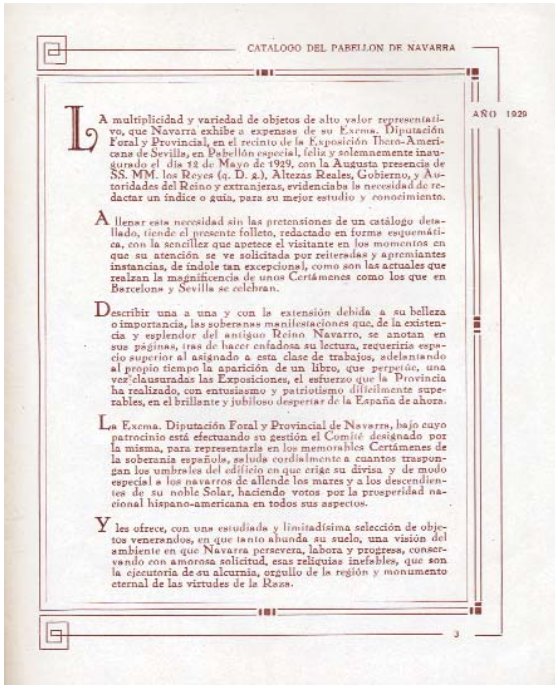
Capitel de piedra tallada, procedente de la primitiva Catedral románica de Pamplona. — Siglo XII — Expositor: Excelentísimo Cabildo Catedral de Pamplona

Granada de hierro fabricada en Orbaiceta. — Siglo XVIII — Expositor: D. Alberto de Huarte, de Pamplona

Capitel geminado e historiado de piedra tallada, procedente de la primitiva Catedral románica de Pamplona. — Siglo XII — Expositor: Excelentísimo Cabildo Catedral de Pamplona

Pavés de madera pintada con emblemas heráldicos. — Siglo XVI — Expositor: Parroquia de Valtierra

12



CATALOGO DEL PABELLON DE NAVARRA

AÑO 1929

LA multiplicidad y variedad de objetos de alto valor representativo, que Navarra exhibe a expensas de su Excma. Diputación Foral y Provincial, en el recinto de la Exposición Ibero-Americana de Sevilla, en Pabellón especial, feliz y solemnemente inaugurado el día 12 de Mayo de 1929, con la Augusta presencia de SS. MM. los Reyes (q. D. g.), Altezas Reales, Gobierno, y Autoridades del Reino y extranjeras, evidenciaba la necesidad de redactar un índice o guía, para su mejor estudio y conocimiento.

ALlenar esta necesidad sin las pretensiones de un catálogo detallado, tiende el presente folleto, redactado en forma esquemática, con la sencillez que apetece el visitante en los momentos en que su atención se ve solicitada por reiteradas y apremiantes instancias, de índole tan excepcional, como son las actuales que realizan la magnificencia de unos Certámenes como los que en Barcelona y Sevilla se celebran.

DEscribir una a una y con la extensión debida a su belleza o importancia, las soberanas manifestaciones que, de la existencia y esplendor del antiguo Reino Navarro, se anotan en sus páginas, tras de hacer enfadosa su lectura, requeriría espacio superior al asignado a esta clase de trabajos, adelantando al propio tiempo la aparición de un libro, que perpetúe, una vez clausuradas las Exposiciones, el esfuerzo que la Provincia ha realizado, con entusiasmo y patriotismo difícilmente superables, en el brillante y jubiloso despertar de la España de ahora.

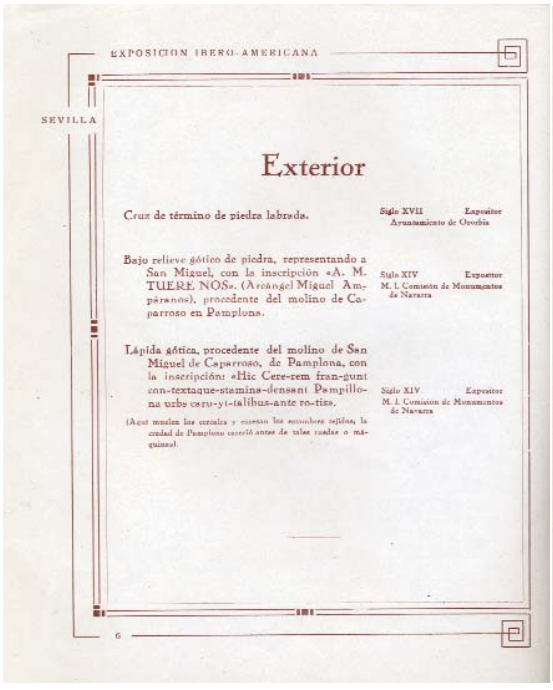
LA Excma. Diputación Foral y Provincial de Navarra, bajo cuyo patrocinio está efectuando su gestión el Comité designado por la misma, para representarla en los memorables Certámenes de la soberanía española, saluda cordialmente a cuantos traspongan los umbrales del edificio en que erige su divisa y de modo especial a los navarros de allende los mares y a los descendientes de su noble Solar, haciendo votos por la prosperidad nacional hispano-americana en todos sus aspectos.

YLes ofrece, con una estudiada y limitadísima selección de objetos venerandos, en que tanto abunda su suelo, una visión del ambiente en que Navarra persevera, labora y progresa, conservando con amorosa solicitud, esas reliquias inefables, que son la ejecutoria de su alcurnia, orgullo de la región y monumento eternal de las virtudes de la Raza.

3

Maqueta a dos columnas

Maqueta a una columna



EXPOSICION IBERO-AMERICANA

SEVILLA

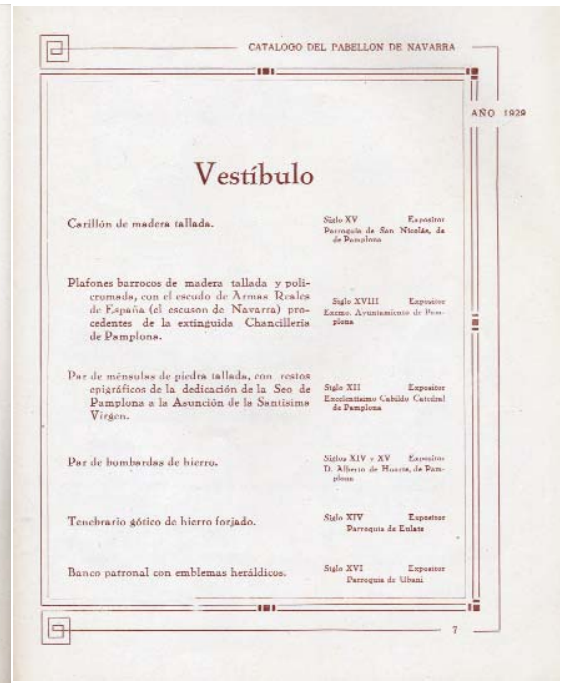
Exterior

Cruz de término de piedra labrada. — Siglo XVII — Expositor: Ayuntamiento de Orcoyen

Bajo relieve gótico de piedra, representando a San Miguel, con la inscripción «A. M. TUERE NOS». (Arcángel Miguel Amparanos), procedente del molino de Caparroso en Pamplona. — Siglo XIV — Expositor: M. I. Comisión de Monumentos de Navarra

Lápida gótica, procedente del molino de San Miguel de Caparroso, de Pamplona, con la inscripción: «Hic Cere-rem fran-gunt con-textaque-stamina-densant Pampillona urbs cæru-yi-talibus-ante ro-tis». (Aquí muelen las cerealia y cuecen las estameñas tejidas, la ciudad de Pamplona cereró antes de tales ruedas o máquinas). — Siglo XIV — Expositor: M. I. Comisión de Monumentos de Navarra

6



CATALOGO DEL PABELLON DE NAVARRA

AÑO 1929

Vestíbulo

Carillón de madera tallada. — Siglo XV — Expositor: Parroquia de San Nicolás, de Pamplona

Plafones barrocos de madera tallada y policromada, con el escudo de Armas Reales de España (el escusón de Navarra) procedentes de la extinguida Chancillería de Pamplona. — Siglo XVIII — Expositor: Excmo. Ayuntamiento de Pamplona

Par de ménsulas de piedra tallada, con restos epigráficos de la dedicación de la Seo de Pamplona a la Asunción de la Santísima Virgen. — Siglo XII — Expositor: Excelentísimo Cabildo Catedral de Pamplona

Par de bombardas de hierro. — Siglos XIV y XV — Expositor: D. Alberto de Huarte, de Pamplona

Tenebrario gótico de hierro forjado. — Siglo XIV — Expositor: Parroquia de Eulate

Banco patronal con emblemas heráldicos. — Siglo XVI — Expositor: Parroquia de Ulzurri

7

La orla exterior se rompe con el título

La doble columna determina el orden gráfico de la composición

3.3.8. Folleto del Pabellón de la Seda

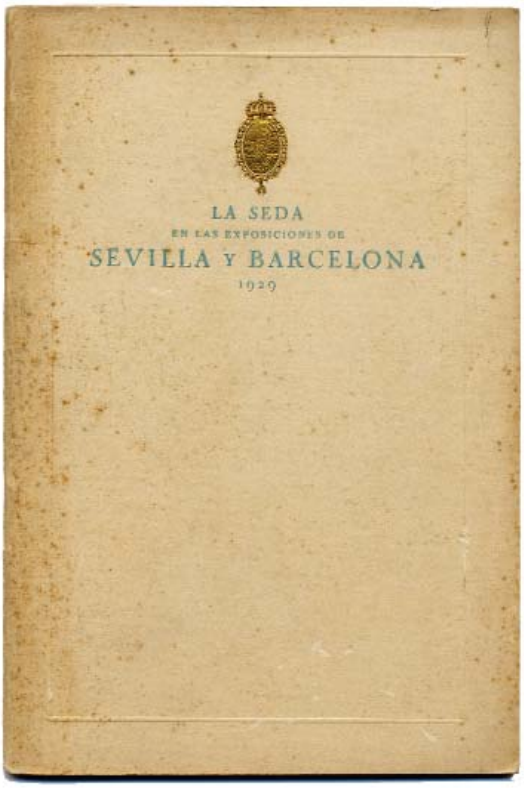
Su tamaño es de 145 mm. de ancho por 215 mm. de alto. Está impreso por la imprenta de Barcelona Nagsa. Tiene 34 páginas unidas con grapas y en el texto explicativo emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica.

La cubierta es de cartón y como peculiaridad la orla, la tipografía, y el escudo Real, que corona la composición, están impresos en contrarelieve. El escudo está tintado en color dorado mientras las letras lo están en color azul. La orla es un grueso filete grabado en seco, sin tinta. Compositivamente emplea un solo bloque, justificado al centro y que ocupa el tercio superior de la página. El escudo tiene la misma altura que las cuatro líneas tipográficas, que están escritas en caja alta y romanas, con diferente tamaño en cada línea: la primera y la tercera son mayores. El conjunto es elegante y equilibrado.

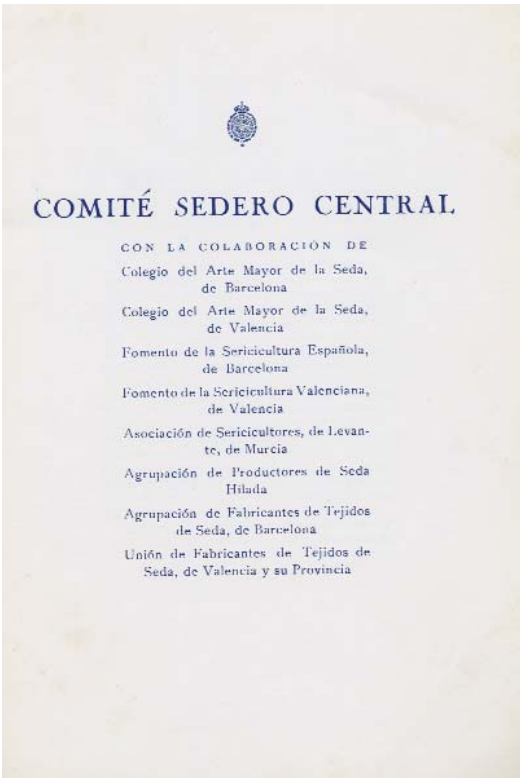
Las páginas no están numeradas y se componen a una sola columna, con márgenes anchos. La primera página impar también está justificada al centro con el título más ancho que la caja de texto.

En la impar siguiente, que sirve de explicación general del Pabellón, se emplea una primera letra decorada que ocupa las tres primeras líneas.

Tres de las páginas ofrecen fotografías de los expositores del pabellón y la mayor parte se destinan a mostrar anuncios tipográficos de las empresas sederas participantes en forma de tres cajas de texto por página. Cada una de ellas va numerada con un tipo de trazo ancho y blanco interior estrecho.



Cubierta



COMITÉ SEDERO CENTRAL

CON LA COLABORACIÓN DE

Colegio del Arte Mayor de la Seda, de Barcelona

Colegio del Arte Mayor de la Seda, de Valencia

Fomento de la Sericicultura Española, de Barcelona

Fomento de la Sericicultura Valenciana, de Valencia

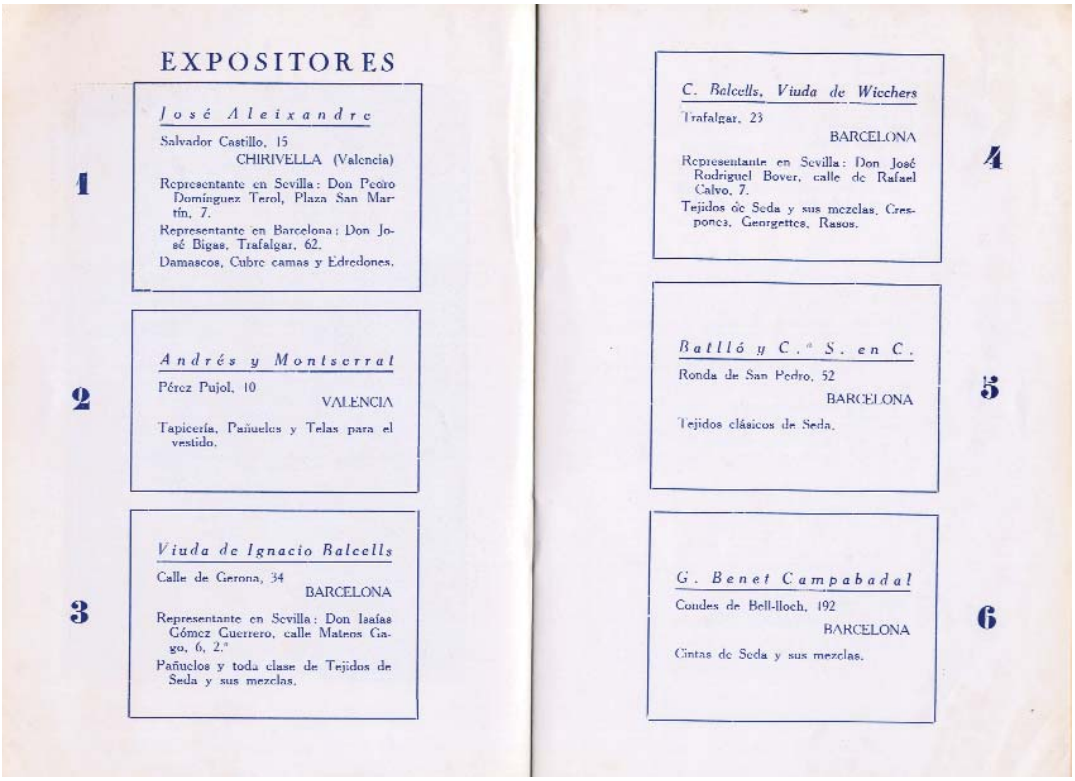
Asociación de Sericicultores, de Levante, de Murcia

Agrupación de Productores de Seda Hilada

Agrupación de Fabricantes de Tejidos de Seda, de Barcelona

Unión de Fabricantes de Tejidos de Seda, de Valencia y su Provincia

Primera página impar



EXPOSITORES

1

José Aleixandre

Salvador Castillo, 15
CHIRIVELLA (Valencia)

Representante en Sevilla: Don Pedro Domínguez Terol, Plaza San Martín, 7.

Representante en Barcelona: Don José Bigas, Trafalgar, 62.

Damascos, Cubre camas y Edredones.

2

Andrés y Montserrat

Pérez Pujol, 10
VALENCIA

Tapicería, Pañuelos y Telas para el vestido.

3

Viuda de Ignacio Balcells

Calle de Gerona, 34
BARCELONA

Representante en Sevilla: Don Isaías Gómez Guerrero, calle Matens Gago, 6, 2.º

Pañuelos y toda clase de Tejidos de Seda y sus mezclas.

4

C. Balcells, Viuda de Wicchers

Trafalgar, 23
BARCELONA

Representante en Sevilla: Don José Rodriguel Bover, calle de Rafael Calvo, 7.

Tejidos de Seda y sus mezclas. Crespones, Georgettes, Rasos.

5

Batlló y C.ª S. en C.

Ronda de San Pedro, 52
BARCELONA

Tejidos clásicos de Seda.

6

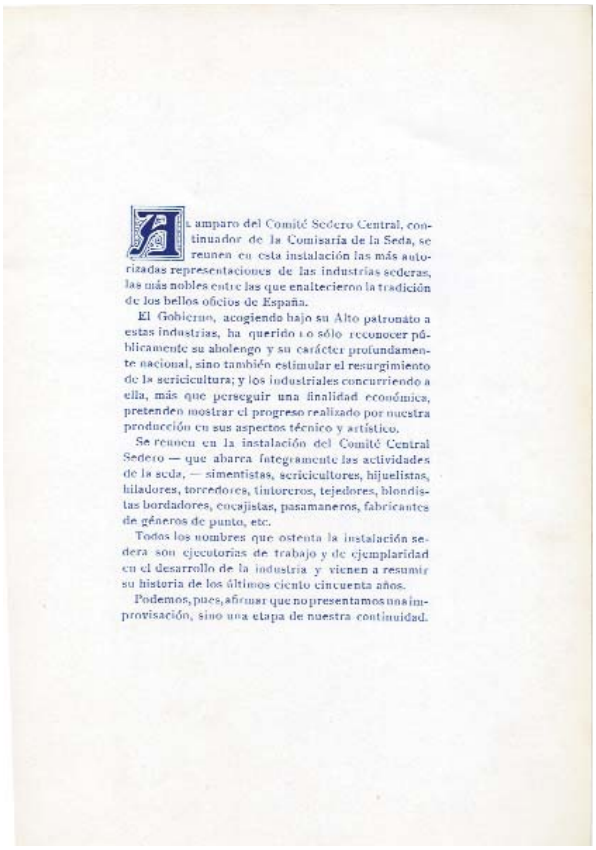
G. Benet Campabadal

Condes de Bell-lloch, 192
BARCELONA

Cintas de Seda y sus mezclas.

Página con anuncios tipográficos en módulos

Maqueta de página de texto



Al amparo del Comité Sedero Central, continuador de la Comisaría de la Seda, se reunen en esta instalación las más autorizadas representaciones de las industrias sederas, las más nobles entre las que enaltecieron la tradición de los bellos oficios de España.

El Gobierno, acogiendo bajo su Alto patronato a estas industrias, ha querido no sólo reconocer públicamente su abolengo y su carácter profundamente nacional, sino también estimular el resurgimiento de la sericicultura; y los industriales concurriendo a ella, más que perseguir una finalidad económica, pretenden mostrar el progreso realizado por nuestra producción en sus aspectos técnico y artístico.

Se reunen en la instalación del Comité Central Sedero — que abarca íntegramente las actividades de la seda, — simentistas, sericicultores, hijuelistas, hiladores, torcedores, tintoreros, tejedores, blondistas bordadores, encajistas, pasamaneros, fabricantes de géneros de punto, etc.

Todos los nombres que ostenta la instalación sedera son ejecutorias de trabajo y de ejemplaridad en el desarrollo de la industria y vienen a resumir su historia de los últimos ciento cincuenta años.

Podemos, pues, afirmar que no presentamos una improvisación, sino una etapa de nuestra continuidad.

Fotografías del pabellón ocupando la página



Instalación de la Exposición I. de Barcelona — Vista de conjunto

Instalación en la Exposición I. A. de Sevilla — Vista interior del Pabellón de la Seda

3.3.9. Catálogo de Estados Unidos de Venezuela

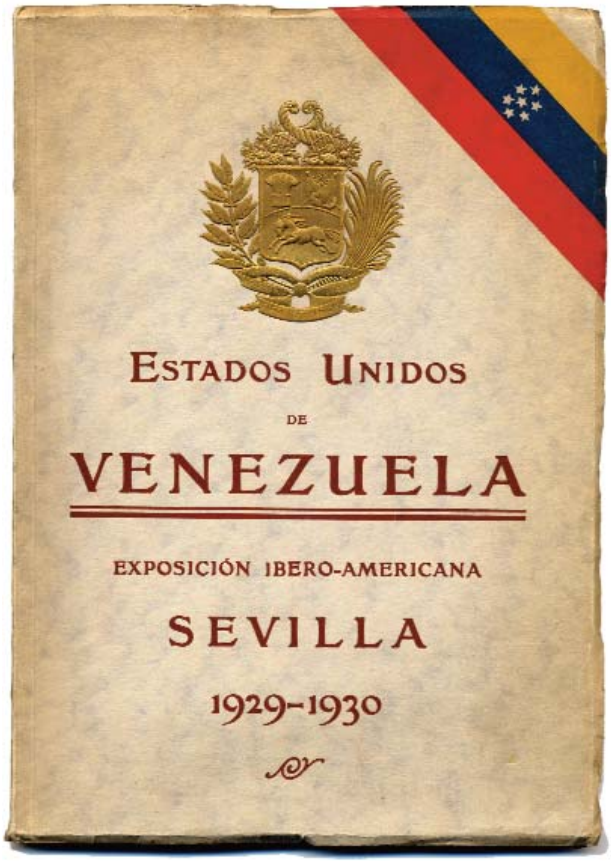
Este es un catálogo en rústica de 160 páginas, que se editó respetando las convenciones de impresión de los libros de similar calidad. Detrás de la cubierta lleva página de respeto y portada. En la primera impar detrás de esta figura, al igual que en la cubierta, el escudo de Venezuela. También lleva página de respeto antes de la contracubierta. Su tamaño es de 160 mm. de ancho por 275 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

En la cubierta lleva, al sesgo, en el ángulo superior derecho la bandera de Venezuela, y en el tercio superior el escudo del país, impreso en contrarelieve en color dorado.

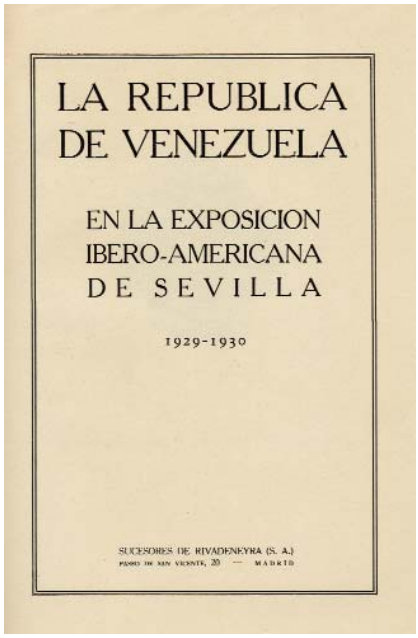
El texto, en tipo romano de caja alta, se justifica al centro. Cada línea tiene un tamaño diferente. Emplea un doble filete para subrayar la palabra Venezuela y una pequeña y sencilla viñeta tipográfica de trazo curvo, al pie del texto.

La portada está enmarcada con doble línea de idéntico grosor, agrupando las líneas del título, en la mitad superior de la página, y dejando aire en la inferior, donde reserva espacio para el nombre y la dirección de la imprenta, la madrileña Sucesores de Rivadeneira. Todo el texto se compone en caja alta y en una romana de ojo ancho.

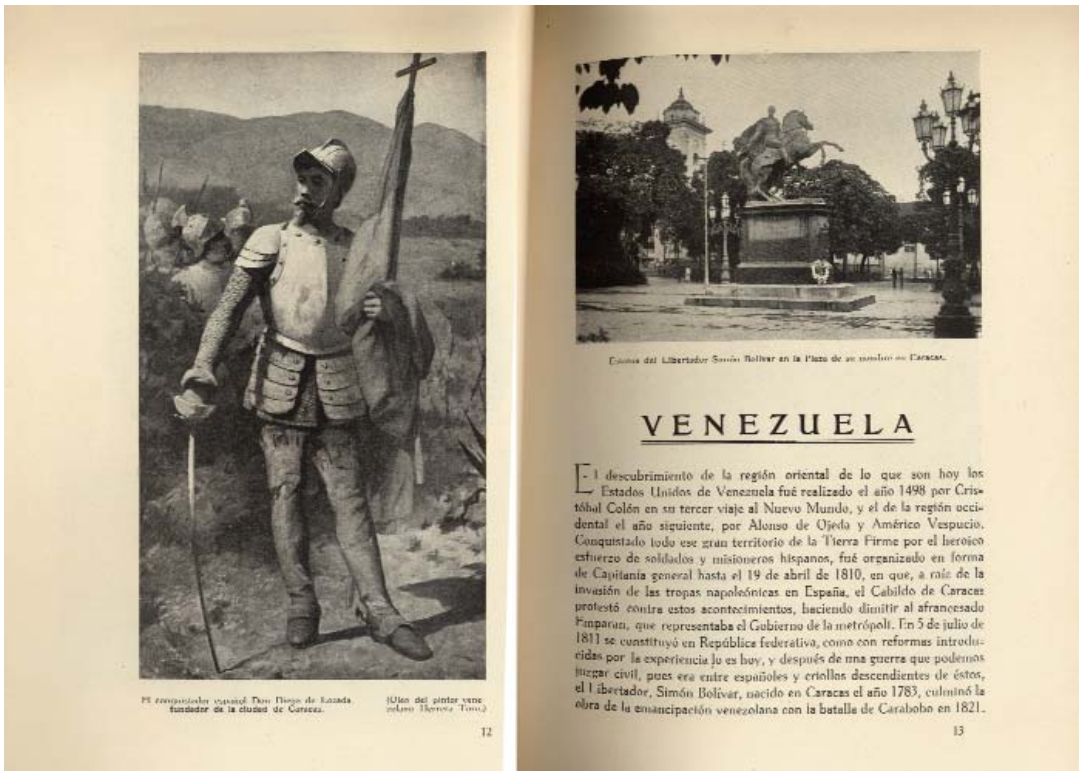
Las páginas interiores se componen a una sola columna, con ojo de tipo romano. Las fotografías se maquetan al ancho de la caja por encima o por debajo del texto. También hay páginas ocupadas solamente por fotografías o con ilustraciones, con sus pies correspondientes. En la primera página impar de texto, la primera capitular debajo del título ocupa la altura de las dos primeras líneas. La par enfrentada a ella se compone con la fotografía de un cuadro, que ocupa toda la caja.



Cubierta



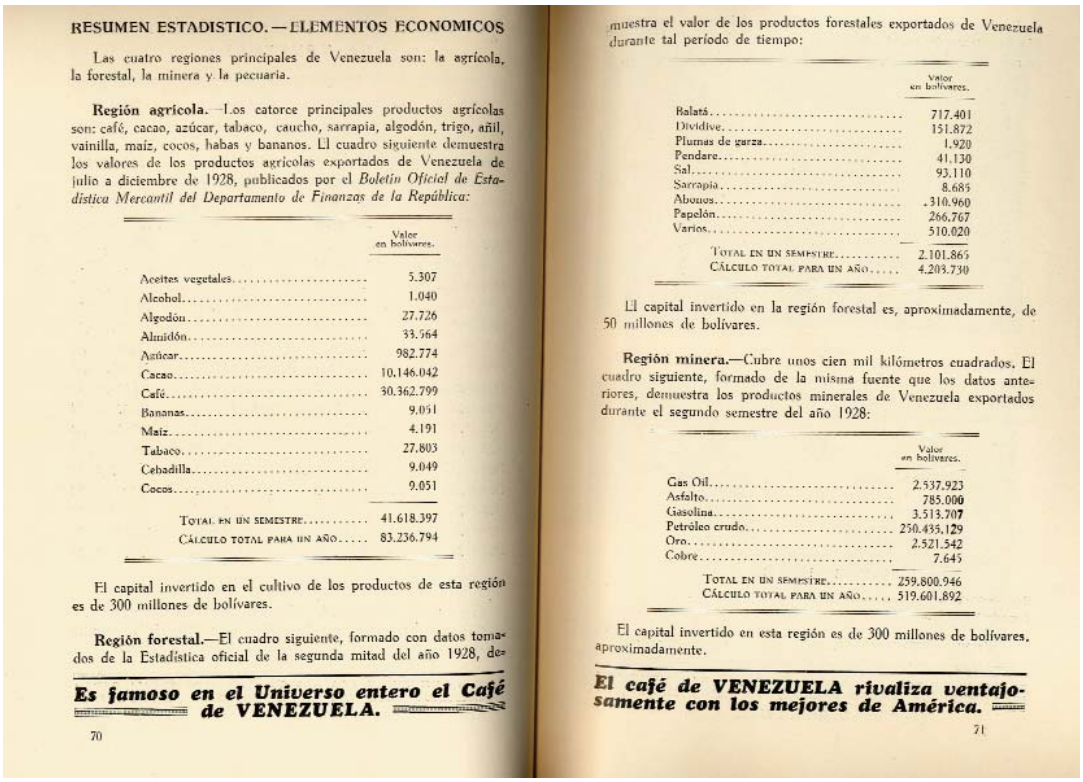
Portada



Maqueta a una columna con fotografía al ancho de la caja e ilustración en la par

En el texto abundan los cuadros estadísticos, que se incluyen como cajas separadas, más estrechas, en el interior de la caja principal y rompiendo las columnas. Muchas de las páginas incluyen anuncios tipográficos debajo de la caja del texto y separados por un filete. Están maquetados con tipografía diferente, de tamaño mayor, en cursiva y algunas en negrita. En algunos casos el texto incluye fragmentos de orlas tipográficas ornamentales para completar las líneas al ancho de las páginas.

En la contracubierta está impreso, con golpe en seco, el sello del impresor.



RESUMEN ESTADISTICO.—ELEMENTOS ECONOMICOS

Las cuatro regiones principales de Venezuela son: la agrícola, la forestal, la minera y la pecuaria.

Región agrícola.—Los catorce principales productos agrícolas son: café, cacao, azúcar, tabaco, caucho, sarrapia, algodón, trigo, añil, vainilla, maíz, cocos, habas y bananos. El cuadro siguiente demuestra los valores de los productos agrícolas exportados de Venezuela de julio a diciembre de 1928, publicados por el *Boletín Oficial de Estadística Mercantil del Departamento de Finanzas de la República:*

	Valor en bolívares.
Aceites vegetales	5.307
Alcohol	1.040
Algodón	27.726
Almidón	33.564
Azúcar	982.774
Cacao	10.146.042
Café	30.362.799
Bananas	9.051
Maíz	4.191
Tabaco	27.803
Cebadilla	9.049
Cocos	9.051
TOTAL EN UN SEMESTRE	41.618.397
CÁLCULO TOTAL PARA UN AÑO	83.236.794

El capital invertido en el cultivo de los productos de esta región es de 300 millones de bolívares.

Región forestal.—El cuadro siguiente, formado con datos tomados de la Estadística oficial de la segunda mitad del año 1928, demuestra el valor de los productos forestales exportados de Venezuela durante tal período de tiempo:

	Valor en bolívares.
Balatá	717.401
Dividive	151.872
Plumas de garza	1.920
Pendare	41.130
Sal	93.110
Sarrapia	8.685
Abonos	310.960
Papelón	266.767
Varios	510.020
TOTAL EN UN SEMESTRE	2.101.865
CÁLCULO TOTAL PARA UN AÑO	4.203.730

El capital invertido en la región forestal es, aproximadamente, de 50 millones de bolívares.

Región minera.—Cubre unos cien mil kilómetros cuadrados. El cuadro siguiente, formado de la misma fuente que los datos anteriores, demuestra los productos minerales de Venezuela exportados durante el segundo semestre del año 1928:

	Valor en bolívares.
Gas Oil	2.537.923
Asfalto	785.000
Gasolina	3.513.707
Petróleo crudo	250.435.129
Oro	2.521.542
Cobre	7.645
TOTAL EN UN SEMESTRE	259.800.946
CÁLCULO TOTAL PARA UN AÑO	519.601.892

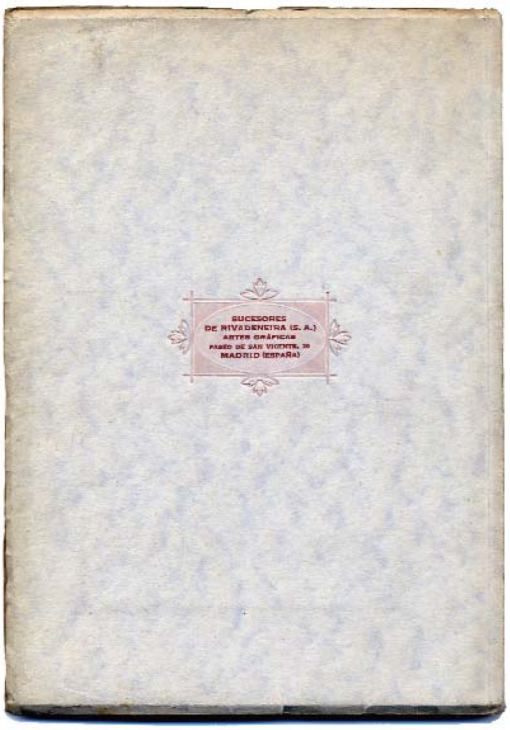
El capital invertido en esta región es de 300 millones de bolívares, aproximadamente.

Es famoso en el Universo entero el Café de VENEZUELA.

El café de VENEZUELA rivaliza ventajosamente con los mejores de América.

70 71

Cuadros estadísticos dentro del texto y anuncios tipográficos en el faldón



Contracubierta con el sello del impresor

3.3.10. Catálogo de la República de Panamá

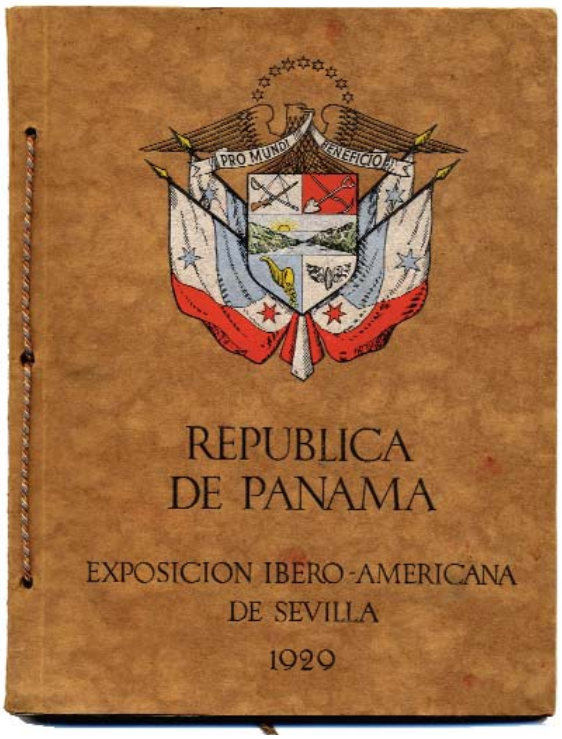
Este catálogo, impreso en Hamburgo, Alemania, por Kiebn & Biermann, tiene como peculiaridad que, a pesar de tratarse de una edición en rústica, sus 86 páginas están cosidas con un cordón de los colores de la bandera de Panamá. El hilo atraviesa el cartón de la cubierta y todo el grosor del lomo, y se une a través de tres perforaciones practicadas en el margen interior de las páginas. Su tamaño es de 165 mm. de ancho por 215 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica.

La cubierta es de cartón y muestra el escudo de Panamá ocupando la mitad superior de la página, mientras en la inferior el texto emplea un tipo romano en caja alta que se justifica al centro de la página y que, de arriba abajo, distingue tres bloques: "República de Panamá", con un cuerpo de mayor tamaño; "Exposición Ibero-Americana de Sevilla"; y "1929". La cifra 9 es de un blanco interior notoriamente ancho.

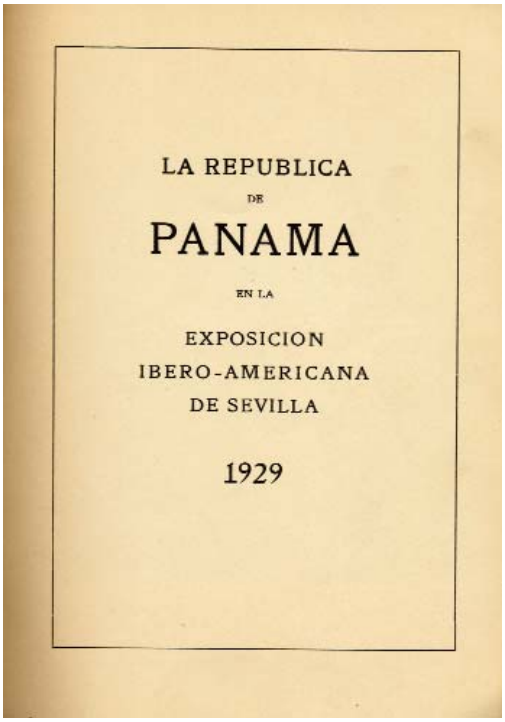
La página de cortesía es de elevado gramaje y detrás de ella se incluye un desplegable de cuatro páginas, con una fotografía panorámica de la Bahía de Panamá.

La portada está enmarcada con línea simple y delgada. Emplea un tipo romano en caja alta que justifica al centro de la página, destacándose la palabra "Panamá" en negrita y con un cuerpo algo mayor.

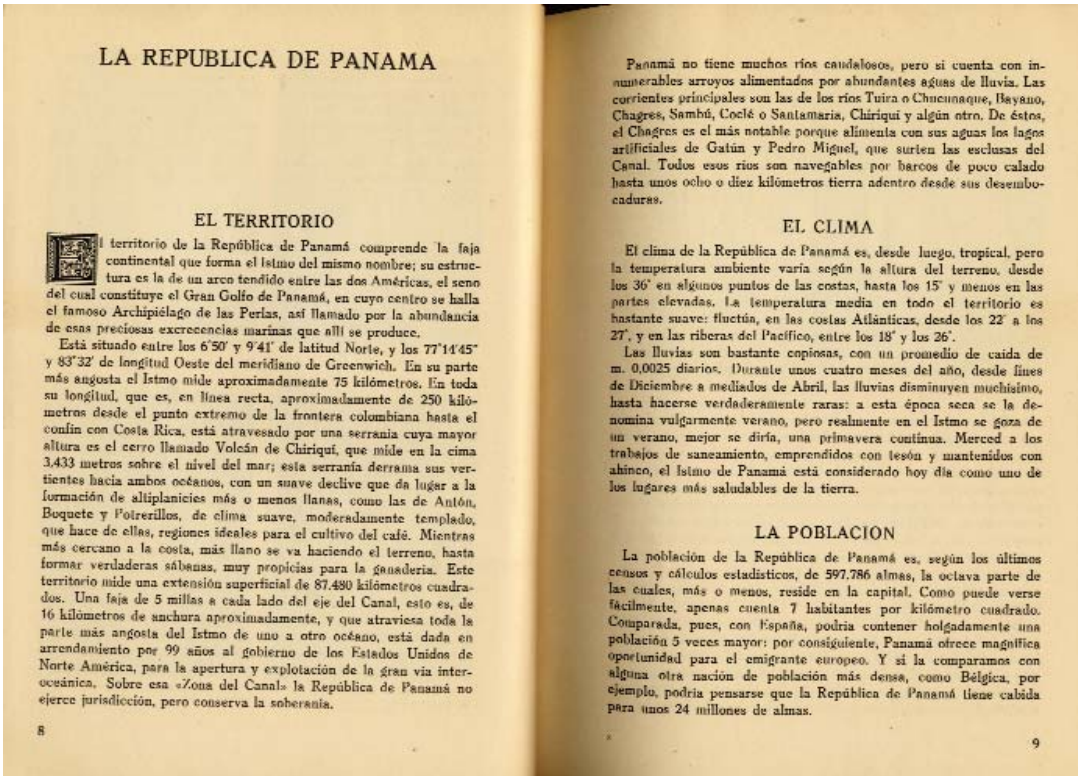
Las páginas de la tres a la siete se destinan a mostrar fotografías de próceres del país, comenzando por el Presidente de la Républica durante la época de la Exposición. De los fallecidos se muestran fotografías de sus bustos escultóricos.



Cubierta



Portada



LA REPUBLICA DE PANAMA

EL TERRITORIO

El territorio de la República de Panamá comprende la faja continental que forma el Istmo del mismo nombre; su estructura es la de un arco tendido entre las dos Américas, el seno del cual constituye el Gran Golfo de Panamá, en cuyo centro se halla el famoso Archipiélago de las Perlas, así llamado por la abundancia de esas preciosas excrecencias marinas que allí se produce.

Está situado entre los 6°50' y 9°41' de latitud Norte, y los 77°14'45" y 83°32' de longitud Oeste del meridiano de Greenwich. En su parte más angosta el Istmo mide aproximadamente 75 kilómetros. En toda su longitud, que es, en línea recta, aproximadamente de 250 kilómetros desde el punto extremo de la frontera colombiana hasta el confín con Costa Rica, está atravesado por una serranía cuya mayor altura es el cerro llamado Volcán de Chiriquí, que mide en la cima 3.433 metros sobre el nivel del mar; esta serranía derrama sus vertientes hacia ambos océanos, con un suave declive que da lugar a la formación de altiplanicies más o menos llanas, como las de Antón, Buquete y Potrerillos, de clima suave, moderadamente templado, que hace de ellas, regiones ideales para el cultivo del café. Mientras más cercano a la costa, más llano se va haciendo el terreno, hasta formar verdaderas sábanas, muy propicias para la ganadería. Este territorio mide una extensión superficial de 87.480 kilómetros cuadrados. Una faja de 5 millas a cada lado del eje del Canal, esto es, de 16 kilómetros de anchura aproximadamente, y que atraviesa toda la parte más angosta del Istmo de uno a otro océano, está dada en arrendamiento por 99 años al gobierno de los Estados Unidos de Norte América, para la apertura y explotación de la gran vía interoceánica. Sobre esa «Zona del Canal» la República de Panamá no ejerce jurisdicción, pero conserva la soberanía.

8

Panamá no tiene muchos ríos caudalosos, pero sí cuenta con innumerables arroyos alimentados por abundantes aguas de lluvia. Las corrientes principales son las de los ríos Tuira o Chucunaque, Bayano, Chagres, Sambú, Coclé o Santamaría, Chiriquí y algún otro. De éstos, el Chagres es el más notable porque alimenta con sus aguas los lagos artificiales de Gatún y Pedro Miguel, que surten las esclusas del Canal. Todos esos ríos son navegables por barcos de poco calado hasta unos ocho o diez kilómetros tierra adentro desde sus desembocaduras.

EL CLIMA

El clima de la República de Panamá es, desde luego, tropical, pero la temperatura ambiente varía según la altura del terreno, desde los 36° en algunos puntos de las costas, hasta los 15° y menos en las partes elevadas. La temperatura media en todo el territorio es bastante suave: fluctúa, en las costas Atlánticas, desde los 22° a los 27°, y en las riberas del Pacífico, entre los 18° y los 26°.

Las lluvias son bastante copiosas, con un promedio de caída de m. 0,0025 diarios. Durante unos cuatro meses del año, desde fines de Diciembre a mediados de Abril, las lluvias disminuyen muchísimo, hasta hacerse verdaderamente raras: a esta época seca se la denomina vulgarmente verano, pero realmente en el Istmo se goza de un verano, mejor se diría, una primavera continua. Merced a los trabajos de saneamiento, emprendidos con tesón y mantenidos con ahínco, el Istmo de Panamá está considerado hoy día como uno de los lugares más saludables de la tierra.

LA POBLACION

La población de la República de Panamá es, según los últimos censos y cálculos estadísticos, de 597.786 almas, la octava parte de las cuales, más o menos, reside en la capital. Como puede verse fácilmente, apenas cuenta 7 habitantes por kilómetro cuadrado. Comparada, pues, con España, podría contener holgadamente una población 5 veces mayor: por consiguiente, Panamá ofrece magnífica oportunidad para el emigrante europeo. Y si la comparamos con alguna otra nación de población más densa, como Bélgica, por ejemplo, podría pensarse que la República de Panamá tiene cabida para unos 24 millones de almas.

9

Maqueta de texto a doble página

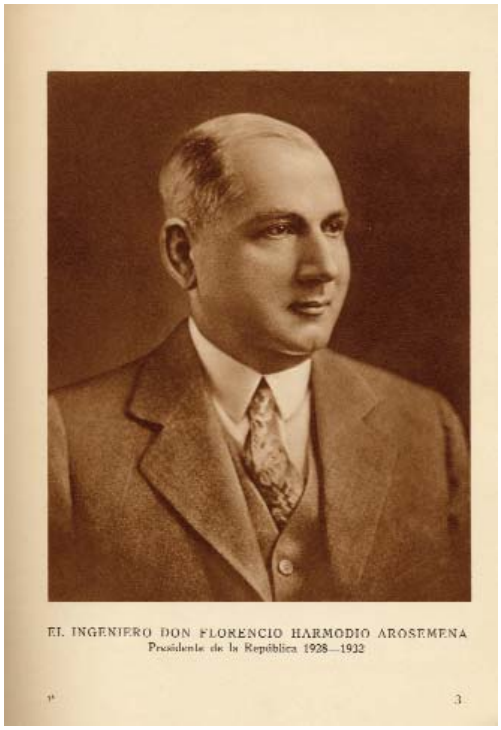
Las páginas de texto se componen con una caja de una columna en un tipo romano. Las fotografías están viradas al color verde. Algunas se maquetan en horizontal, por arriba y por debajo de las columnas de texto, al ancho de la caja; otras se incorporan en vertical, dejando la columna de texto, a izquierda o a derecha. En otras páginas las fotografías ocupan toda la caja. Los títulos se justifican al centro y van en mayúsculas.

La primera capitular de cada capítulo está decorada y ocupa la altura de las tres primeras líneas del texto.

En las últimas páginas se cataloga, a dos columnas, un directorio comercial de empresas de la ciudad de Panamá.

El catálogo cuenta con colofón, en el que se señalan datos de la edición y de los autores de los textos y de las fotografías.

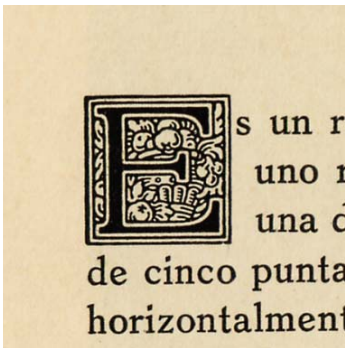
En el ángulo inferior derecho de la contracubierta hallamos, en pequeño tamaño, el sello del impresor.



EL INGENIERO DON FLORENCIO HARMODIO AROSEMENA
Presidente de la República 1928—1932

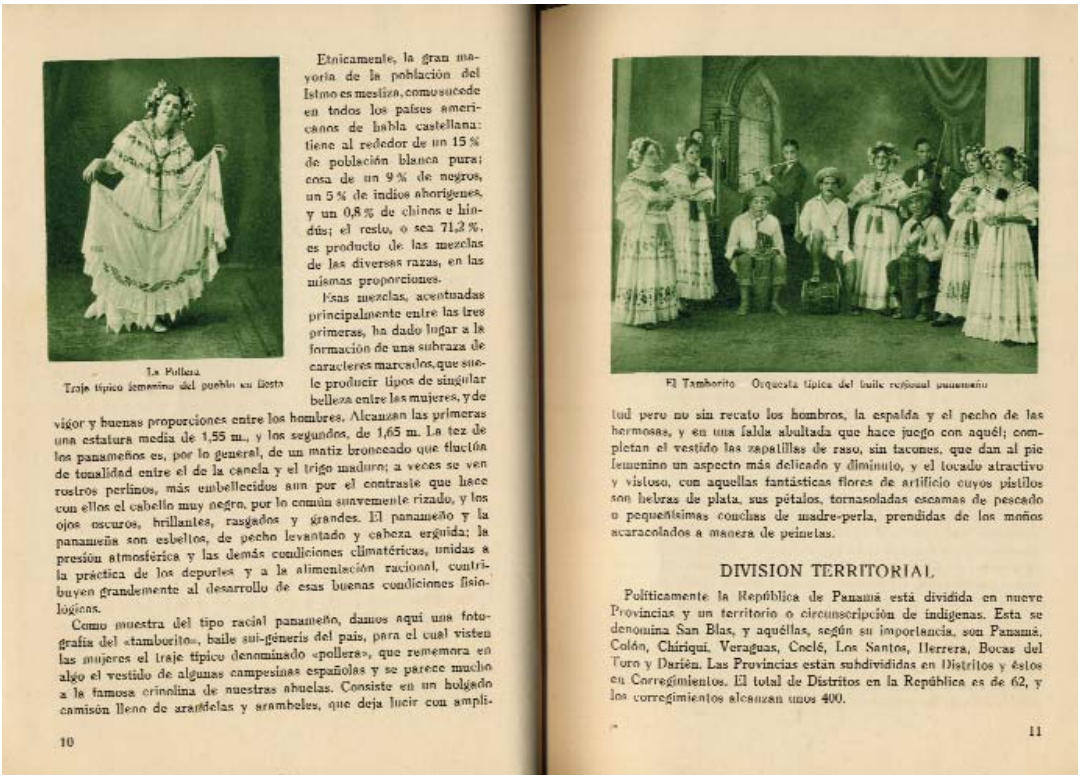
3

Fotografía ocupando la página



Es un r
uno
una
de cinco punta
horizontalment

Capitular florida



La Pollera
Traje típico femenino del pueblo en fiesta

Etnicamente, la gran mayoría de la población del Istmo es mestiza, como sucede en todos los países americanos de habla castellana: tiene al rededor de un 15 % de población blanca pura; cosa de un 9 % de negros, un 5 % de indios aborígenes, y un 0,8 % de chinos e hindús; el resto, o sea 71,2 %, es producto de las mezclas de las diversas razas, en las mismas proporciones.

Esas mezclas, acentuadas principalmente entre las tres primeras, ha dado lugar a la formación de una subraza de caracteres marcados, que suele producir tipos de singular belleza entre las mujeres, y de vigor y buenas proporciones entre los hombres. Alcanzan las primeras una estatura media de 1,55 m., y los segundos, de 1,65 m. La tez de los panameños es, por lo general, de un matiz bronceado que fluctúa de tonalidad entre el de la canela y el trigo maduro; a veces se ven rostros perlinos, más embellecidos aun por el contraste que hace con ellos el cabello muy negro, por lo común suavemente rizado, y los ojos oscuros, brillantes, rasgados y grandes. El panameño y la panameña son esbeltos, de pecho levantado y cabeza erguida; la presión atmosférica y las demás condiciones climatéricas, unidas a la práctica de los deportes y a la alimentación racional, contribuyen grandemente al desarrollo de esas buenas condiciones fisiológicas.

Como muestra del tipo racial panameño, damos aquí una fotografía del «tamborito», baile sui-géneris del país, para el cual visten las mujeres el traje típico denominado «pollera», que rememora en algo el vestido de algunas campesinas españolas y se parece mucho a la famosa crinolina de nuestras abuelas. Consiste en un holgado camisón lleno de aranditelas y arambeles, que deja lucir con amplitud pero no sin recato los hombros, la espalda y el pecho de las hermosas, y en una falda abultada que hace juego con aquél; completan el vestido las zapatillas de raso, sin tacones, que dan al pie femenino un aspecto más delicado y diminuto, y el tocado atractivo y vistoso, con aquellas fantásticas flores de artificio cuyos pistilos son hebras de plata, sus pétalos, tornasoladas escamas de pescado o pequeñísimas conchas de madre-perla, prendidas de los moños acaracolados a manera de peinetas.

10

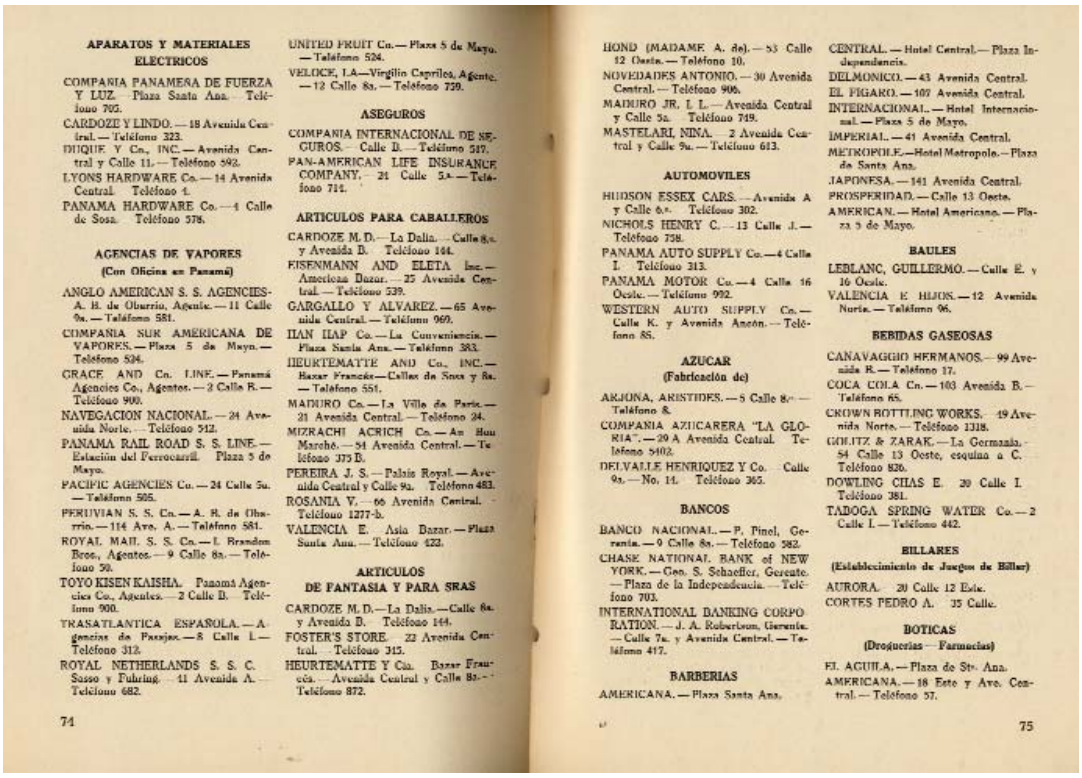
El Tamborito — Orquesta típica del baile regional panameño

DIVISION TERRITORIAL

Políticamente la República de Panamá está dividida en nueve Provincias y un territorio o circunscripción de indígenas. Esta se denomina San Blas, y aquéllas, según su importancia, son Panamá, Colón, Chiriquí, Veraguas, Coclé, Los Santos, Herrera, Bocas del Toro y Darién. Las Provincias están subdivididas en Distritos y éstos en Corregimientos. El total de Distritos en la República es de 62, y los corregimientos alcanzan unos 400.

11

Maqueta a doble página incluyendo fotografías



APARATOS Y MATERIALES ELECTRICOS

COMPANIA PANAMEÑA DE FUERZA Y LUZ. — Plaza Santa Ana. — Teléfono 705.
CARDOZE Y LINDO. — 18 Avenida Central. — Teléfono 323.
DIQUE Y Co., INC. — Avenida Central y Calle 11. — Teléfono 592.
LYONS HARDWARE Co. — 14 Avenida Central. Teléfono 4.
PANAMA HARDWARE Co. — 4 Calle de Sosa. Teléfono 378.

AGENCIAS DE VAPORES
(Con Oficina en Panamá)

ANGLO AMERICAN S. S. AGENCIES-A. B. de Obarrio, Agente. — 11 Calle 9a. — Teléfono 581.
COMPANIA SUR AMERICANA DE VAPORES. — Plaza 5 de Mayo. — Teléfono 524.
GRACE AND Co. LINE. — Panamá Agencies Co., Agentes. — 2 Calle B. — Teléfono 900.
NAVEGACION NACIONAL. — 24 Avenida Norte. — Teléfono 512.
PANAMA RAIL ROAD S. S. LINE. — Estación del Ferrocarril. Plaza 5 de Mayo.
PACIFIC AGENCIES Co. — 24 Calle 5a. — Teléfono 505.
PERUVIAN S. S. Co. — A. B. de Obarrio. — 114 Ave. A. — Teléfono 581.
ROYAL MAIL S. S. Co. — L. Brandon Bros., Agentes. — 9 Calle 8a. — Teléfono 59.
TOYO KISEN KAISHA. Panamá Agencies Co., Agentes. — 2 Calle B. Teléfono 900.
TRASATLANTICA ESPAÑOLA. — Agencias de Pasajes. — 8 Calle 1. — Teléfono 312.
ROYAL NETHERLANDS S. S. C. Sasso y Fuhring. — 11 Avenida A. — Teléfono 682.
UNITED FRUIT Co. — Plaza 5 de Mayo. — Teléfono 524.
VELOCE, I.A.—Virgilio Capriles, Agente. — 12 Calle 8a. — Teléfono 759.

ASEGUROS

COMPANIA INTERNACIONAL DE SEGUROS. — Calle B. — Teléfono 517.
PAN-AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY. — 21 Calle 3a. — Teléfono 714.

ARTICULOS PARA CABALLEROS

CARDOZE M. D. — La Dalia. — Calle 8a. y Avenida B. Teléfono 144.
EISENMANN AND ELETA Inc. — American Bazar. — 25 Avenida Central. — Teléfono 539.
GARGALLO Y ALVAREZ. — 65 Avenida Central. — Teléfono 969.
HAN HAP Co. — La Conveniencia. — Plaza Santa Ana. — Teléfono 383.
HEURTEMATTE AND Co., INC. — Bazar Francés — Calles de Sosa y 8a. — Teléfono 551.
MADURO Co. — La Ville de Paris. — 21 Avenida Central. — Teléfono 24.
MIZRACHI ACRICH Co. — Au Bon Marché. — 54 Avenida Central. — Teléfono 375 B.
PEREIRA J. S. — Palais Royal. — Avenida Central y Calle 9a. Teléfono 483.
ROSANIA V. — 66 Avenida Central. Teléfono 1277-b.
VALENCIA E. — Asia Bazar. — Plaza Santa Ana. — Teléfono 423.

ARTICULOS DE FANTASIA Y PARA SRAS

CARDOZE M. D. — La Dalia. — Calle 8a. y Avenida B. Teléfono 144.
FOSTER'S STORE. 22 Avenida Central. Teléfono 315.
HEURTEMATTE Y Cia. Bazar Francés. — Avenida Central y Calle 8a. — Teléfono 872.

74

HOND (MADAME A. de). — 53 Calle 12 Oeste. — Teléfono 10.
NOVEDADES ANTONIO. — 30 Avenida Central. — Teléfono 906.
MADURO JR. I. L. — Avenida Central y Calle 5a. Teléfono 749.
MASTELARI, NINA. — 2 Avenida Central y Calle 9a. — Teléfono 613.

AUTOMOVILES

HUDSON ESSEX CARS. — Avenida A y Calle 6a. Teléfono 302.
NICHOLS HENRY C. — 13 Calle J. — Teléfono 738.
PANAMA AUTO SUPPLY Co. — 4 Calle I. Teléfono 313.
PANAMA MOTOR Co. — 4 Calle 16 Oeste. — Teléfono 992.
WESTERN AUTO SUPPLY Co. — Calle K. y Avenida Ancón. — Teléfono 85.

AZUCAR
(Fabricación de)

ARJONA, ARISTIDES. — 5 Calle 8a. — Teléfono 8.
COMPANIA AZUCARERA "LA GLORIA". — 29 A Avenida Central. Teléfono 5402.
DELVALLE HENRIQUEZ Y Co. — Calle 9a. — No. 14. Teléfono 365.

BANCOS

BANCO NACIONAL. — P. Pinel, Gerente. — 9 Calle 8a. — Teléfono 582.
CHASE NATIONAL BANK of NEW YORK. — Geo. S. Schaeffer, Gerente. — Plaza de la Independencia. — Teléfono 703.
INTERNATIONAL BANKING CORPORATION. — J. A. Robertson, Gerente. — Calle 7a. y Avenida Central. — Teléfono 417.

BARBERIAS

AMERICANA. — Plaza Santa Ana.
CENTRAL. — Hotel Central. — Plaza Independencia.
DELMONICO. — 43 Avenida Central.
EL FIGARO. — 107 Avenida Central.
INTERNACIONAL. — Hotel Internacional. — Plaza 5 de Mayo.
IMPERIAL. — 41 Avenida Central.
METROPOLE. — Hotel Metropole. — Plaza de Santa Ana.
JAPONESA. — 141 Avenida Central.
PROSPERIDAD. — Calle 13 Oeste.
AMERICAN. — Hotel Americano. — Plaza 5 de Mayo.

BAULES

LEBLANC, GUILLERMO. — Calle E. y 16 Oeste.
VALENCIA E. HIJOS. — 12 Avenida Norte. — Teléfono 96.

BEBIDAS GASEOSAS

CANAVAGGIO HERMANOS. — 99 Avenida B. — Teléfono 17.
COCA COLA Co. — 103 Avenida B. — Teléfono 65.
CROWN BOTTLING WORKS. 19 Avenida Norte. — Teléfono 1318.
GOLITZ & ZARAK. — La Germania. — 54 Calle 13 Oeste, esquina a C. Teléfono 826.
DOWLING CHAS E. 20 Calle I. Teléfono 381.
TADOGA SPRING WATER Co. — 2 Calle I. — Teléfono 442.

BILLARES
(Establecimiento de Juegos de Billar)

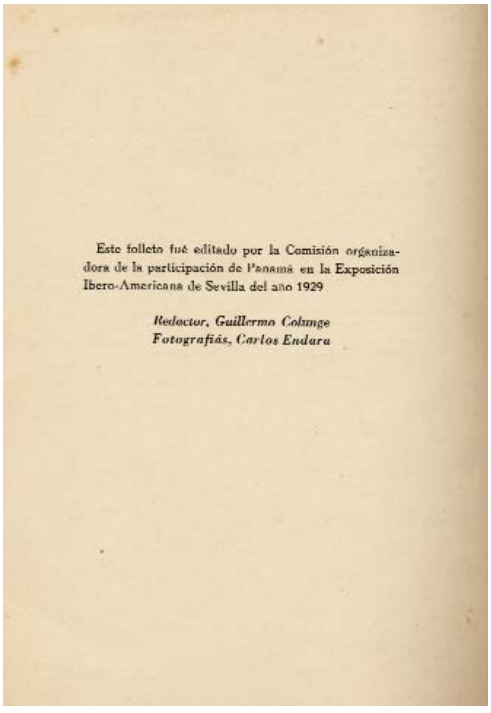
AURORA. 20 Calle 12 Este.
CORTES PEDRO A. 35 Calle.

BOTICAS
(Droguerías — Farmacias)

EL AGUILA. — Plaza de Sta. Ana.
AMERICANA. — 18 Este y Ave. Central. — Teléfono 57.

75

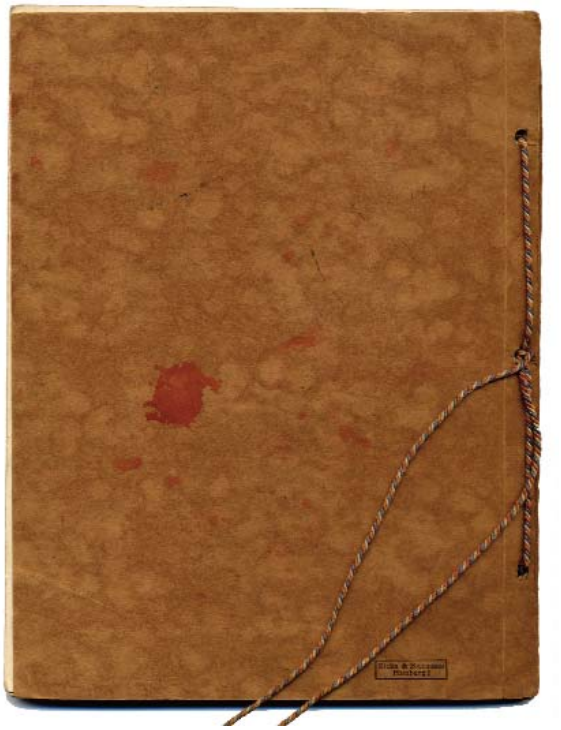
Directorio comercial a dos columnas



Este folleto fué editado por la Comisión organizadora de la participación de Panamá en la Exposición Ibero-Americana de Sevilla del año 1929

Redactor, Guillermo Colunge
Fotografías, Carlos Endara

Colofón



Contracubierta con el sello del impresor

3.3.11. Folleto: *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile*[29]

Folleto de bolsillo de seis páginas editado en la propia imprenta de la Sección del Libro de la Exposición. Las hojas están unidas con dos grapas al margen de la cubierta. Pese a sus pocas páginas, incluye las de cortesía detrás de la cubierta y antes de la contracubierta. Su tamaño es de 120 mm. de ancho por 170 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 8 puntos pica.

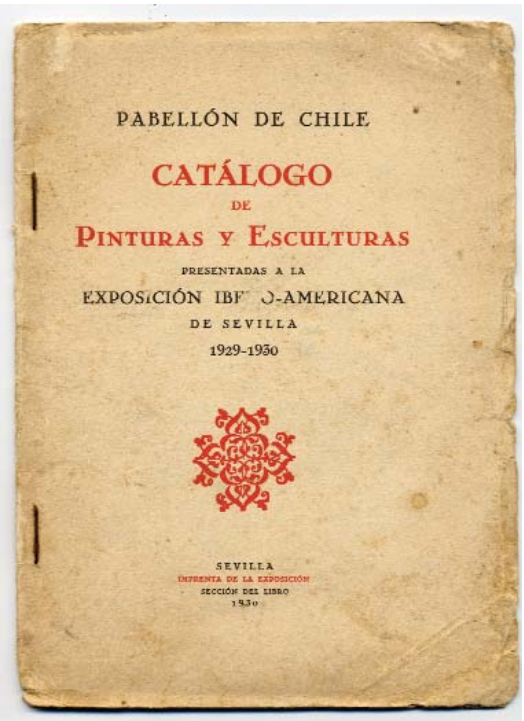
La cubierta es de predominio tipográfico, aunque incluye un adorno en hueco grabado en el tercio inferior de la página. Emplea un tipo de fuente romana en mayúscula y en tintas roja y negra. Se justifica al centro. El cuerpo de las letras que componen la frase "Catálogo de Pinturas y Esculturas" es de mayor tamaño que el resto, y se tinta en rojo, al igual que el ornamento tipográfico y la frase "Imprenta de la Exposición" que va por debajo del adorno como segunda línea del crédito del folleto.

La contracubierta se ocupa con el símbolo de la Exposición, que se sitúa en el centro de la página. La leyenda se incluye dentro del círculo y no por fuera como en otros casos.

El texto se compone a una sola columna con fuente romana. En la primera página impar el título se justifica al centro y va en mayúscula. La página lleva en su encabezamiento una orla tipográfica con la secuencia de una pieza repetida. Los párrafos son ordinarios, con la primera línea sangrada.

Las páginas 2 y 3 llevan filetes finos en sus encabezamientos y la tercera emplea el adorno tipográfico de la cubierta para equilibrar el blanco de la mitad inferior de la página.

29. Lo clasificamos como folleto en función de su número de páginas.


PABELLÓN DE CHILE

CATÁLOGO

DE

PINTURAS Y ESCULTURAS

PRESENTADAS A LA

EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA

DE SEVILLA

1929-1930

SEVILLA

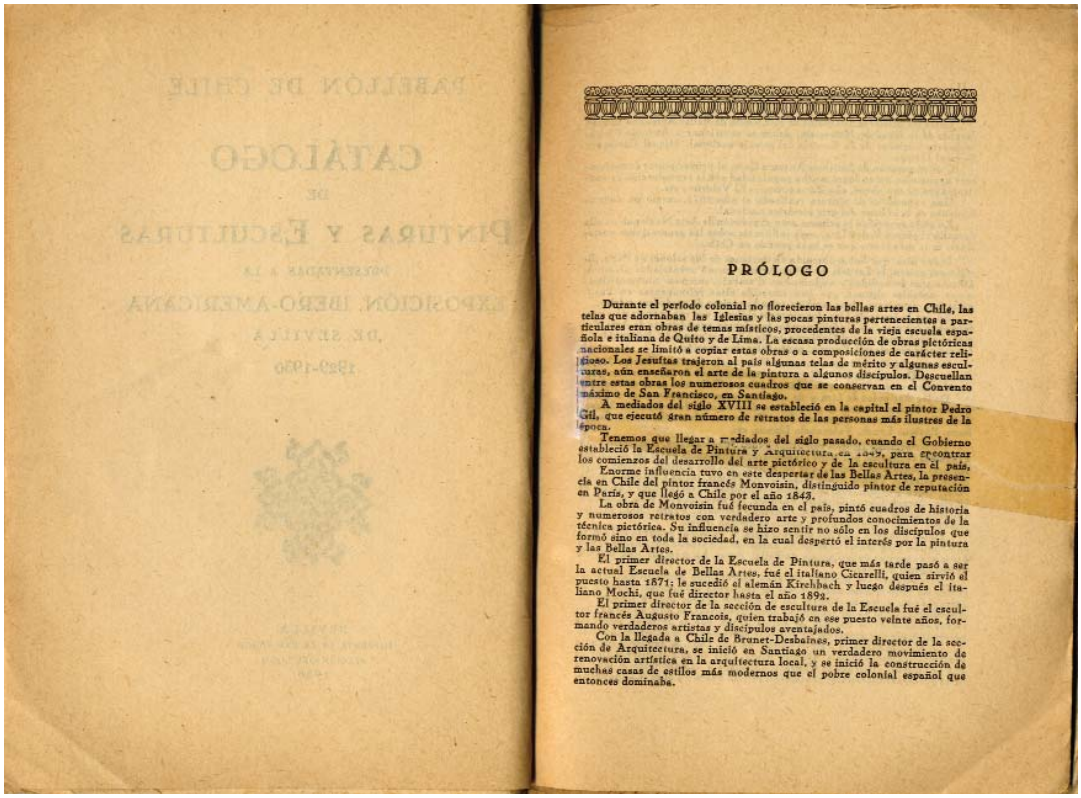
IMPRENTA DE LA EXPOSICIÓN

SECCIÓN DEL LIBRO

1930

Cubierta


Contracubierta


PRÓLOGO

Durante el período colonial no florecieron las bellas artes en Chile, las telas que adornaban las Iglesias y las pocas pinturas pertenecientes a particulares eran obras de temas místicos, procedentes de la vieja escuela española e italiana de Quito y de Lima. La escasa producción de obras pictóricas nacionales se limitó a copiar estas obras o a composiciones de carácter religioso. Los Jesuítas trajeron al país algunas telas de mérito y algunas esculturas, aún enseñaron el arte de la pintura a algunos discípulos. Descuellan entre estas obras los numerosos cuadros que se conservan en el Convento máximo de San Francisco, en Santiago.

A mediados del siglo XVIII se estableció en la capital el pintor Pedro Gil, que ejecutó gran número de retratos de las personas más ilustres de la época.

Tenemos que llegar a mediados del siglo pasado, cuando el Gobierno estableció la Escuela de Pintura y Arquitectura en 1849, para encontrar los comienzos del desarrollo del arte pictórico y de la escultura en el país.

Enorme influencia tuvo en este despertar de las Bellas Artes, la presencia en Chile del pintor francés Monvoisin, distinguido pintor de reputación en París, y que llegó a Chile por el año 1843.

La obra de Monvoisin fué fecunda en el país, pintó cuadros de historia y numerosos retratos con verdadero arte y profundos conocimientos de la técnica pictórica. Su influencia se hizo sentir no sólo en los discípulos que formó sino en toda la sociedad, en la cual despertó el interés por la pintura y las Bellas Artes.

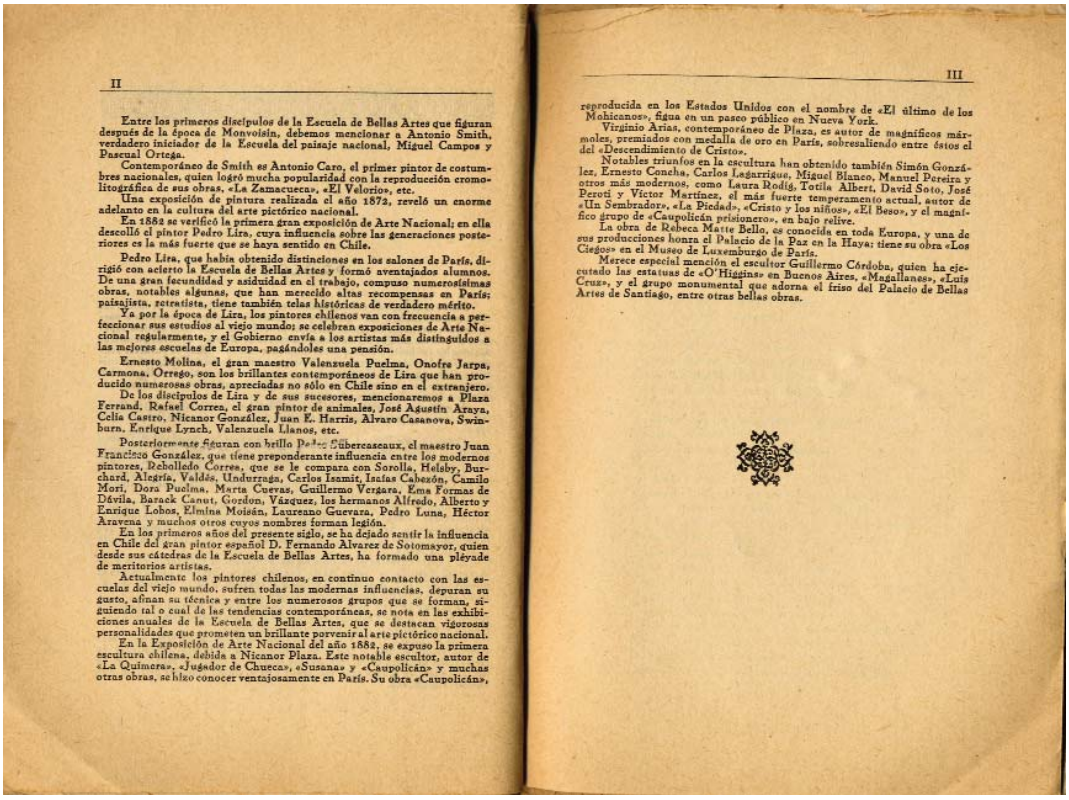
El primer director de la Escuela de Pintura, que más tarde pasó a ser la actual Escuela de Bellas Artes, fué el italiano Cicarelli, quien sirvió el puesto hasta 1871; le sucedió el alemán Kirchbach y luego después el italiano Mochi, que fué director hasta el año 1892.

El primer director de la sección de escultura de la Escuela fué el escultor francés Augusto Francois, quien trabajó en ese puesto veinte años, formando verdaderos artistas y discípulos aventajados.

Con la llegada a Chile de Brunet-Desbaines, primer director de la sección de Arquitectura, se inició en Santiago un verdadero movimiento de renovación artística en la arquitectura local, y se inició la construcción de muchas casas de estilos más modernos que el pobre colonial español que entonces dominaba.

Máqueta de la primera página con orla ancha

La primera página, dedicada a enumerar la relación de objetos de las salas, lleva una orla tipográfica secuencial, con una pieza distinta a la de la primera página. La lista se justifica a la izquierda, empleando cursiva para las letras que nombran a cada uno de los objetos.



II

Entre los primeros discípulos de la Escuela de Bellas Artes que figuran después de la época de Monvoisin, debemos mencionar a Antonio Smith, verdadero iniciador de la Escuela del paisaje nacional, Miguel Campos y Pascual Ortega.

Contemporáneo de Smith es Antonio Caro, el primer pintor de costumbres nacionales, quien logró mucha popularidad con la reproducción cromolitográfica de sus obras, «La Zamacueca», «El Velorio», etc.

Una exposición de pintura realizada el año 1872, reveló un enorme adelanto en la cultura del arte pictórico nacional.

En 1882 se verificó la primera gran exposición de Arte Nacional; en ella descolló el pintor Pedro Lira, cuya influencia sobre las generaciones posteriores es la más fuerte que se haya sentido en Chile.

Pedro Lira, que había obtenido distinciones en los salones de París, dirigió con acierto la Escuela de Bellas Artes y formó aventajados alumnos. De una gran fecundidad y asiduidad en el trabajo, compuso numerosísimas obras, notables algunas, que han merecido altas recompensas en París; paisajista, retratista, tiene también telas históricas de verdadero mérito.

Ya por la época de Lira, los pintores chilenos van con frecuencia a perfeccionar sus estudios al viejo mundo; se celebran exposiciones de Arte Nacional regularmente, y el Gobierno envía a los artistas más distinguidos a las mejores escuelas de Europa, pagándoles una pensión.

Ernesto Molina, el gran maestro Valenzuela Puelma, Onofre Jarpa, Carmona, Orrego, son los brillantes contemporáneos de Lira que han producido numerosas obras, apreciadas no sólo en Chile sino en el extranjero.

De los discípulos de Lira y de sus sucesores, mencionaremos a Plaza Ferrand, Rafael Correa, el gran pintor de animales, José Agustín Araya, Celia Castro, Nicanor González, Juan E. Harris, Alvaro Casanova, Swinburn, Enrique Lynch, Valenzuela Llanos, etc.

Posteriormente figuran con brillo Pedro Subercaseaux, el maestro Juan Francisco González, que tiene preponderante influencia entre los modernos pintores, Rebolledo Correa, que se le compara con Sorolla, Helsby, Burchard, Alegría, Valdés, Undurraga, Carlos Isamit, Isaías Cabezón, Camilo Mori, Dora Puelma, Marta Cuevas, Guillermo Veraara, Ema Formas de Dávila, Barack Canut, Gordon, Vázquez, los hermanos Alfredo, Alberto y Enrique Lobos, Elmina Moisán, Laureano Guevara, Pedro Luna, Héctor Aravena y muchos otros cuyos nombres forman legión.

En los primeros años del presente siglo, se ha dejado sentir la influencia en Chile del gran pintor español D. Fernando Alvarez de Sotomayor, quien desde sus cátedras de la Escuela de Bellas Artes, ha formado una pléyade de meritorios artistas.

Actualmente los pintores chilenos, en continuo contacto con las escuelas del viejo mundo, sufren todas las modernas influencias, depuran su gusto, afinan su técnica y entre los numerosos grupos que se forman, siguiendo tal o cual de las tendencias contemporáneas, se nota en las exhibiciones anuales de la Escuela de Bellas Artes, que se destacan vigorosas personalidades que prometen un brillante porvenir al arte pictórico nacional.

En la Exposición de Arte Nacional del año 1883, se expuso la primera escultura chilena, debida a Nicanor Plaza. Este notable escultor, autor de «La Quimera», «Jugador de Chueca», «Susana» y «Caupolicán» y muchas otras obras, se hizo conocer ventajosamente en París. Su obra «Caupolicán»,

III

reproducida en los Estados Unidos con el nombre de «El último de los Mohicanos», figura en un paseo público en Nueva York.

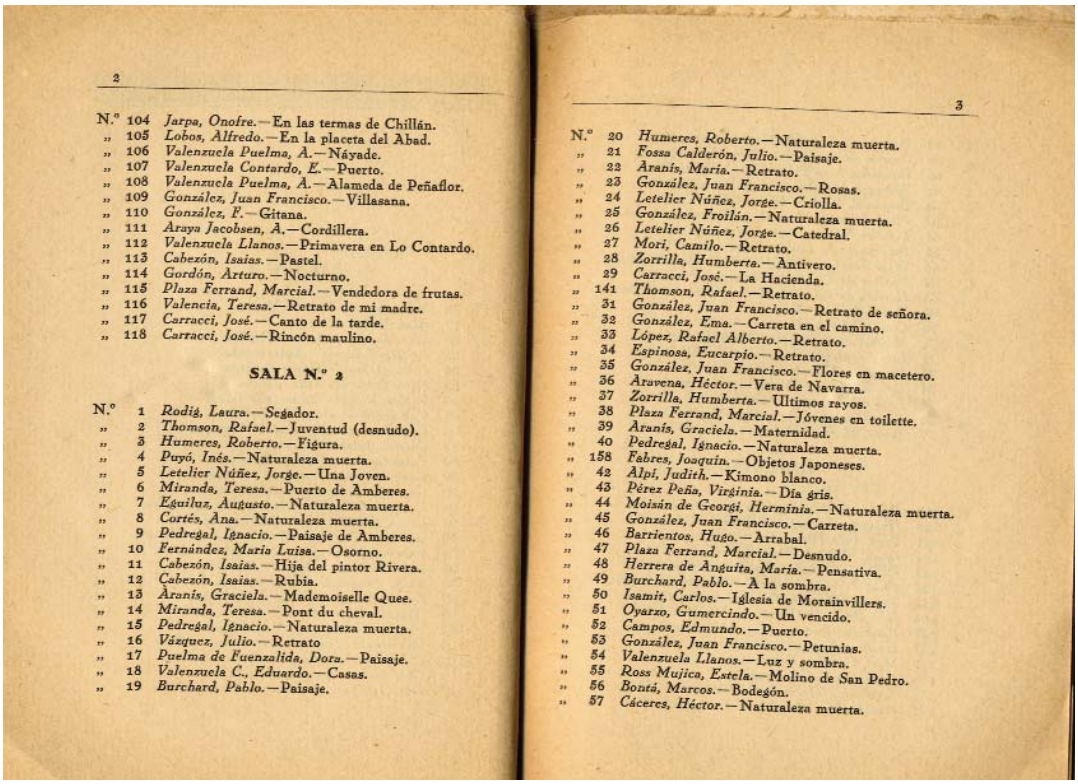
Virginio Arias, contemporáneo de Plaza, es autor de magníficos mármoles, premiados con medalla de oro en París, sobresaliendo entre éstos el del «Descendimiento de Cristo».

Notables triunfos en la escultura han obtenido también Simón González, Ernesto Concha, Carlos Lagarrigue, Miguel Blanco, Manuel Pereira y otros más modernos, como Laura Rodig, Totila Albert, David Soto, José Perotti y Víctor Martínez, el más fuerte temperamento actual, autor de «Un Sembrador», «La Piedad», «Cristo y los niños», «El Beso», y el magnífico grupo de «Caupolicán prisionero», en bajo relive.

La obra de Rebeca Matte Bello, es conocida en toda Europa, y una de sus producciones honra el Palacio de la Paz en la Haya: tiene su obra «Los Ciegos» en el Museo de Luxemburgo de París.

Merece especial mención el escultor Guillermo Córdoba, quien ha ejecutado las estatuas de «O'Higgins» en Buenos Aires, «Magallanes», «Luis Cruz», y el grupo monumental que adorna el friso del Palacio de Bellas Artes de Santiago, entre otras bellas obras.

Maqueta con filetes en los encabezamientos



2

N.° 104 *Jarpa, Onofre.*—En las termas de Chillán.
„ 105 *Lobos, Alfredo.*—En la placeta del Abad.
„ 106 *Valenzuela Puelma, A.*—Náyade.
„ 107 *Valenzuela Contardo, E.*—Puerto.
„ 108 *Valenzuela Puelma, A.*—Alameda de Peñaflor.
„ 109 *González, Juan Francisco.*—Villasana.
„ 110 *González, F.*—Gitana.
„ 111 *Araya Jacobsen, A.*—Cordillera.
„ 112 *Valenzuela Llanos.*—Primavera en Lo Contardo.
„ 113 *Cabezón, Isaías.*—Pastel.
„ 114 *Gordón, Arturo.*—Nocturno.
„ 115 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Vendedora de frutas.
„ 116 *Valencia, Teresa.*—Retrato de mi madre.
„ 117 *Carracci, José.*—Canto de la tarde.
„ 118 *Carracci, José.*—Rincón maulino.

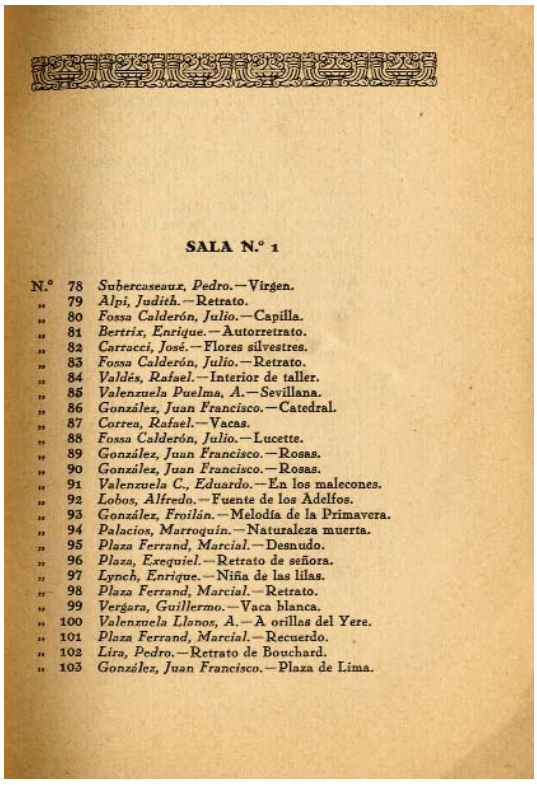
SALA N.° 2

N.° 1 *Rodig, Laura.*—Segador.
„ 2 *Thomson, Rafael.*—Juventud (desnudo).
„ 3 *Humeres, Roberto.*—Figura.
„ 4 *Puyó, Inés.*—Naturaleza muerta.
„ 5 *Letelier Núñez, Jorge.*—Una Joven.
„ 6 *Miranda, Teresa.*—Puerto de Amberes.
„ 7 *Eguiluz, Augusto.*—Naturaleza muerta.
„ 8 *Cortés, Ana.*—Naturaleza muerta.
„ 9 *Pedregal, Ignacio.*—Paisaje de Amberes.
„ 10 *Fernández, María Luisa.*—Otoño.
„ 11 *Cabezón, Isaías.*—Hija del pintor Rivera.
„ 12 *Cabezón, Isaías.*—Rubia.
„ 13 *Aranís, Graciela.*—Mademoiselle Quee.
„ 14 *Miranda, Teresa.*—Pont du cheval.
„ 15 *Pedregal, Ignacio.*—Naturaleza muerta.
„ 16 *Vázquez, Julio.*—Retrato
„ 17 *Puelma de Fuenzalida, Dora.*—Paisaje.
„ 18 *Valenzuela C., Eduardo.*—Casas.
„ 19 *Burchard, Pablo.*—Paisaje.

3

N.° 20 *Humeres, Roberto.*—Naturaleza muerta.
„ 21 *Fossa Calderón, Julio.*—Paisaje.
„ 22 *Aranís, María.*—Retrato.
„ 23 *González, Juan Francisco.*—Rosas.
„ 24 *Letelier Núñez, Jorge.*—Criolla.
„ 25 *González, Froilán.*—Naturaleza muerta.
„ 26 *Letelier Núñez, Jorge.*—Catedral.
„ 27 *Mori, Camilo.*—Retrato.
„ 28 *Zorrilla, Humberta.*—Antivero.
„ 29 *Carracci, José.*—La Hacienda.
„ 141 *Thomson, Rafael.*—Retrato.
„ 31 *González, Juan Francisco.*—Retrato de señora.
„ 32 *González, Ema.*—Carreta en el camino.
„ 33 *López, Rafael Alberto.*—Retrato.
„ 34 *Espinosa, Eucarpio.*—Retrato.
„ 35 *González, Juan Francisco.*—Flores en macetero.
„ 36 *Aravena, Héctor.*—Vera de Navarra.
„ 37 *Zorrilla, Humberta.*—Ultimos rayos.
„ 38 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Jóvenes en toilette.
„ 39 *Aranís, Graciela.*—Maternidad.
„ 40 *Pedregal, Ignacio.*—Naturaleza muerta.
„ 158 *Fabres, Joaquín.*—Objetos Japoneses.
„ 42 *Alpi, Judith.*—Kimono blanco.
„ 43 *Pérez Peña, Virginia.*—Día gris.
„ 44 *Moisán de Georgi, Herminia.*—Naturaleza muerta.
„ 45 *González, Juan Francisco.*—Carreta.
„ 46 *Barrientos, Hugo.*—Arrabal.
„ 47 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Desnudo.
„ 48 *Herrera de Anguita, María.*—Pensativa.
„ 49 *Burchard, Pablo.*—A la sombra.
„ 50 *Isamit, Carlos.*—Iglesia de Morainvillers.
„ 51 *Oyarzo, Gumercindo.*—Un vencido.
„ 52 *Campos, Edmundo.*—Puerto.
„ 53 *González, Juan Francisco.*—Petunias.
„ 54 *Valenzuela Llanos.*—Luz y sombra.
„ 55 *Ross Mujica, Estela.*—Molino de San Pedro.
„ 56 *Bontá, Marcos.*—Bodegón.
„ 57 *Cáceres, Héctor.*—Naturaleza muerta.

Maqueta a doble página con la enumeración de los objetos



SALA N.° 1

N.° 78 *Subercaseaux, Pedro.*—Virgen.
„ 79 *Alpi, Judith.*—Retrato.
„ 80 *Fossa Calderón, Julio.*—Capilla.
„ 81 *Bertrix, Enrique.*—Autorretrato.
„ 82 *Carracci, José.*—Flores silvestres.
„ 83 *Fossa Calderón, Julio.*—Retrato.
„ 84 *Valdés, Rafael.*—Interior de taller.
„ 85 *Valenzuela Puelma, A.*—Sevillana.
„ 86 *González, Juan Francisco.*—Catedral.
„ 87 *Correa, Rafael.*—Vacas.
„ 88 *Fossa Calderón, Julio.*—Lucette.
„ 89 *González, Juan Francisco.*—Rosas.
„ 90 *González, Juan Francisco.*—Rosas.
„ 91 *Valenzuela C., Eduardo.*—En los malecones.
„ 92 *Lobos, Alfredo.*—Fuente de los Adelfos.
„ 93 *González, Froilán.*—Melodía de la Primavera.
„ 94 *Palacios, Matroquín.*—Naturaleza muerta.
„ 95 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Desnudo.
„ 96 *Plaza, Exequiel.*—Retrato de señora.
„ 97 *Lynch, Enrique.*—Niña de las lilas.
„ 98 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Retrato.
„ 99 *Vergara, Guillermo.*—Vaca blanca.
„ 100 *Valenzuela Llanos, A.*—A orillas del Yere.
„ 101 *Plaza Ferrand, Marcial.*—Recuerdo.
„ 102 *Lira, Pedro.*—Retrato de Bouchard.
„ 103 *González, Juan Francisco.*—Plaza de Lima.

La primera página dedicada a numerar los objetos lleva orla tipográfica secuencial

3.4. Propaganda promovida por empresas privadas y otras instituciones

3.4.1. Catálogo: *Comercio Internacional. Anuario Seleccionado de la Producción Mundial. 1929*

Introducción

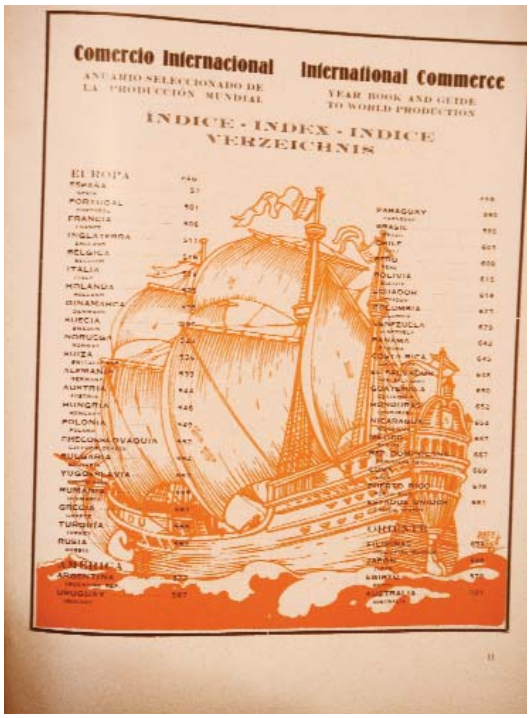
Probablemente, uno de los hallazgos más interesantes de esta investigación haya sido el descubrimiento de este catálogo comercial editado en 1929. Su tamaño es de 210 mm. de ancho por 220 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 10 puntos pica y un medianil de 5 mm. Tiene 707 páginas encuadernadas en rústica, cosidas en el lomo, con la cubierta de pasta dura forrada en tela de color azul, pegada con cola al lomo.

La iniciativa partió de la empresa Comercio Internacional, que según consta en el prefacio del Anuario tenía su sede central en Barcelona y otras dos en Nueva York y Buenos Aires; así como delegaciones en las principales capitales de Europa y América; además de en Tokio, El Cairo y Manila. Según figura en la última página, la edición fue realizada por la Editorial Apolo de Barcelona.

El libro está escrito en los idiomas español e inglés y dedica sus 500 primeras páginas a exponer, con todo lujo de detalles en sucesivos capítulos, lo más relevante de la historia, cultura, economía y turismo de España; de cada una de sus regiones y de cada una de sus provincias.

Además destina capítulos específicos a recrear la historia, los programas de actos y los contenidos de los pabellones de las Exposiciones de Sevilla y de Barcelona.

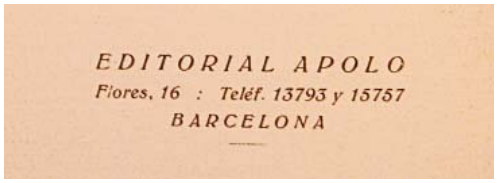
Las más de 200 páginas restantes las reparte en capítulos más breves, dedicados a explicar la historia, economía y cultura de 21 países europeos; otros 21 americanos –incluyendo Estados Unidos– además de hacer lo propio con Japón, Filipinas, Egipto y Australia.



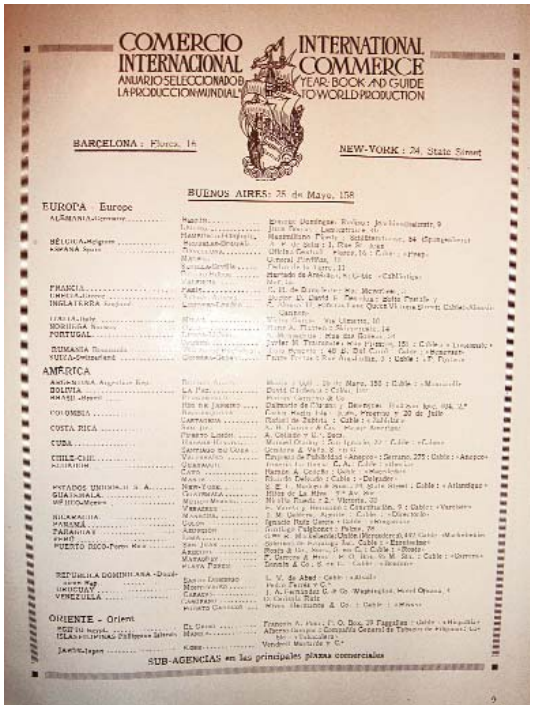
Índice de delegaciones de la empresa en dos columas con ilustración ocupando la plana



La columna de la izquierda lleva el texto en español y la derecha en inglés



Sello de Apolo, empresa editora del catálogo



Prefacio del catálogo







Faldones de publicidad con anuncios del catálogo y de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona

Entre las páginas de texto se insertan otras dedicadas a la publicidad de diferentes empresas cuyo papel es, en muchos casos, de mayor gramaje que el resto.

En algunos faldones se anuncia el propio Anuario con frases en las que destaca su gran potencial de distribución en todo el mundo, con frases como: "En las Legaciones, Consulados, Cámaras de Comercio, Bancos, como a bordo de los grandes Transatlánticos españoles hallará usted Comercio Internacional". También se publicita señalando: "Es consultado en los consulados españoles de todo el mundo".

Y en otro: "Comercio Internacional lleva a los más apartados centros comerciales del mundo, una impresión real de la actual potencialidad de España".

También encontramos faldones tipográficos, que invitan a visitar las Exposiciones de Barcelona y Sevilla, y otros que anuncian la editorial encargada del Anuario.

Cubierta

En la cubierta encontramos una interesante ilustración de Eduard Jener Casellas puramente *Déco*, cargada de geometrizaciones, que evocan el cubismo.

Si el *Art Nouveau* había mantenido una posición anti historicista, inspirándose en formas naturales para elaborar sus propuestas ornamentales, el *Art Déco* obtenía sus referencias de las fuentes más diversas, que iban desde manifestaciones de la cultura popular contemporánea hasta las referencias a las antiguas civilizaciones, el arte tribal, o las corrientes artísticas de vanguardia. Esta posición artística también había absorbido las enseñanzas de la abstracción geométrica, el constructivismo ruso y el diseño industrial (en lo que se denominó *Déco Constructivista*).

En todo el mundo, los objetos industriales comenzaron a adoptar en sus diseños las formas de los modernos rascacielos.



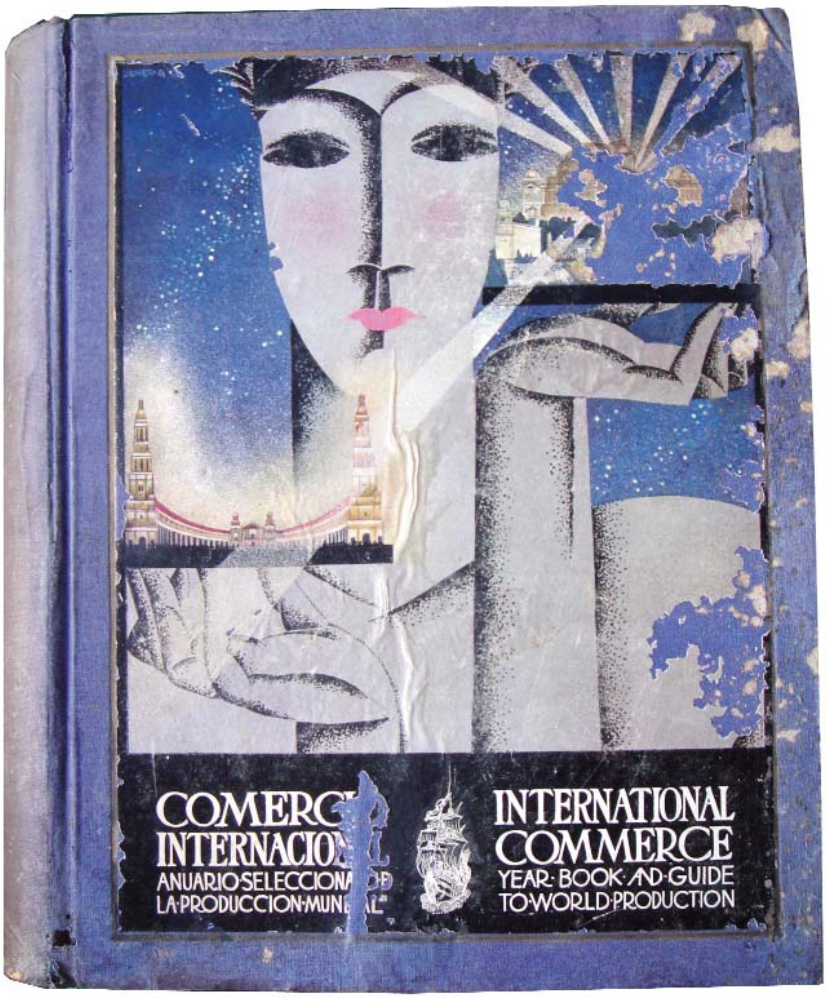
Ejemplo. Frasco diseñado por Jener



Viñeta de Jener en la última página del catálogo



Ejemplo. Objeto industrial con forma de rascacielos



Cubierta firmada por Jener

En España, se considera que uno de los objetos más significativos de diseño *Déco* fue el envase de la colonia Maderas de Oriente[30], que en ese mismo 1929 había creado Jener junto al escultor y fundador de la marca, Esteve Monegal. Precisamente Monegal compuso el nombre de la compañía Myrurgia sumando las palabras en griego "perfume" e "industria".

La ilustración de Jener aparece como una estampa pegada a la cubierta, lo que ha provocado que el ejemplar que manejamos se haya deteriorado con el tiempo, desprendiéndose pequeños fragmentos que dejan ver la tela sobre la que está fijado.

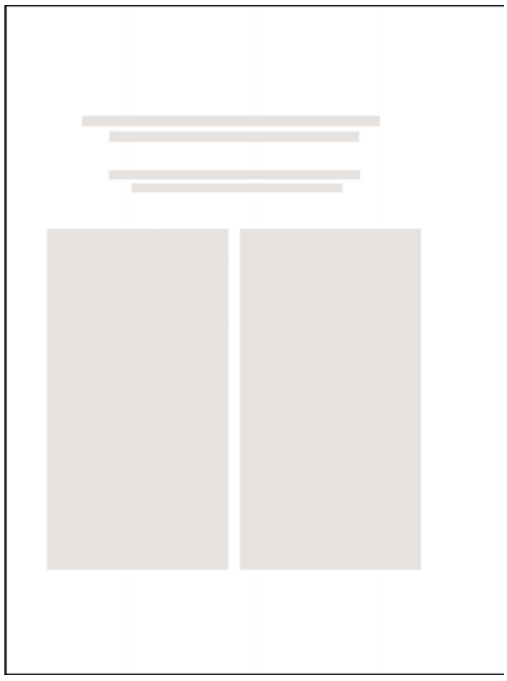
En su composición se aprecia un cierto aire del onirismo surrealista. La figura esquematizada de una mujer sostiene, en cada una de sus manos, monumentos representativos de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona.

El fondo del dibujo representa la noche estrellada, lo que le ofrece a Jener la posibilidad de mostrar el juego de luces artísticas que parten de los monumentos. Uno de los focos que salen de Barcelona atraviesa en diagonal la composición y alcanza la otra mano y parcialmente la representación de la Plaza de España sevillana.

Aunque no ha sido posible comprobarlo, la hipótesis más fiable es que este cartel fuese un encargo específico para esta obra, ya que el faldón es el propio título del anuario y, además, esta ilustración no aparece en la relación de carteles que hemos encontrado relacionada con la Exposición General Española.

A la ratificación de esta hipótesis también contribuye que el propio Jener sea el autor de una viñeta que aparece en la última página del libro; justo antes del índice alfabético de anunciantes.

30. Así lo explica el profesor de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de la Laguna Alfonso Ruiz Rallo. En <http://webpages.ull.es/users/aruiz/TD/Diseno_cine/Top%20Hat/TOP%20HAT.html>, consultado el 10/02/2006.



Esquema de la maqueta



Página con viñeta de encabezamiento



La columna de la izquierda está en idioma español y la de la derecha en inglés



Columnas en copa con viñeta decorativa

Maquetación

La maqueta base está realizada en dos columnas, una para el inglés y otra para el español. Como comentamos al inicio del capítulo, el tamaño de la página es de 210 mm. x 220 mm. y la mayor parte del texto tiene un tamaño de 9 puntos, con un interlineado de 10 puntos y un medianil de 5 mm.

A diferencia del *Libro de Oro*, no hemos encontrado grandes aportaciones en la maquetación de la obra, en los encabezamientos o en la tipografía, pero sí que hemos apreciado una gran calidad en las viñetas y en la publicidad introducida en el *Anuario*.

Las primeras páginas de introducción se dedican a los créditos de la obra, explicando la función y utilidad del catálogo, y exponiendo el índice de industrias anunciantes.

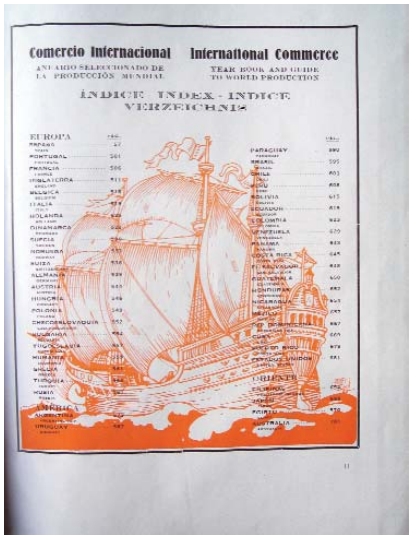
El texto que detalla la organización de la empresa Comercio Internacional se maqueta en forma de copa y en dos columnas, una dedicada a cada uno de los dos idiomas. La primera capitular va adornada y en recuadro.

Para explicar la distribución internacional del anuario se encabeza la página con una viñeta en forma de "T" con fondo de color naranja, con el título de la obra en dos idiomas, y una carabela.

La primera letra del texto es una capitular florida: adornada y con recuadro.

El índice por países lleva como fondo de página la ilustración de una carabela en color naranja, y lleva además un índice ordenado por industrias, que se maqueta a tres columnas.

El blanco final de los créditos se decora con una viñeta que alude a la distribución mundial del catálogo.



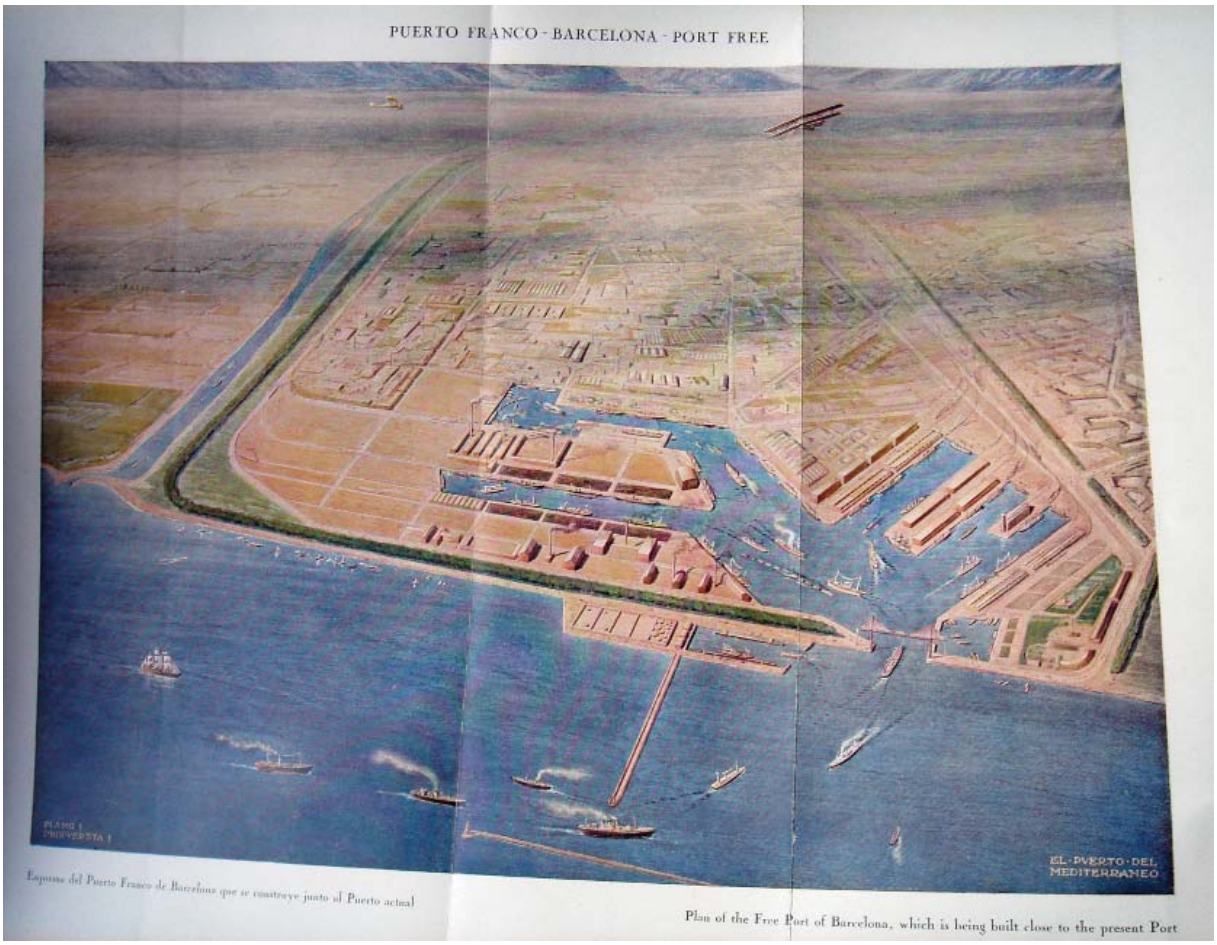
Página ilustrada que muestra la distribución internacional del catálogo



Viñeta que ilustra la difusión internacional del anuario



Anuncio del distribuidor del catálogo en México



Plano desplegable del Puerto de Barcelona

Esta misma ilustración se emplea en una publicidad a toda página que contiene las señas del distribuidor del anuario en México.

En las primeras páginas se encarta un plano desplegable del Puerto de Barcelona y se incluyen anuncios de líneas marítimas, señalando sus respectivas rutas.

En concreto se anuncian el Vapor Alfonso XIII, el Vapor Juan Sebastián Elcano, el Vapor Reina Victoria y el Hotel Alfonso XIII, que se maquetan de forma similar, empleando sendas fotografías ilustrativas que se colocan en la mitad superior de las páginas que ocupan. Estas páginas con publicidad de rutas marítimas y el Hotel Alfonso XIII son de mayor gramaje.

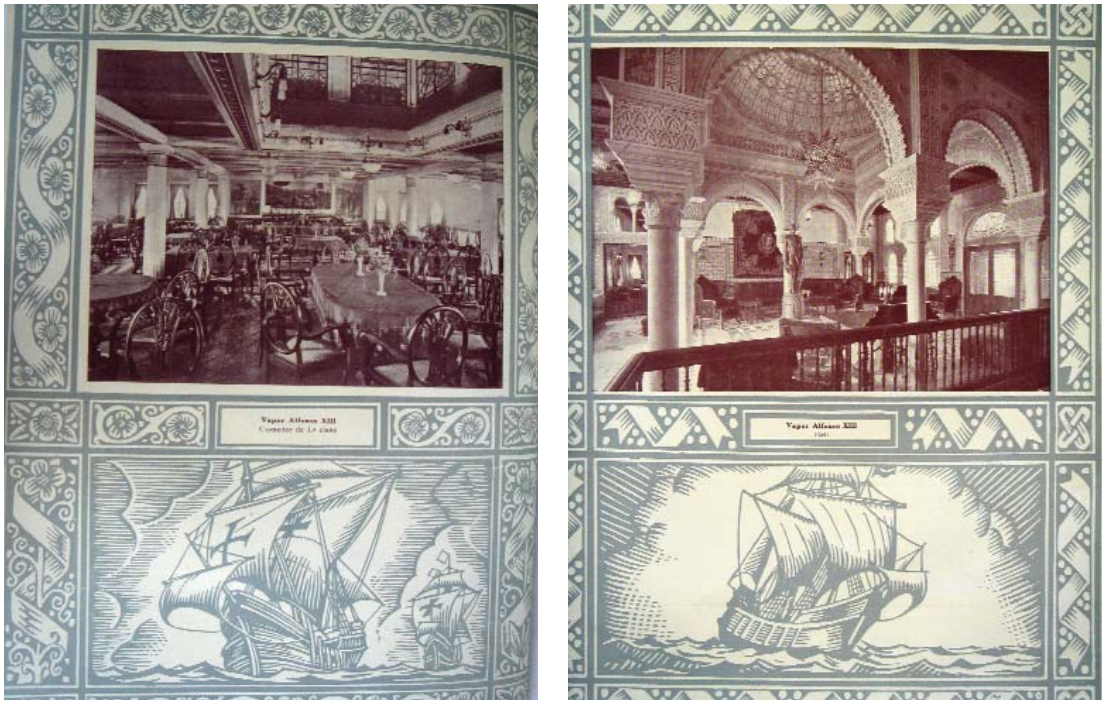
En la mitad inferior se componen ilustraciones de color verde pálido con carabelas surcando el mar. Las imágenes se rodean de recargadas orlas decorativas, de inspiración vegetal, en idénticos colores que las ilustraciones.

Estas orlas no forman un eslabón continuado, en torno a las imágenes, sino que aparecen en forma de módulos independientes, cada uno de ellos con un adorno distinto.

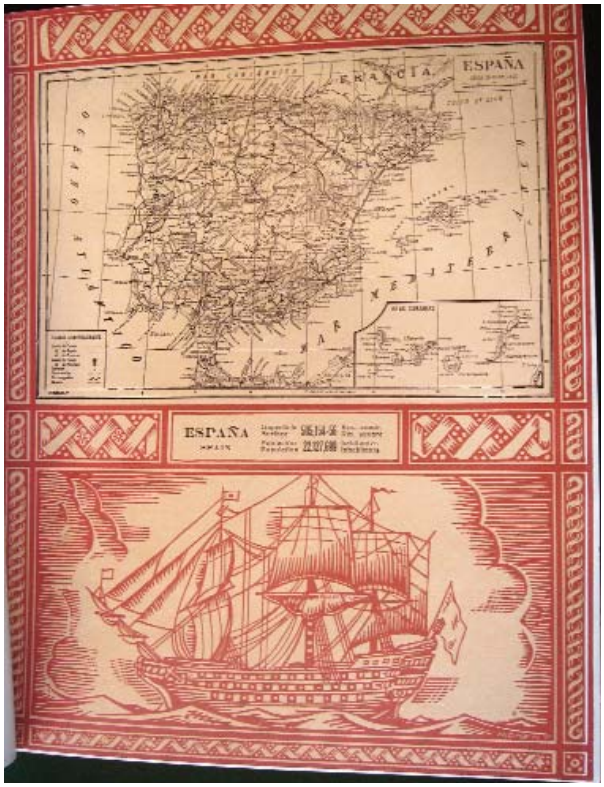
Este mismo tipo de composición se empleará también para anunciar los mapas nacionales. En este caso la orla y la viñeta de la mitad inferior son de color rojo.

Llama la atención que la página siguiente a la del anuncio del Vapor Juan Sebastián Elcano incluye una ilustración de la cubierta de paseo firmada por Jenerg, que por el estilo y la firma atribuimos a Eduard Jener González, hijo de Eduard Jener Casellas y responsable de las presentaciones artísticas de Myrurgia.

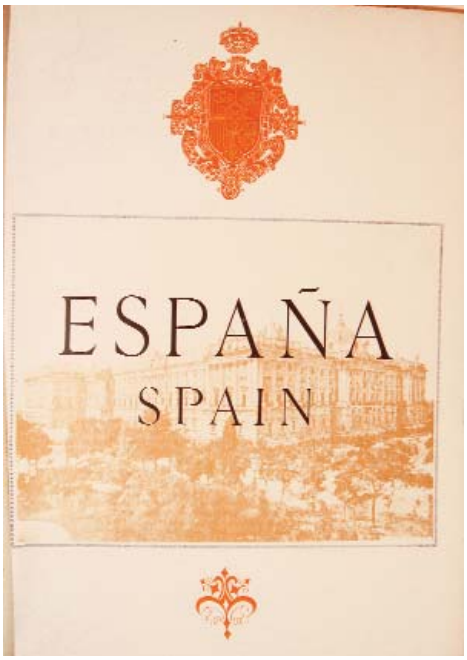
El primer capítulo se dedica a España, con una primera página que sirve de portada, encabezada por un ornamentado escudo nacional y una gran fotografía enmarcada, en



Anuncios del vapor Alfonso XIII con viñeta a media plana de carabelas



Mapa de España con gran viñeta decorativa



Portada del capítulo dedicado a España

color sepia claro, en la que se muestra una imagen del Palacio de Oriente. Sobre ella, los títulos en los idiomas español e inglés, en capitales, con una fuente de letra romana. Debajo, un florón, remata la composición.

El tratamiento de este capítulo es especial, con sendas páginas introductorias en ambos idiomas maquetadas en copa.

El título en, caja alta, se imprime sobre el escudo nacional en color sepia claro y se emplea el color naranja para la primera letra de título y la capitular del texto, ésta última enmarcada y con la altura de las cuatro primeras líneas del párrafo. Curiosamente el punto y aparte se sustituye por secuencias de gracias tipográficas.

La primera página dedicada a España ofrece datos estadísticos. Lleva como encabezamiento una viñeta en color naranja con un dibujo de El Escorial y los títulos en letra de palo seco. Esta forma de titular los capítulos se emplea a lo largo del anuario con el resto de los países detallados.



Viñeta de encabezamiento en el capítulo dedicado a Argentina



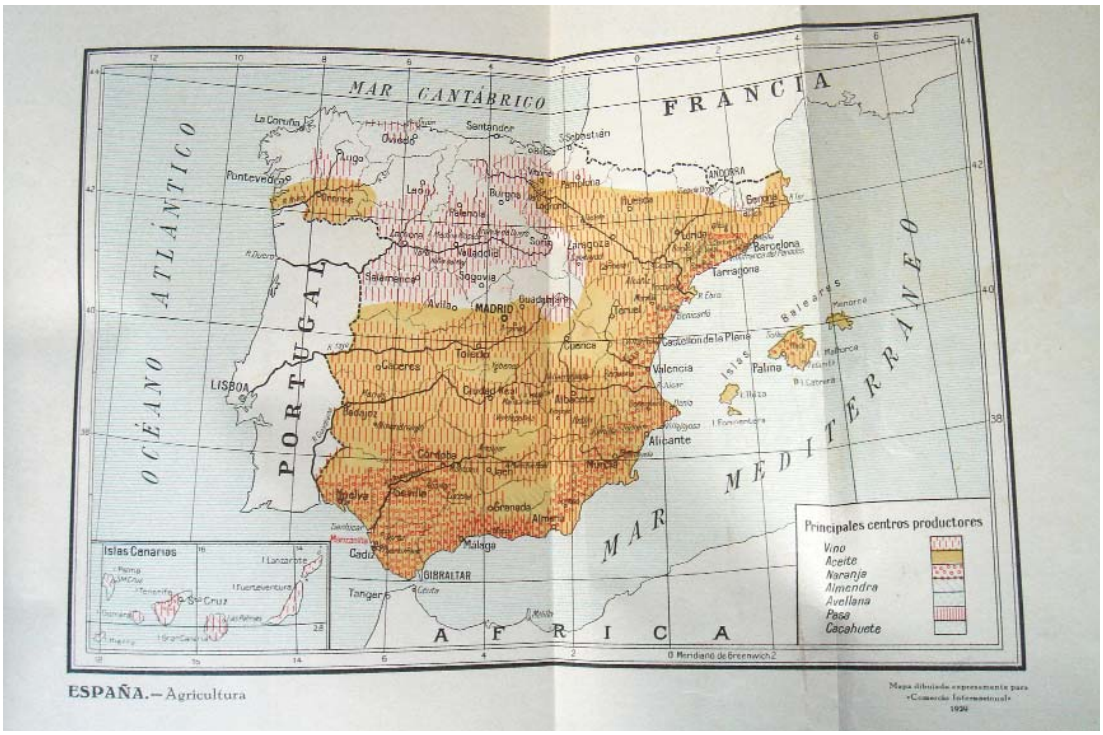
Página con datos estadísticos y viñeta como encabezamiento

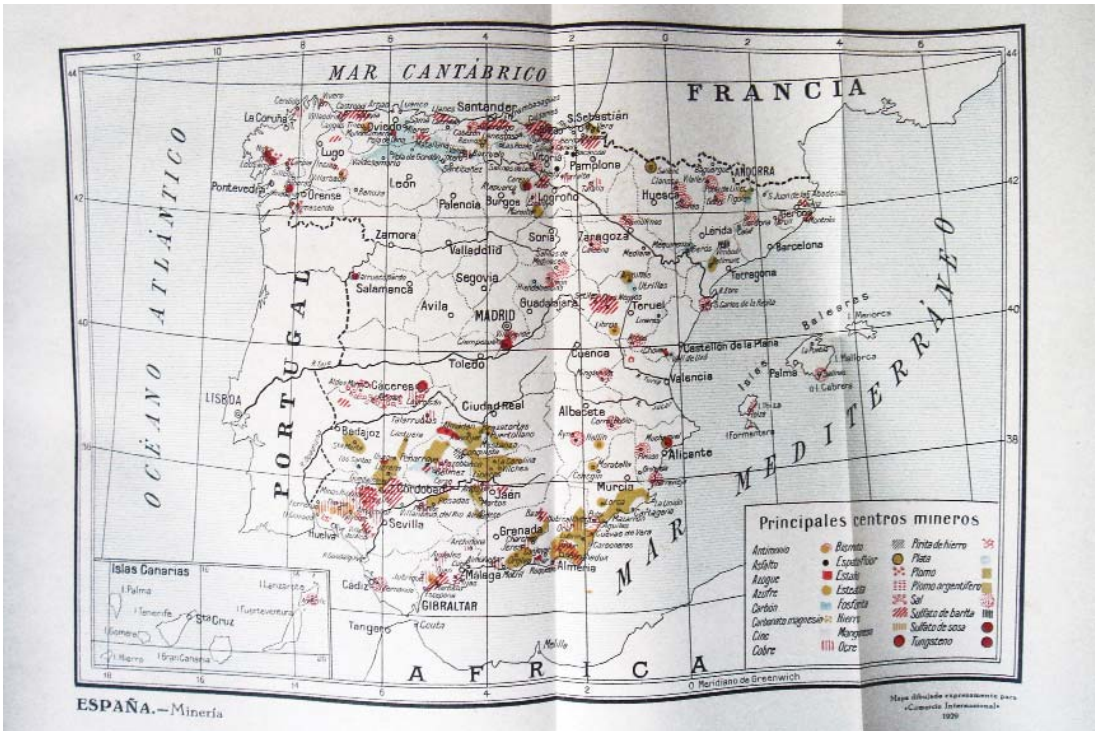


Ilustración de Jenerg del Vapor Juan Sebastián Elcano



Maqueta a doble página del artículo introductorio del capítulo dedicado a España





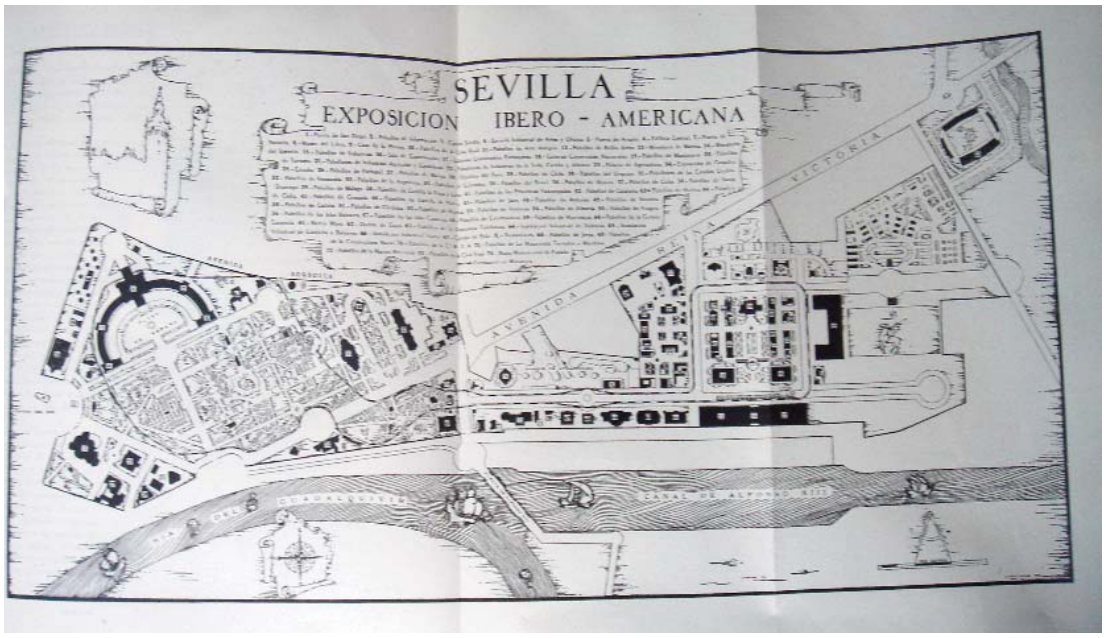
Planos desplegables con topografía de la producción agrícola y minera de España



Portada del capítulo dedicado a la Exposición Ibero Americana



Artículo firmado por el Ministro de Trabajo, a doble columna en dos idiomas, en copa, con fotografía y florón



Plano desplegable de la Exposición

Además también se encartan distintos planos plegados relativos a la producción agrícola y minera española.

Para el capítulo dedicado a la Exposición Ibero Americana se compone una portada con una fotografía en color verde pálido que muestra una vista de la Plaza de América. Sobre ella, los títulos en español e inglés separados por una pequeña gracia tipográfica.

La composición se enmarca con una orla compuesta por una secuencia tipográfica de inspiración vegetal y florones, por encima y por debajo, justificados al centro.

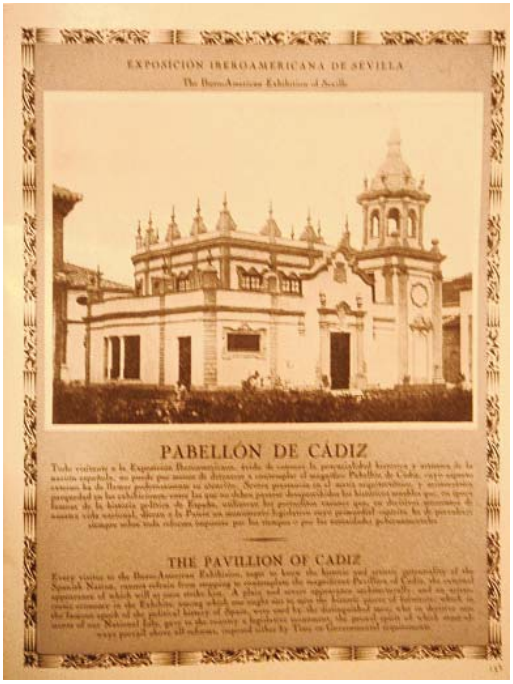
Tras la página dedicada al retrato de la Reina, de las autoridades y el encarte del plano del recinto, se muestra un artículo del Ministro de Trabajo, Eduardo Aunós Pérez, responsable del Patronato de Turismo, explicando los objetivos de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona. Probablemente el Patronato financiara parte de la edición de este anuario, que era útil al interés nacional por su distribución internacional y por difundir los más variados aspectos culturales, económicos y turísticos del país y de ambas exposiciones internacionales.

A esta hipótesis contribuye que haya anuncios de ambos certámenes en forma de faldones y módulos tipográficos en muchas de las páginas. Además, en su artículo, el propio Ministro expresa: «...España debe tener fe y confianza absoluta en la joven entidad Patronato Nacional de Turismo, cuya insigne obra meritísima tan lejos ha llegado en el breve tiempo que lleva de existencia. Y para ayudar al Patronato de Turismo en sus nobles y levantados propósitos, nada tan recomendable como libros próceres de propaganda y difusión, libros de la prestancia y la estirpe de este Comercio Internacional, verdadero Heraldo que lleva a los más remotos rincones de la tierra la exacta noticia de lo que pesa hoy España en la balanza mundial».

El capítulo dedicado a la Exposición Internacional de Barcelona tiene un tratamiento semejante, incluyendo el encarte del plano en perspectiva del recinto, las fotografías de las autoridades, comenzando por la del rey, y el cartel oficial, ilustrado por Rojas.



Plano desplegable con la perspectiva aérea de la Exposición Internacional de Barcelona



Artículo dedicado al Pabellón de Cádiz en el capítulo dedicado a la Exposición Ibero Americana



Anuncio de la Exposición Internacional de Barcelona



Detalle de un anuncio de la Exposición Ibero Americana con florones y gracia tipográfica

En ambos casos se detallan los contenidos de los Pabellones principales, e incluyen fotografías o ilustraciones en color, dispuestas en horizontal. Cada artículo está enmarcado por una orla compuesta por una secuencia tipográfica, algunas de ellas muy recargadas. Los artículos suelen ocupar una página, que se maqueta con dos párrafos, el superior está en idioma español y el inferior en inglés.

Cuando se dedica más de una página se maqueta también con orla y fotografía en la mitad superior, pero en esta ocasión el texto se compone en dos columnas, la izquierda en español y la derecha en inglés, con la primera letra capitular y florida.

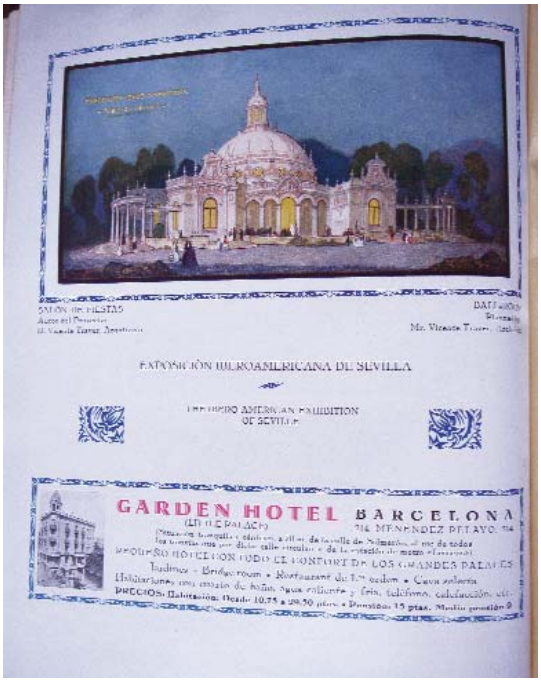
Aunque los anuncios de la Exposición son, sobre todo, tipográficos, encontramos uno de la Exposición Ibero Americana en el que se muestra una ilustración del Pabellón de Sevilla de noche, que se anuncia como "Pabellón de Fiestas". Se enmarca con una orla fina de color azul, compuesta por una secuencia tipográfica de inspitación vegetal. Debajo se anuncia la Exposición, en español y en inglés, separando las líneas con una gracia tipográfica, y se remata la composición con dos viñetas a izquierda y derecha con estampaciones florales en colores azul y blanco.

También hay anuncios de los pabellones de la fábrica de platería M. Espuñes,y de la casa de viños y coñac Pedro Domecq, que emplean ilustraciones en color. También utiliza una ilustración de un pabellón el anuncio de la fábrica sevillana de azulejos Mensaque, Rodríguez y Cía.

Para anunciar la Exposición de Barcelona se emplea también una composición enmarcada que muestra una fotografía en color naranja sobre la que se rotula: "Visite la maravillosa Exposición de Barcelona".



Cartel de Rojas de la Exposición Internacional de Barcelona



Anuncio de la Exposición Ibero Americana con ilustración del Salón de Fiestas



Artículo dedicado al Pabellón del aceite de oliva español en la Exposición de Barcelona



Anuncio del Pabellón de Pedro Domecq

Para anunciar la Exposición *El Arte en España* del certamen catalán se emplean sus carteles promocionales, que juegan con componer en la ilustración distintas figuras extraídas de cuadros relevantes de la pintura española.

La página que le sirve de portada al capítulo de la Exposición Internacional de Barcelona emplea una ilustración de una fuente iluminada de noche, que se enmarca con tres líneas: de color negro la del centro y rojas las otras dos.

Llama la atención que algunas de las fotografías, que van a página completa, se dedican a mostrar estampas con la iluminación nocturna de los monumentos principales de ambas exposiciones.

El esquema de maquetación del *Anuario* se mantiene en el resto de la obra: para los capítulos principales de las regiones y los países se destina una primera página de portada, con el título y una fotografía o ilustración alusiva, que ocupa toda la plana.

Los capítulos secundarios llevan un encabezamiento que para los dedicados a las regiones están compuestos por una viñeta alusiva de color naranja que sirve de título para cada una de las dos columnas de texto. La izquierda va en idioma inglés y la derecha en español.

Para los capítulos sobre las provincias el encabezamiento lo compone el título en una gruesa fuente de palo seco, una fotografía, y dos viñetas que se sitúan sobre cada una de las columnas. La composición lleva una o varias orlas compuesta por distintas secuencias tipográficas de color naranja.

Para el texto se elige un tipo romano y se compone a dos columnas, la de la izquierda en idioma español y la de la derecha traducida al inglés.



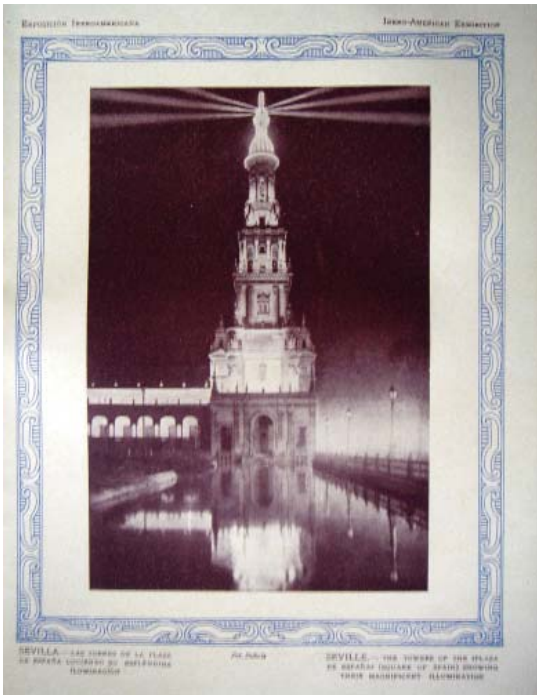
Anuncio de la fábrica de platería M.Espuñes y Compañía



Anuncio de la exposición El Arte en España de la Exposición Internacional de Barcelona



Anuncio de azulejos Mensaque, Rodríguez y Cía



Fotografía de escena con iluminación nocturna

Muchos de los blancos finales de los capítulos se adornan con florones o viñetas de formas geométricas, arabescos, etc. Pueden ir a uno o dos colores.

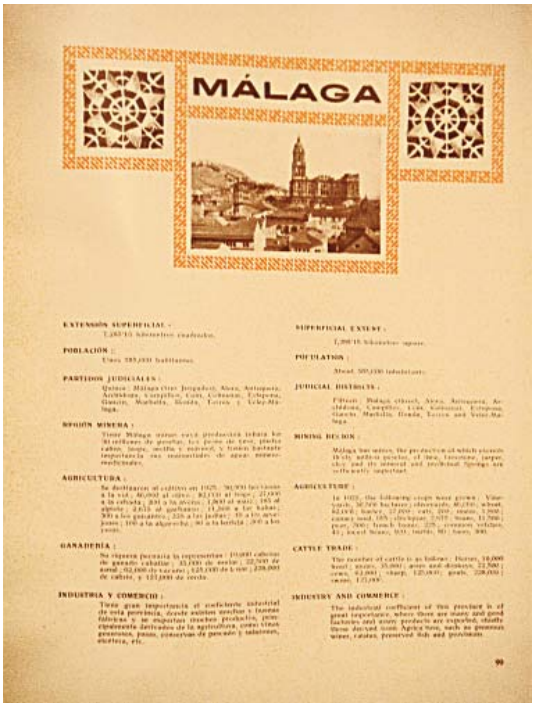
Las fotografías, en la mayor parte de los casos, se maquetan en vertical o en horizontal y se encajan al ancho de la caja del texto principal. No obstante, encontamos algunos casos en los que las imágenes son más pequeñas que las cajas.

Otras páginas se dedican en exclusiva a ilustraciones o fotografías. Éstas, maquetadas solas o junto a otras, separadas y enmarcadas, o solapadas.

La mayor parte de los capítulos que se dedican a las provincias llevan un encabezamiento con una tipografía extendida de palo seco y enmarcada, que se adorna con viñetas decorativas, a uno y otro lado del título. Sobre el rectángulo formado por el nombre se coloca centrada una fotografía enmarcada con el mismo tipo de orla en color naranja. El texto se maqueta a dos columnas, en una fuente romana. Los subtítulos se destacan en negrita y el texto general va sangrado a la derecha y justificado.



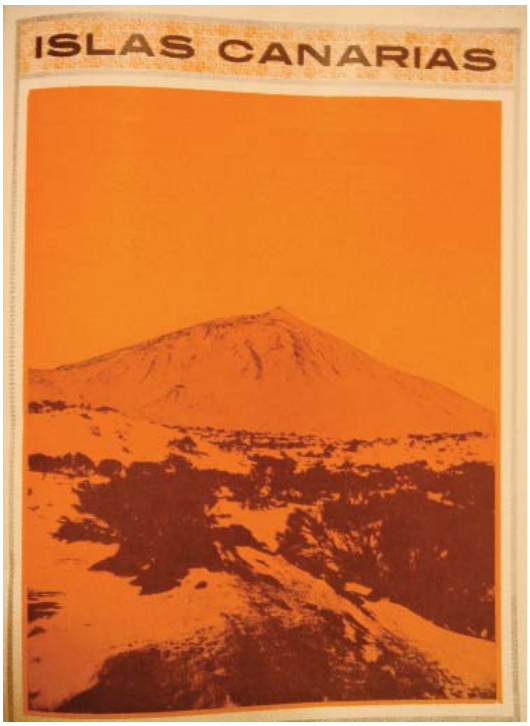
Primera página del capítulo dedicado a la provincia de Granada



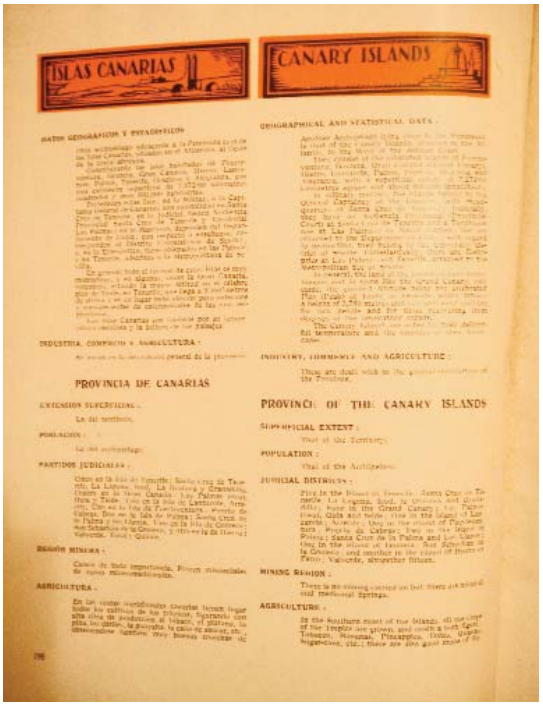
Primera página del capítulo dedicado a la provincia de Málaga



Portadilla del capítulo dedicado a la Exposición Internacional de Barcelona



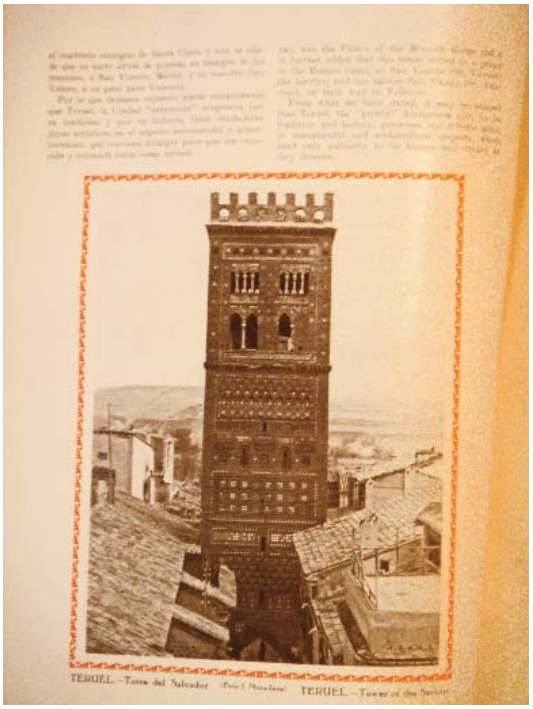
Portadilla del capítulo dedicado a Las Islas Canarias



Artículo a dos columnas y en dos idiomas, con viñetas en los encabezamientos



Florón al final de la página. Un anuncio tipográfico remata el texto de la columna derecha





Páginas con texto a dos columnas y fotografías recuadradas



Ilustración a toda página de una calle de Nueva York



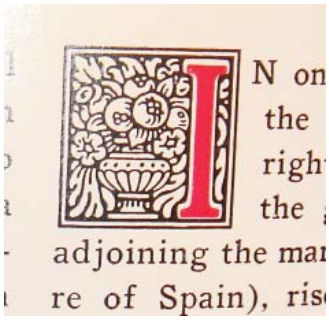
Artículo dedicado a Gijón, con decoración recargada

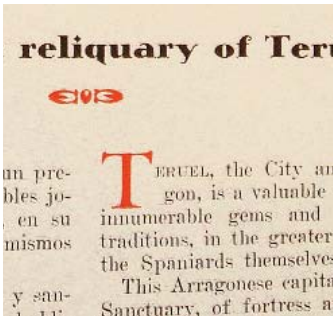


Artículo dedicado a Santillana del Mar con tipo gótico y plana muy decorada



Detalles de letras capitulares floridas





Capitular romana

Tipografía, viñetas y orlas

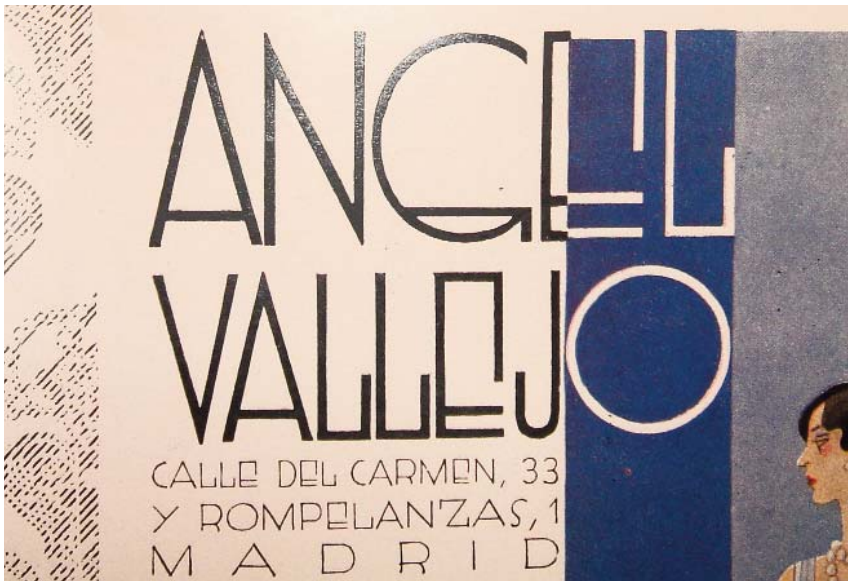
Los elementos decorativos que más llaman la atención en el *Anuario* son las orlas, compuestas por secuencias tipográficas de diferente tipo. En algunas de ellas el conjunto resulta muy recargado al emplear florones como piezas para componer las esquinas. Además, resulta redundante enmarcar también con orlas cada fotografía o ilustración de la plana, como ocurre con algunos de los artículos dedicados a las ciudades españolas.

En el texto principal no hay demasiada originalidad en el uso de la tipografía, más allá de adornar algunas letras con pequeñas gracias, cambiar el color de alguna letra, o emplear capitulares floridas en los artículos que ocupan más de una página.

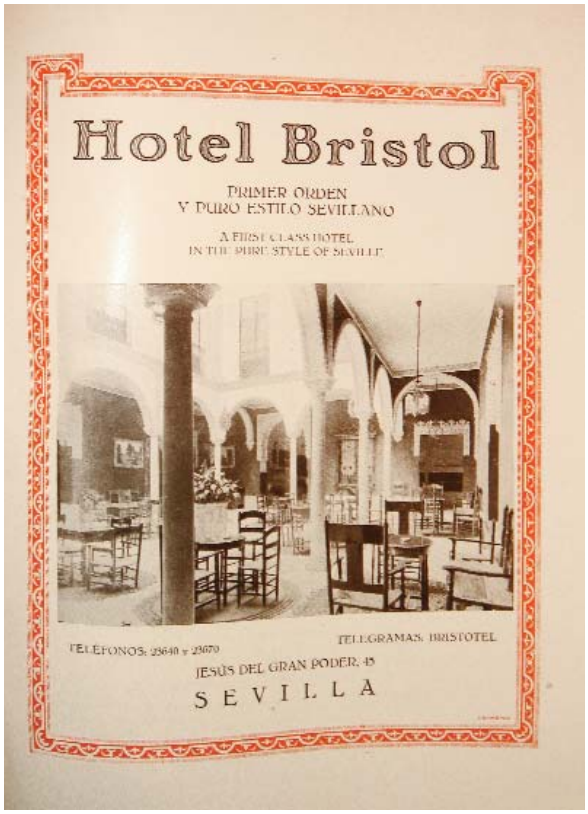
En el artículo dedicado a Santillana del Mar se emplea un tipo gótico en dos colores en una plana muy decorada.

Sí hallamos fuentes decorativas en los anuncios de publicidad, donde menudean los tipos en los que se exageran o distorsionan las dimensiones de las letras. Además abundan los tipos sombreados y los perfilados.

Las viñetas de los encabezamientos son, en ocasiones, alusivas al texto que acompañan; mientras que las que rematan los faldones de la plana suelen ser sencillos trazos, círculos con tramas geométricas, jarrones con flores o pequeñas ilustraciones de inspiración vegetal. Un recurso bastante utilizado, es el cambiar el color del adorno, o bien reflejarlo de manera que dé la sensación de que existen muchos más elementos decorativos que los que realmente muestra el catálogo.



Letra estrecha y de astas geométricas en el anuncio de Ángel Vallejo



Letra sombreada en el auncio del Hotel Bristol



Letra perfilada en el anuncio de Pedro Roldán



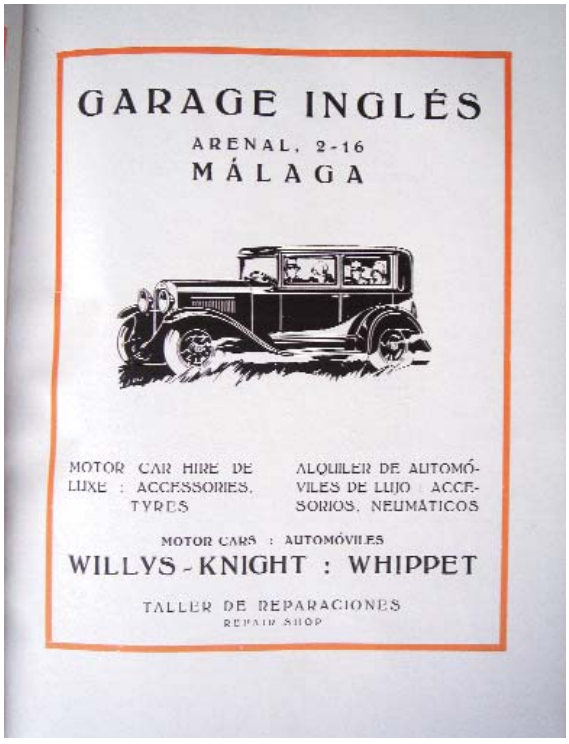
Viñetas decorativas, algunas son reflejos especulares y además se juega con cambiarles el color



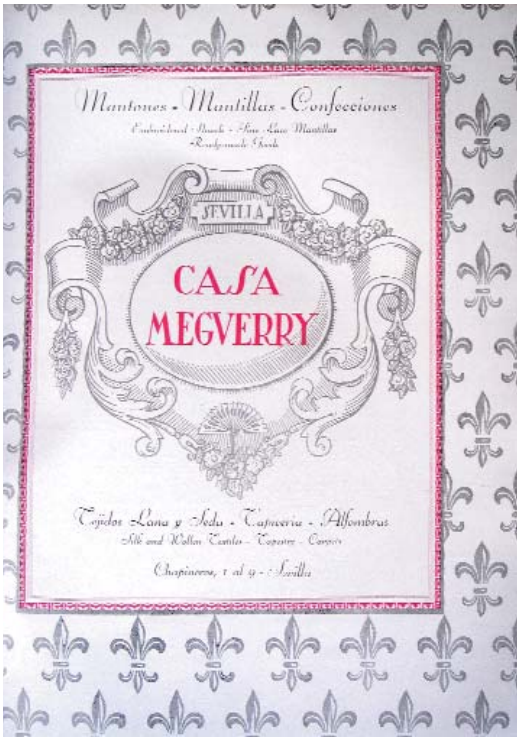
Anuncios ocupando media plana vertical



Tarjetas comerciales y anuncios tipográficos



Anuncio de Garage inglés



Anuncio con indiana de flores de lis

Anuncios

En cuanto a los anuncios encontramos composiciones de lo más variado, que van desde las imágenes que evocan el casticismo regionalista, a aquellas que están influenciadas por distintos movimientos plásticos y por las tendencias marcadas por la moda y la publicidad internacional.

Encontramos páginas dedicadas por entero a la publicidad, seccionada en módulos, medias páginas verticales y horizontales, faldones, etc.

Mientras algunos de los anuncios ocupan toda la página otros ocupan la mitad o un tercio, compartiendo la plana con otros. que son meras tarjetas comerciales con el título y las señas de la empresa anunciante y una fotografía o ilustración alusiva.

En otros casos se incluyen algunas líneas para describir el producto, aunque con pobreza en el diseño y en la estrategia comercial. En algunos de ellos incluso llevan algún texto en inglés.

También hallamos otros anuncios pobres, en cuanto a composición, que ocupan toda la página, aunque en lugar de maquetarlos a sangre, como suele ser lo común, se componen con un tamaño algo menor que la plana. De fondo se coloca una indiana de flores de lis que distorsiona el resultado final. Uno de los más representativos es el de la tienda de tejidos sevillana Casa Meguerry.

En otras ocasiones, la simplicidad de la composición resulta elegante, como en el anuncio del taller de reparación de automóviles Garaje Inglés de Málaga, donde la ilustración del automóvil resulta suficientemente atractiva, y se economiza en el texto para apenas definir la tarea de la empresa, en español e inglés, y ofrecer las señas.



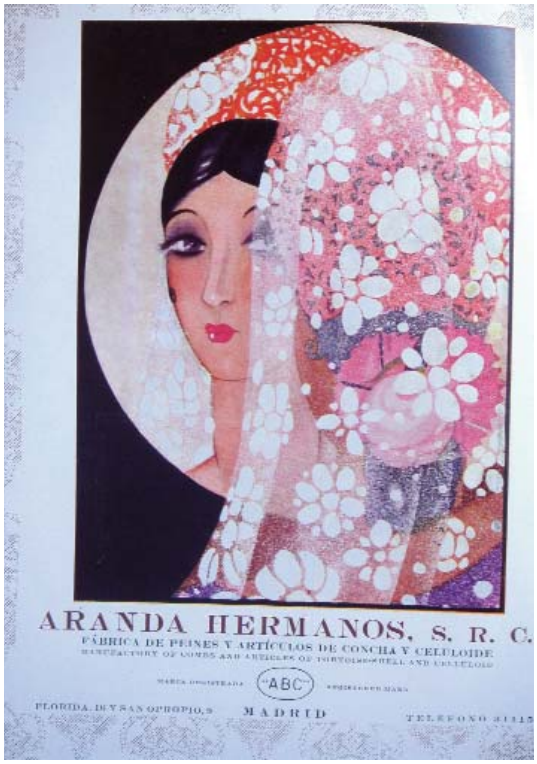
Anuncio barroco de la Exposición Ibero Americana

Entre los anuncios de corte más regionalista destaca el dedicado a Sevilla y la Exposición Ibero Americana, un abigarrado cartel en el que a través de una reja se aprecia una estampa de la Giralda, una composición floral y una vista de un paso de Semana Santa. Las líneas curvas de la reja inscriben, en su parte superior, el escudo de la ciudad de Sevilla y la propia tipografía del faldón es caligráfica e inspirada en los trazos curvos de la reja. La profusa ornamentación con líneas curvas, propia del *Art Nouveau*, estaba ya entonces desfasada en el contexto internacional, aunque mantenía en España su adaptación propia y castiza.

De un casticismo más avanzado es el anuncio de la fábrica de peines Aranda Hermanos, donde la imagen de la mujer con peineta se compone con trazos más sintéticos y *Déco*. Emplea el recurso geométrico de enmarcar la imagen en un círculo, sobre fondo negro, que simula un espejo en el que admiramos el rostro de la joven. En la mitad derecha de la composición apreciamos la decoración de la mantilla y, bajo de la veladura, la peineta, el moño y el clavel de la muchacha. Éste es también un ejemplo de anuncio maquetado a caja sobre una indiana, esta vez de coronas. Un recurso que también se utiliza en el anuncio de la fábrica de peines y peinetas Antonio Benito, que se ilustra con el dibujo de uno de sus productos.

Con un modernismo más claro está tratado el anuncio de los aceites G. Sensat. Hijos, que se ilustra con una imagen de corte más realista en la que una mujer recoge una oliva de su rama. Otra rama sirve de ornamentación a toda la composición.

Ilustraciones claramente regionalistas, con mujeres de mantón y peineta, hallamos en dos anuncios relacionados con la música: el de la casa de discos Odeón y el de la fábrica de pianos Luís Casalí, en el que una pareja baila un chotis al son de un organillo. Las imágenes con personajes ataviados con trajes regionales son frecuentes en los anuncios de la época. Como ejemplos podemos citar a la chica gallega que anuncia Aguas de Mondáriz, la mujer santanderina que publicita el Jabón de sales de La Toja y el anuncio de la Compañía Trasatlántica Española, que invita a visitar España poniendo como reclamo una pareja de caballistas vestidos a la andaluza, sobre un fondo en el que se muestra el buque en el río Guadalquivir y el paisaje con la Giralda.



Anuncio de Aranda Hermanos



Anuncio de fábrica de peines Antonio Benito



Anuncio de aceite G. Sensat



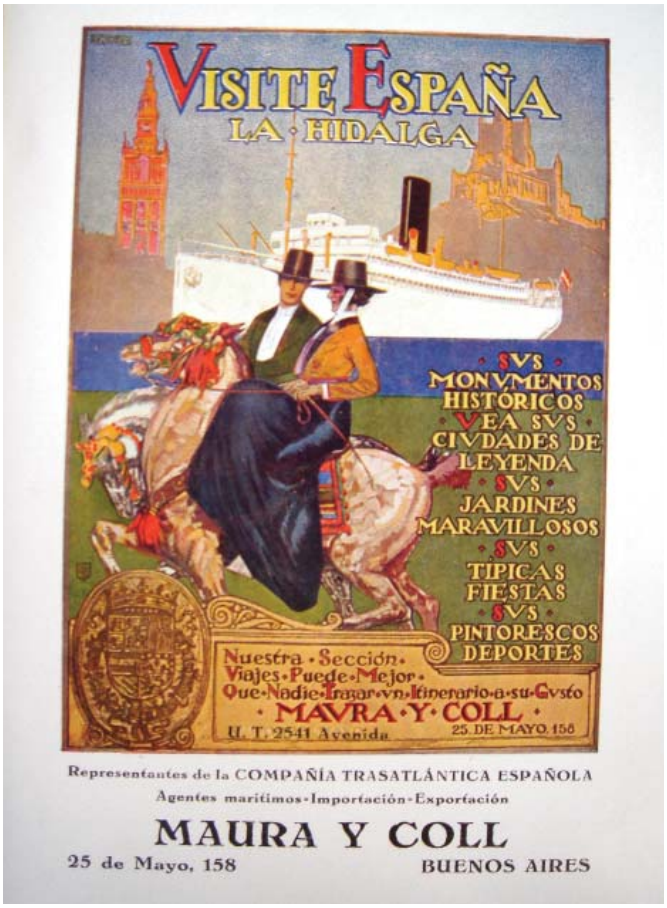
Anuncio de discos Odeón



Anuncio de la fárica de pianos Luis Casali



Anuncio de Aguas de Mondáriz



Anuncio turístico de España de la compañía trasatlántica Maura y Coll



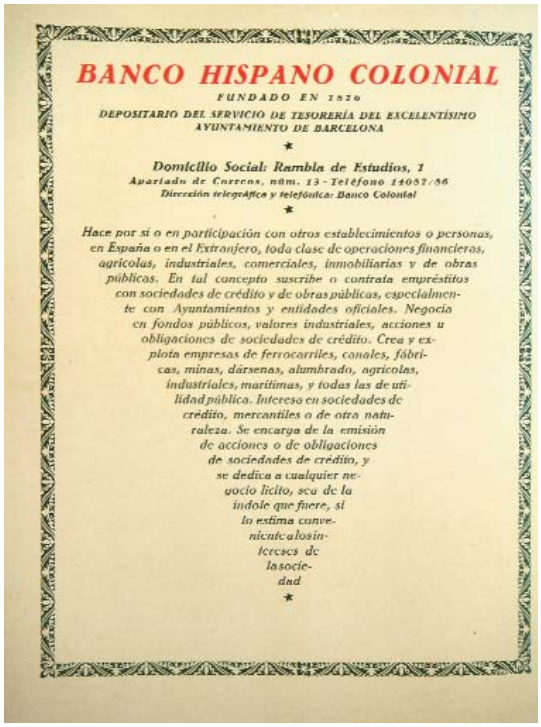
Anuncio de Naipe Histórico de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona



Anuncio de Compañía española de Orfebrería



Anuncio del Banco Central



Anuncio del Banco Hispano Colonial

Otros anuncios recurren a las referencias históricas, más o menos próximas, como el del Naipe histórico Ibero Americano, que se ilustra con una de las cartas; o el de la empresa bilbaína Compañía Española de Orfebrería, en la que la ilustración es una estampa del siglo XIX, mientras que las letras son de fuente gótica y se componen en copa, a la manera renacentista.

Entre los anunciantes, destaca que un sector tan importante económicamente como el de los bancos y cajas de ahorro ofrezcan anuncios de poca modernidad e intención comercial. El del Banco Central se limita a ofrecer ilustraciones de sus pabellones en la Exposición Ibero Americana, en una composición maquetada con asimetría, en la que el peso de los blancos laterales se trata de compensar con florones de color magenta.

El anuncio del Banco Hispano Colonial es puramente tipográfico y la única gracia es su composición en copa; mientras el de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de la Ciudad de Vitoria se ilustra con la evocación de una madre que invita a ahorrar a sus hijos.

Las influencias que se dejan notar en los anuncios son de lo más variadas. Los de Vinos y Coñacs Pemartín; Jerez y Coñac Valdespino; Agua de Solares y el de la fábrica de alfombras y tapices Los Pontones, se inspiran en las composiciones con las que había triunfado ya desde principios de siglo el italiano Capiello, con imágenes simples, impactantes y caricaturescas que se dibujan sobre un fondo liso y se titulan escuetamente con el nombre del producto empleando letras de palo seco.

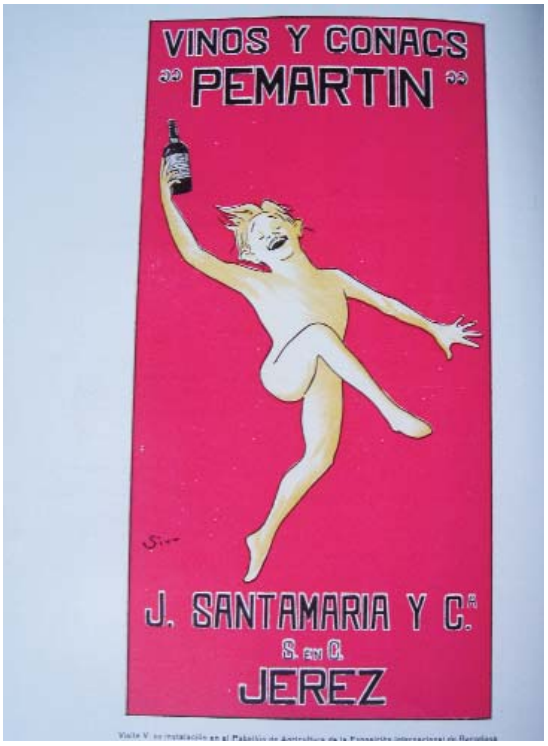
El anuncio de Agua de Solares se emplea como cartel en el centro de otro puramente tipográfico que anuncia el Balneario de Solares, afeando y restando diseño al conjunto.



Anuncio de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Vitoria



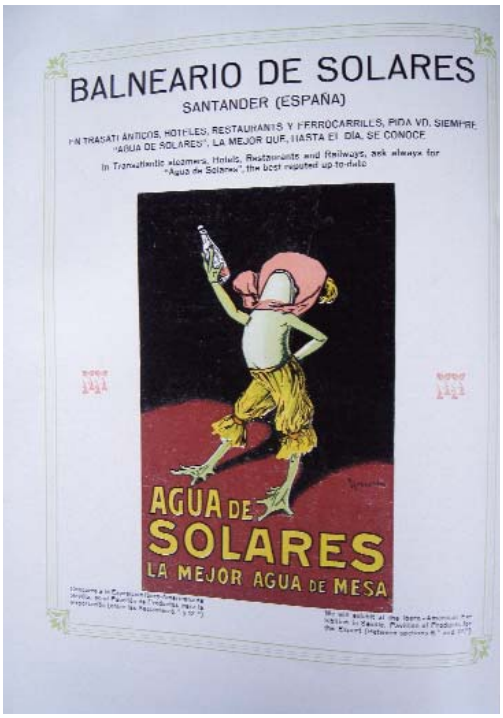
Anuncio de Capiello como ejemplo del estilo italiano



Anuncio de Pemartín



Anuncio de Valdespino



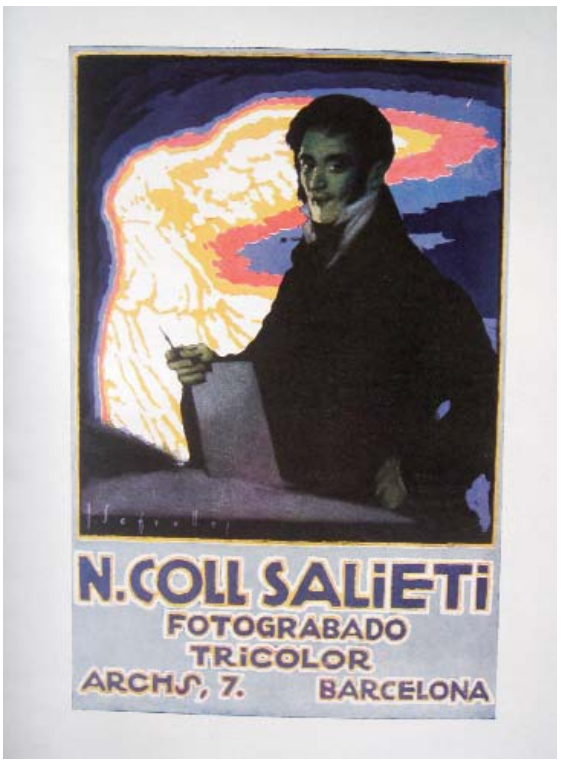
Anuncio del balneario y el agua de Solares



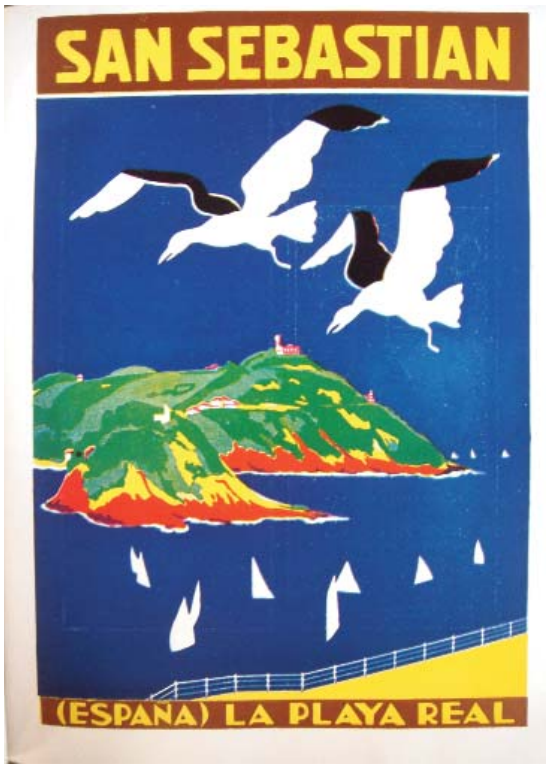
Anuncio de Los Pontones



Anuncio de Viuda de José Vivas



Anuncio de N. Coll. Salieti



Portada del capítulo dedicado a San Sebastian



Anuncio de Jemein, Errazti y Zenitagoya



Anuncio de la Exposición Agropecuaria de Gijón



Anuncio de Suchard

En otros anuncios se aprecia el impacto que tuvo en la época la pintura Expresionista y *Fauve*, con su empleo arriesgado y poco realista del color. En este grupo podemos citar el anuncio de la empresa de fotograbados N. Coll Salieti; el de la fundición de hierro Jemein, Erratzi y Zenitagoya; la serie de carteles que se emplearon para anunciar la muestra *El Arte en España* de la Exposición Internacional de Barcelona (que ya hemos expuesto anteriormente); o el cartel que sirvió de portada al capítulo del anuario dedicado a San Sebastián.

También en otros de empresas más modestas, como el de la tienda de muebles de arte popular antiguo Viuda de José Vivas, llama la atención el empleo de colores llamativos, como el morado y el rosa, en la ilustración del bargueño.

Los colores son impactantes y exagerados en el anuncio de un evento en la Feria de Muestras Asturiana. El autor de la ilustración aprovecha el motivo que anuncia –una feria industrial y ganadera– para componer una imagen alejada de las estilizaciones propias del cartelismo comercial de la época. El dibujo del ganadero, arreando a su animal, y el fondo con paisaje minero anticipa un uso social del cartel que se extendería apenas dos años después con la proclamación de la República y, más tarde, con la Guerra Civil.

El color es también el reclamo fundamental del anuncio de Suchard que muestra una fotografía coloreada de un paisaje con vacas, un reclamo comercial que la marca mantendría durante décadas.



Anuncio de Masaveu y Cía



Anuncio de José Olmedo Herrera



Anuncio de Mesonero

La influencia del *Déco* tampoco escapa a los anuncios que aparecen en el anuario. Encontramos diseños cargados de angularidad, con gusto por buscar semejanzas en sus personajes con el lujo que plasmaban los figurines de moda con los que ilustradores como Jupp Wiertz triunfaban en revistas internacionales como *Vogue*.

En este grupo podemos citar los dibujos que ilustran anuncios como el de los grandes almacenes de Gijón Masaveu y Cía, la camisería madrileña Mesonero; la fábrica de medias y calcetines José Olmedo Herrera, Calzados Ángel, la zapatería Ángel Vallejo, la casa de modas J. Marti Marti, la pañería sevillana Casa Sirio, la coctelería asturiana El Príncipe, el almacén de vinos Méndez Suárez o la sastrería Rabat de Barcelona; que muestra una ilustración más arriesgada, con una composición de escenografía teatral en la que la pareja de personajes aparecen empequeñecidos por el decorado que recorta un cortinón.

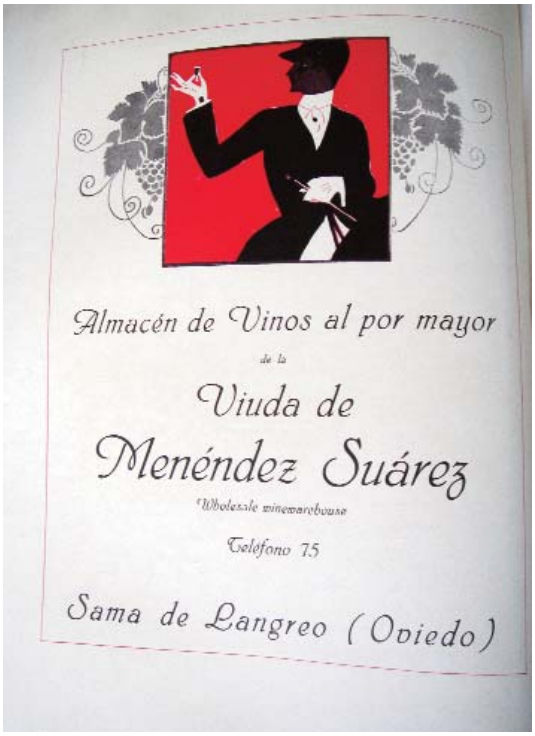
Los diseñadores *Déco* demuestran también su fascinación por los objetos industriales, las fábricas, los rascacielos, la electricidad y las máquinas. Encontramos ejemplos de ello en las ilustraciones de anuncios como el de la cristalería Eclipse, el fabricante de géneros de punto Pedro Callís, los talleres Martín Blanco Mijares, los almacenes Blanco y Negro, o la fábrica de motores Elizalde, donde junto a una pieza mecánica aparece otro de los grandes iconos de la época, el piloto de aviación, que para más modernidad se escenifica junto a una mujer que también viste la indumentaria adecuada para tomar los mandos de un avión.



Anuncio de Casa Sirio



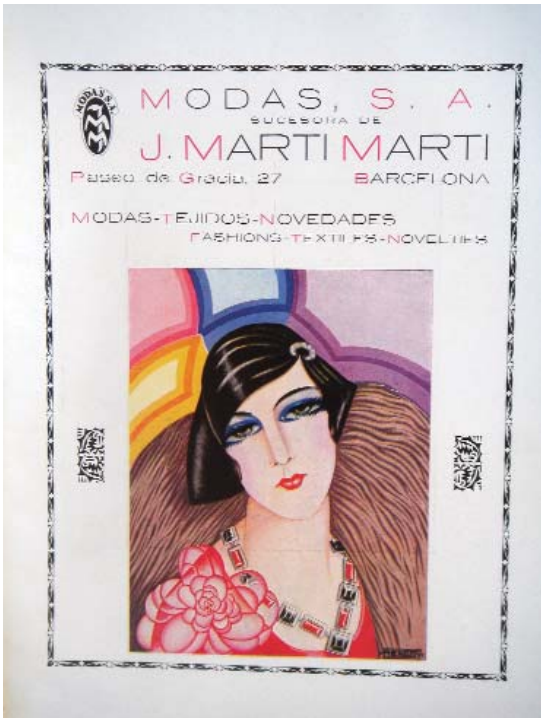
Anuncio de El Príncipe



Anuncio de Viuda de Menéndez Suárez



Anuncio de calzados Ángel



Anuncio de Modas Martí Martí



Anuncio de Ángel Vallejo



Anuncio de sastrería Rabat



Anuncio de Pedro Callís



Anuncio de Martín Blanco Mijares



Anuncio de Almacenes Blanco y Negro



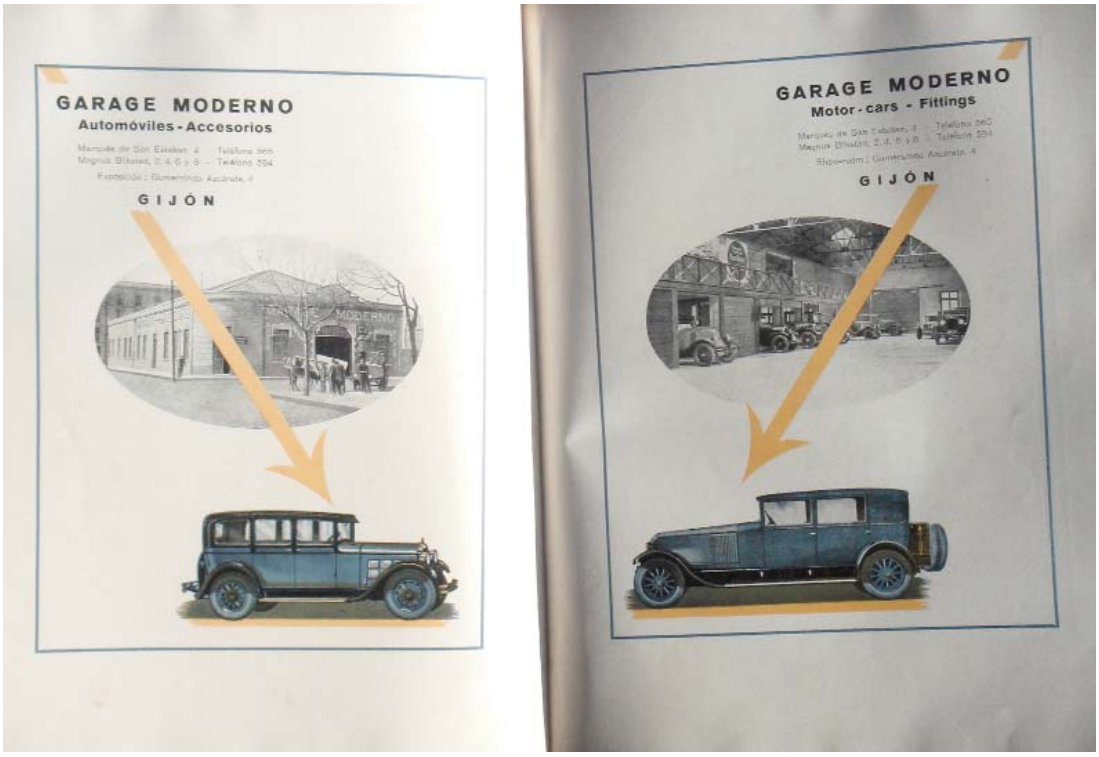
Anuncio de Eclipse

También la influencia de Estados Unidos se deja notar con anuncios de corte más realista y objetivo, menos creativos e innovadores, que se ilustran con fotografías y que renuncian a las influencias de las artes decorativas. En este grupo cabe mencionar la composición del anuncio del Garage Moderno de Gijón, un anuncio a doble página que, pese a su simpleza formal, emplea flechas en las páginas enfrentadas para geometrizar la plana. También la fotografía y el recurso a la composición en diagonal es la clave del anuncio de las máquinas Burroughs. Más sintético aún es el anuncio de la joyería madrileña Brooking, en el que la fotografía de la joya en diagonal es protagonista absoluta de la imagen, compuesta sobre fondo negro, y en la que la letra gruesa de fuente grotesca, remata el aspecto de formalidad y elegancia.

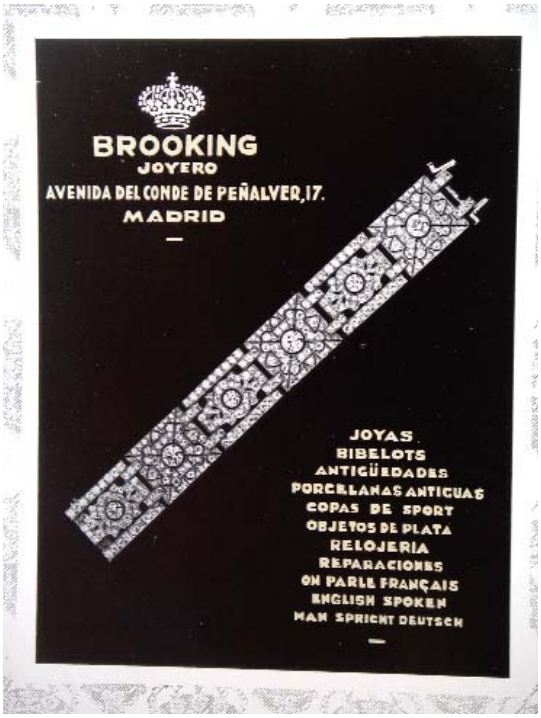
La sintetización, funcionalidad, y relevancia de la geometría propias de las vanguardias de la Unión Sovietica, Alemania y los Países Bajos, asoman con timidez en algunos anuncios. Baste citar el de la tienda de juguetes madrileña Medel o el anuncio de la propia editorial Apolo que editó el *Anuario*. Bien es verdad que la fuerza del símbolo en blanco y negro pierde modernidad con la orla decorada en sus esquinas, un recurso ya descartado por las vanguardias gráficas de la época.

Entre las referencias artísticas y comerciales llama la atención también el anuncio de Anís del Mono que, aún colocando en un recuadro su imagen de marca de Ramón Casas, para esta aplicación emplea una composición sintética con un grupo de buques surcando al mar, que tiene una clara inspiración en los carteles de principios del siglo, que firmaron los escoceses Beggarstaff Brothers.

También el anuncio de la marca de coches Studebaker, que hace la empresa sevillana Vicente Aceña tiene influencia extranjera, y concretamente en la composición de la tipografía apreciamos cierta similitud con el anuncio que hizo en 1926 el profesor de la *Bauhaus* Laszlo Moholy-Nagy para la firma Pneumatic.



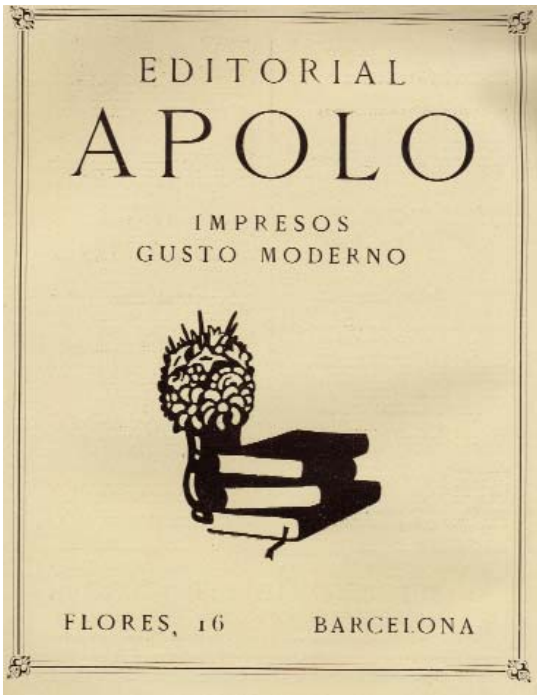
Anuncio de Garage Moderno



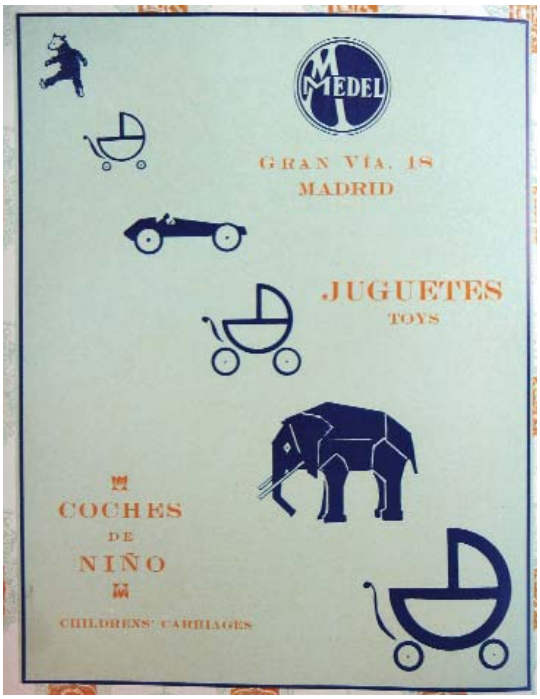
Anuncio de Brooking



Anuncio de Burroughs



Anuncio de la editorial Apolo



Anuncio de la juguetería Medel



Anuncio de Anís del Mono



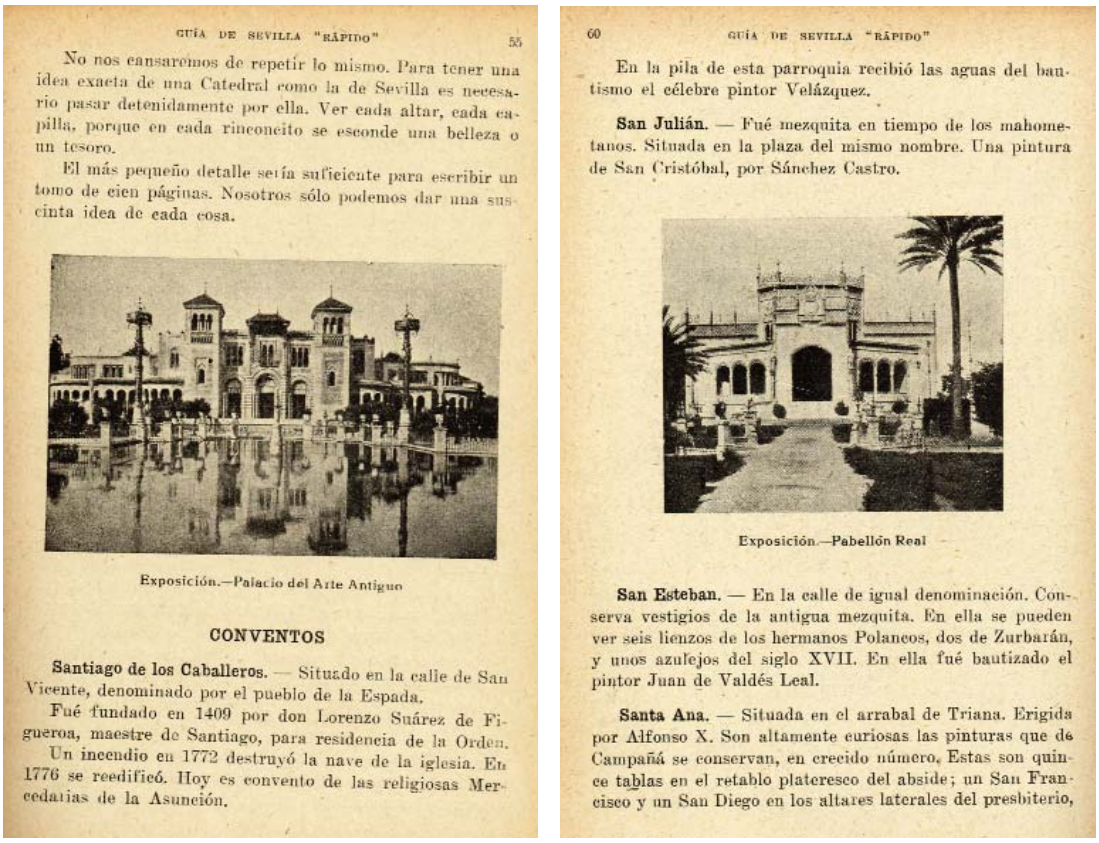
Anuncio de Vicente Aceña

3.4.2. *Guía de Sevilla* de ediciones Rápido

La guía de bolsillo Rápido es una iniciativa privada que forma parte de una colección dedicada a ofrecer a los viajeros información práctica y útil de las principales ciudades españolas. Su tamaño es de 110 mm. de ancho por 160 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica. Este ejemplar está editado en Barcelona por la propia editorial Rápido que da nombre a la serie y, curiosamente, no menciona en sus páginas la celebración de la Exposición Ibero Americana. En cambio, sí que incorporan dos fotografías, en las páginas 55 y 60, del Palacio de Arte Antiguo y del Pabellón Real, respectivamente. Ambas están fuera de contexto, ya que la primera se ubica en una página en la que se habla de la catedral y la segunda en un párrafo en la que se explican las características de la iglesia de San Julián. Ésto hace deducir que se empleó la plantilla de una edición anterior, a la que se cambiaron unas fotografías por otras. La guía tiene 120 páginas y está editada en rústica, con la cubierta encolada en el lomo.

La ilustración de la cubierta muestra una abigarrada imagen regionalista en la que se combinan varias tipografías con adornos florales, un mantón de manila, el escudo de Sevilla y una orla de línea doble que se extiende con una arcada arquitectónica asentada sobre un murete con azulejos, a través de la cual se ve un paisaje de Sevilla sobre el Guadalquivir con un zeppelín surcando el cielo.

Son numerosas las páginas de esta guía que se destinan a publicidad. La par siguiente a la cubierta la ocupa un anuncio de preservativos y la primera página impar uno de un fármaco para combatir el dolor de estómago. En ambos casos son predominantemente tipográficos y se enmarcan con orlas, aunque en el caso de la publicidad de preservativos la orla se trunca en el ángulo superior izquierdo con el símbolo del fabricante.



GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO" 55

No nos cansaremos de repetir lo mismo. Para tener una idea exacta de una Catedral como la de Sevilla es necesario pasar detenidamente por ella. Ver cada altar, cada capilla, porque en cada rinconcito se esconde una belleza o un tesoro.

El más pequeño detalle sería suficiente para escribir un tomo de cien páginas. Nosotros sólo podemos dar una sucinta idea de cada cosa.

Exposición.—Palacio del Arte Antiguo

CONVENTOS

Santiago de los Caballeros. — Situado en la calle de San Vicente, denominado por el pueblo de la Espada.

Fué fundado en 1409 por don Lorenzo Suárez de Figueroa, maestre de Santiago, para residencia de la Orden.

Un incendio en 1772 destruyó la nave de la iglesia. En 1776 se reedificó. Hoy es convento de las religiosas Mercedarias de la Asunción.

60 GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO"

En la pila de esta parroquia recibió las aguas del bautismo el célebre pintor Velázquez.

San Julián. — Fué mezquita en tiempo de los mahometanos. Situada en la plaza del mismo nombre. Una pintura de San Cristóbal, por Sánchez Castro.

Exposición.—Pabellón Real

San Esteban. — En la calle de igual denominación. Conserva vestigios de la antigua mezquita. En ella se pueden ver seis lienzos de los hermanos Polanco, dos de Zurbarán, y unos azulejos del siglo XVII. En ella fué bautizado el pintor Juan de Valdés Leal.

Santa Ana. — Situada en el arrabal de Triana. Erigida por Alfonso X. Son altamente curiosas las pinturas que de Campaña se conservan, en crecido número. Estas son quince tablas en el retablo plateresco del abside; un San Francisco y un San Diego en los altares laterales del presbiterio,

Maqueta a doble página con las únicas fotografías que incluye la guía, relacionadas con la Exposición Ibero Americana



Cubierta

La siguiente página par lleva un anuncio de un suministrador de piezas mecánicas, que publicita tres de sus productos en una composición vertical y enmarcada en la que se emplean filetes separadores. Se han elegido tipos de fuente vernácula continental, característica del siglo XIX, que destacan por sus líneas condensadas y vigorosas. Estas fuentes fueron muy empleadas en publicidad porque permitían explorar a los tipógrafos con la exageración de atributos, la modulación, el espesor y los trazos terminales[31].

La portada es de predominio tipográfico, combinando varias fuentes romanas, mayúsculas y minúsculas, y cuatro pequeños bloques de texto, que se separan por filetes cortos. Todo el texto se justifica al centro de la página y en el tercio inferior se muestra el logotipo del editor. Debajo de éste se emplea un tipo de palo seco para señalar la dirección de la editorial y el año de edición.

Las páginas interiores se maquetan a una columna. En la primera página impar el título "Sevilla" va impreso en mayúsculas en un cuerpo de mayor tamaño y por debajo del escudo de la ciudad. En la par que tiene enfrentada se compone el anuncio de una farmacia de Barcelona. La ilustración es apaisada y se dispone verticalmente, con lo que el título de la empresa y la dirección se pueden leer en horizontal, pero para apreciar la ilustración y su rotulación hay que girar la guía. La ilustración, a la manera de las que dibujaba Opisso, muestra una imagen abigarrada de un atasco en una avenida de Barcelona, con una llamada gráfica circular en la que se amplía la imagen de la Gran Farmacia de la Cruz. En la leyenda se lee "Esta casa vende a precios sumamente reducidos y garantiza la pureza de sus productos".

Al ser una guía práctica, abundan los cuadros en los que se muestran desde un callejero de la ciudad hasta los precios de los taxis o de los coches de alquiler. Los blancos de los textos se completan con florones o viñetas, algunas de ellas más antiguas e historiadas que otras. El florón de la página 86 es de un modernismo más temprano y ornamental que el que se emplea en la página 40, más funcional y de mayor predominio geométrico.

31. Sobre fuentes vernáculas consultamos a BAINES, PH.-HASLAM, A., *Tipografía. Función Forma y Diseño*, GG, Barcelona, 2005, p. 68 y ss



LA MUNDIAL

GOMAS ALEMANAS

Los Mejores Preservativos

Los vende

La Mundial

Primera casa en Barcelona

EN GOMAS ALEMANAS

Única casa en España que los garantiza ¿Cómo? En caso de rotura con un servicio de lavaje, que evita todo contagio de enfermedades Venéreas

CLÍNICA DE VIAS URINARIAS

Servicio permanente de lavajes preventivos

Consulta especial:
Carmen, 38, pral., 1.ª - Barcelona
Policlínica LAMARCA

MATA-LADILLAS "RAPID" en polvo y en líquido

LA MUNDIAL Calle Espalter, núm. 6 (entre S. Pablo y Benito Oriol) Barcelona

Remitiendo 3'50 en sellos, envío discreto seis preservativos extra

ENFERMOS DEL ESTÓMAGO

Si nota usted un dolor, ardor o pesadez localizado en el epigastrio (estómago), que aparece media o una hora y hasta dos horas después de las comidas y que va acompañado frecuentemente de eructos agrios y a veces vómitos biliosos, es que padece una HIPERCLORHIDRIA que de no tratarla a tiempo se expone a peligrosas consecuencias.

QUIMO-BIALK

es el famoso remedio que recetan a diario las eminencias médicas para curar pronto y radicalmente la

Hiperclorhidria (acidez), los Dolores de espalda que van acompañados de pesadez en el estómago, la Ulcera gástrica, las Aguas biliosas matutinas y la Dilatación del estómago.

De venta en todos los Centros de Específicos y Farmacias

Envés de la cubierta y primera página impar



TIMKEN

Cojinetes cónicos a rodillos

EDUARDO LLORET

AGENTE DE FÁBRICA

Único depósito exclusivo de la fábrica

HYATT

Cojinetes cilíndricos a rodillos flexibles

NEW DEPARTURE

Cojinetes a bolas de 1 hilera para cargas radiales, 2 hileras para carga radial y empuje combinado y tipo New Radax de empuje en una sola dirección y radial y especiales para magnetos, equipo normal en una gran mayoría de autos y camiones de marcas norteamericanas y europeas en ruedas traseras y delanteras, diferenciales y cambios de marchas, tipos especialmente aplicados en los productos de las fábricas consolidadas con la General Motors C.º de U. S. A. y otras.

Agente exclusivo en España:

EDUARDO LLORET

Solicitar datos a esta estación de servicio

Aragón, 231

Teléfono 74752

BARCELONA

GUÍAS "RÁPIDO"

(Nombre registrado)

Guía de Sevilla

DE CALLES, PLAZAS, PASEOS, AVENIDAS, BARREDUELAS, EDIFICIOS PÚBLICOS, ETC.

TARIFAS DE TRANVÍAS, AUTOS, COCHES, ETC.

PLANO GENERAL DE SEVILLA Y SU EXPOSICIÓN

POR

JUAN PRATS VÁZQUEZ

Distinguido con mención honorífica de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona ("Syndicat d'Initiative")

Descripción Artística por

RODRIGUEZ GRAHIT

PRIMERA EDICIÓN

ADMINISTRACIÓN

EDITORIAL "RÁPIDO", BAJADA SAN MIGUEL, 2 BIS, ENTLO.

BARCELONA

1929

Portada y página par con anuncio

En la maquetación se ofrece gran variedad de formas para presentar los cuadros de datos. El de la página 91 enumera la relación de municipios autorizados para recibir giros postales con simples corondeles que dejan en cada página dos columnas de textos que se justifican a la izquierda. En el de la página 83, la enumeración de las paradas de tranvía se historia más, empleando para cada parada números de mayor tamaño y eligiendo un tipo de palo seco.

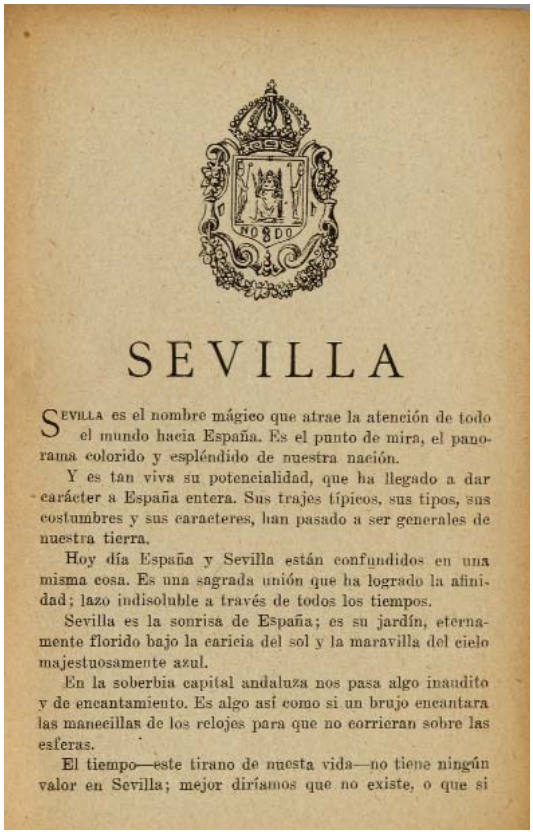
El modesto anuncio de la imprenta Francisco Borrás de la página 110 es arriesgado al jugar con la tipografía, emplear una orla no lineal y presentar la ilustración de un hombre desnudo sentado visto por la espalda, aunque bien es verdad que las sombras tapan buena parte de su cuerpo. Fuera del recuadro se señala la dirección y se marca el límite inferior de la página con una orla tipográfica.

Cada capítulo se titula en una portadilla, empleando letras mayúsculas. Se adorna con florones por encima y por debajo de las letras.

Las fotografías apaisadas se maquetan al ancho de la caja y las verticales truncan las columnas, dividiéndolas en dos.

El colofón se enmarca en un recuadro y se adorna por encima y por debajo con motivos vegetales. En la página enfrentada se inserta un plano desplegable de "Sevilla y su Exposición", encolado al revés de la contracubierta.

La contracubierta se destina a un anuncio de Paños Pérez, puramente tipográfico en el que el título principal se compone en dos líneas diagonales ascendentes de color rojo sobre un fondo blanco. Este recuadro se monta sobre otro vertical de fondo de color amarillo, donde se señala la dirección de la empresa.



SEVILLA

Sevilla es el nombre mágico que atrae la atención de todo el mundo hacia España. Es el punto de mira, el panorama colorido y espléndido de nuestra nación.

Y es tan viva su potencialidad, que ha llegado a dar carácter a España entera. Sus trajes típicos, sus tipos, sus costumbres y sus caracteres, han pasado a ser generales de nuestra tierra.

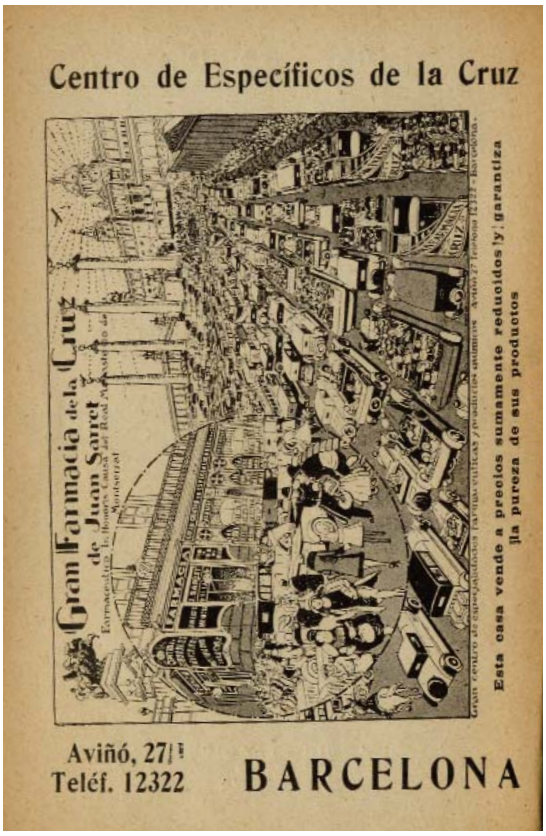
Hoy día España y Sevilla están confundidos en una misma cosa. Es una sagrada unión que ha logrado la afinidad; lazo indisoluble a través de todos los tiempos.

Sevilla es la sonrisa de España; es su jardín, eternamente florido bajo la caricia del sol y la maravilla del cielo majestuosamente azul.

En la soberbia capital andaluza nos pasa algo inaudito y de encantamiento. Es algo así como si un brujo encantara las manecillas de los relojes para que no corrieran sobre las esferas.

El tiempo—este tirano de nuesta vida—no tiene ningún valor en Sevilla; mejor diríamos que no existe, o que si

Primeta página de texto



Anuncio de Gran Farmacia de la Cruz



GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO" 17

Automóviles con taxímetro

TARIFA ORDINARIA

Bandera y placa encarnada

	Pesetas
BAJADA DE BANDERA, con un recorrido de 500 metros, hasta cuatro personas	1
Por cada 250 metros más o fracción	0,25
Por cada hora que el carruaje esté parado y en fracción de 0'25	4
Por cada persona más, si la cabida del coche lo permite, cualquiera que sea el recorrido y lo que señale el contador, se abonará un suplemento de	2
Por un baúl	1
Por una maleta	0,50

NOTA: Los niños que por su edad no ocupen asiento, no devengarán el suplemento.

Bandera y placa azul

	Pesetas
BAJADA DE BANDERA, con un recorrido de 500 metros, hasta cuatro personas	0,80
Por cada 250 metros más o fracción	0'20
Por cada hora que el carruaje esté parado y en fracción de 0'20	4
Por cada persona más, si la cabida del coche lo permite, cualquiera que sea el recorrido y lo que señale el contador, se abonará un suplemento de	2
Por un baúl	1
Por una maleta	0,50

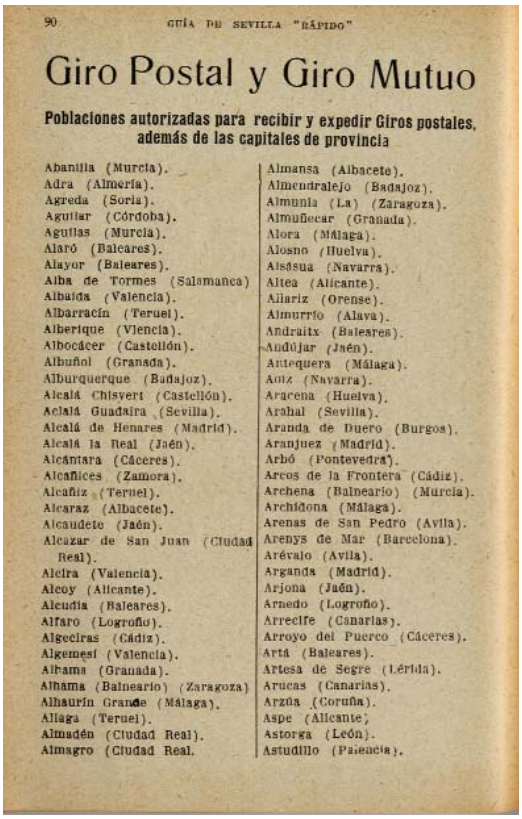
NOTA: Los niños que por su edad no ocupen asiento, no devengarán el suplemento.

2

Cuadro con tarifa de taxis



Viñeta moderna y viñeta antigua



90 GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO"

Giro Postal y Giro Mutuo

Poblaciones autorizadas para recibir y expedir Giros postales, además de las capitales de provincia

Abanilla (Murcia).
Adra (Almería).
Agreda (Soria).
Aguilar (Córdoba).
Aguilas (Murcia).
Alaró (Baleares).
Alayor (Baleares).
Alba de Tormes (Salamanca)
Albaida (Valencia).
Albarracín (Teruel).
Alberique (Vlencia).
Albocácer (Castellón).
Albuñol (Granada).
Alburquerque (Badajoz).
Alcalá Chisvert (Castellón).
Alcalá Guadaira (Sevilla).
Alcalá de Henares (Madrid).
Alcalá la Real (Jaén).
Alcántara (Cáceres).
Alcañices (Zamora).
Alcañiz (Teruel).
Alcaraz (Albacete).
Alcaudete (Jaén).
Alcazar de San Juan (Ciudad Real).
Alcira (Valencia).
Alcoy (Alicante).
Alcudia (Baleares).
Alfaro (Logroño).
Algeciras (Cádiz).
Algemesí (Valencia).
Alhama (Granada).
Alhama (Balneario) (Zaragoza)
Alhaurín Grande (Málaga).
Aliaga (Teruel).
Almadén (Ciudad Real).
Almagro (Ciudad Real.
Almansa (Albacete).
Almendralejo (Badajoz).
Almunia (La) (Zaragoza).
Almuñecar (Granada).
Alora (Málaga).
Alosno (Huelva).
Alsásua (Navarra).
Altea (Alicante).
Allariz (Orense).
Almurrio (Alava).
Andraitx (Baleares).
Andújar (Jaén).
Antequera (Málaga).
Aoiz (Navarra).
Aracena (Huelva).
Arahal (Sevilla).
Aranda de Duero (Burgos).
Aranjuez (Madrid).
Arbó (Pontevedra).
Arcos de la Frontera (Cádiz).
Archena (Balneario) (Murcia).
Archidona (Málaga).
Arenas de San Pedro (Avila).
Arenys de Mar (Barcelona).
Arévalo (Avila).
Arganda (Madrid).
Arjona (Jaén).
Arnedo (Logroño).
Arrecife (Canarias).
Arroyo del Puerco (Cáceres).
Artá (Baleares).
Artesa de Segre (Lérida).
Arucas (Canarias).
Arzúa (Coruña).
Aspe (Alicante).
Astorga (León).
Astudillo (Palencia).

Cuadro a dos columnas con tarifas postales



110 GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO"

FRANCO BORRÁS

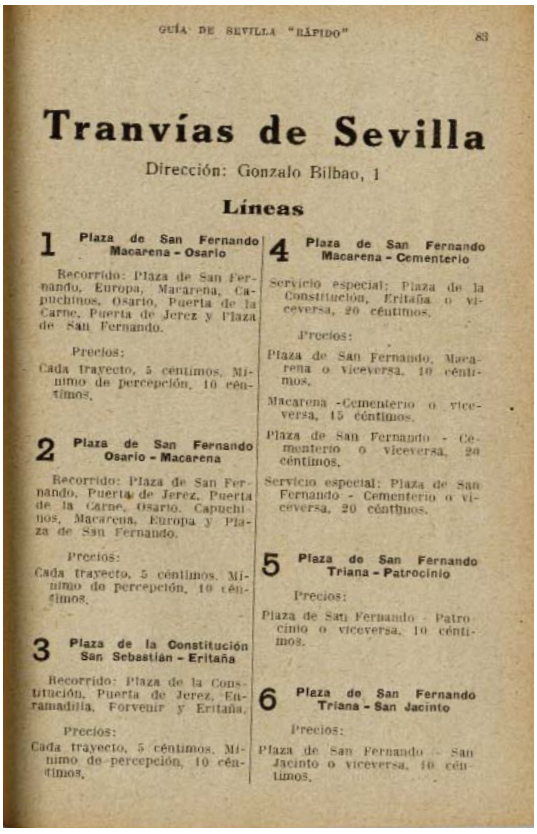
IMPRENTA

CARTELES · IMPRESIONES DE TODAS CLASES

ESPECIALIDAD EN TRABAJOS PARA LA INDUSTRIA Y COMERCIO

ESCUDILLERS BLANCHS, 3 BIS
TELÉFONO 10763 BARCELONA

Anuncio de la imprenta Borrás



GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO" 83

Tranvías de Sevilla

Dirección: Gonzalo Bilbao, 1

Líneas

1 Plaza de San Fernando Macarena - Osario

Recorrido: Plaza de San Fernando, Europa, Macarena, Capuchinos, Osario, Puerta de la Carne, Puerta de Jerez y Plaza de San Fernando.

Precios:

Cada trayecto, 5 céntimos. Mínimo de percepción, 10 céntimos.

2 Plaza de San Fernando Osario - Macarena

Recorrido: Plaza de San Fernando, Puerta de Jerez, Puerta de la Carne, Osario, Capuchinos, Macarena, Europa y Plaza de San Fernando.

Precios:

Cada trayecto, 5 céntimos. Mínimo de percepción, 10 céntimos.

3 Plaza de la Constitución San Sebastián - Eritaña

Recorrido: Plaza de la Constitución, Puerta de Jerez, Enramadilla, Porvenir y Eritaña.

Precios:

Cada trayecto, 5 céntimos. Mínimo de percepción, 10 céntimos.

4 Plaza de San Fernando Macarena - Cementerio

Servicio especial: Plaza de la Constitución, Eritaña o viceversa, 20 céntimos.

Precios:

Plaza de San Fernando, Macarena o viceversa, 10 céntimos.

Macarena -Cementerio o viceversa, 15 céntimos.

Plaza de San Fernando - Cementerio o viceversa, 20 céntimos.

Servicio especial: Plaza de San Fernando - Cementerio o viceversa, 20 céntimos.

5 Plaza de San Fernando Triana - Patrocinio

Precios:

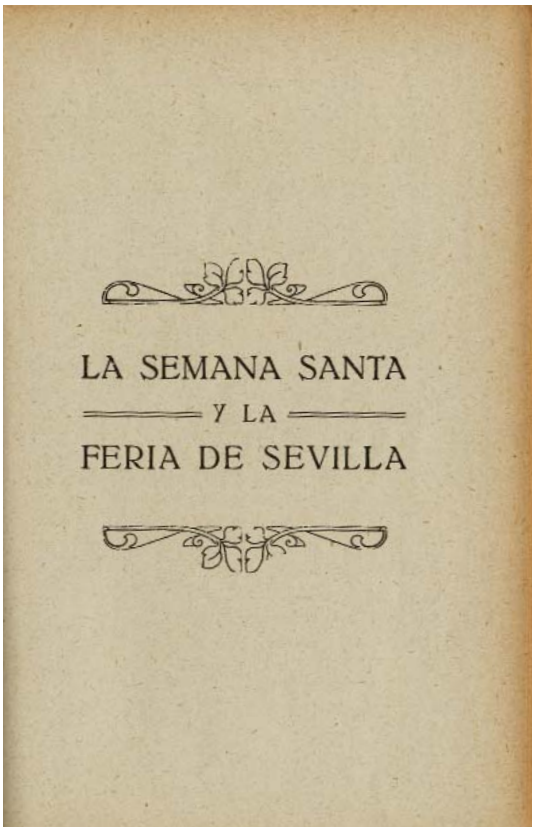
Plaza de San Fernando - Patrocinio o viceversa, 10 céntimos.

6 Plaza de San Fernando Triana - San Jacinto

Precios:

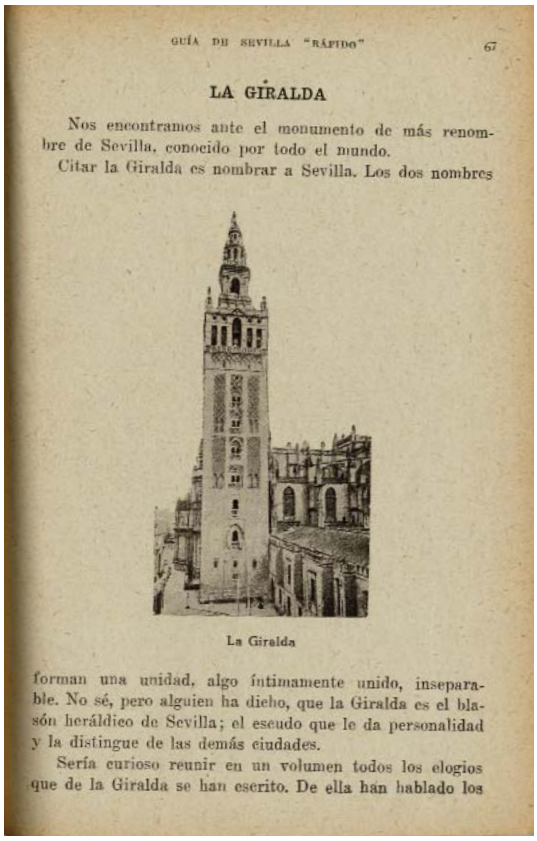
Plaza de San Fernando - San Jacinto o viceversa, 10 céntimos.

Cuadro a dos columnas y numeración de las líneas de tranvía



LA SEMANA SANTA
Y LA
FERIA DE SEVILLA

Portadilla de capítulo



GUÍA DE SEVILLA "RÁPIDO" 67

LA GIRALDA

Nos encontramos ante el monumento de más renombre de Sevilla, conocido por todo el mundo.

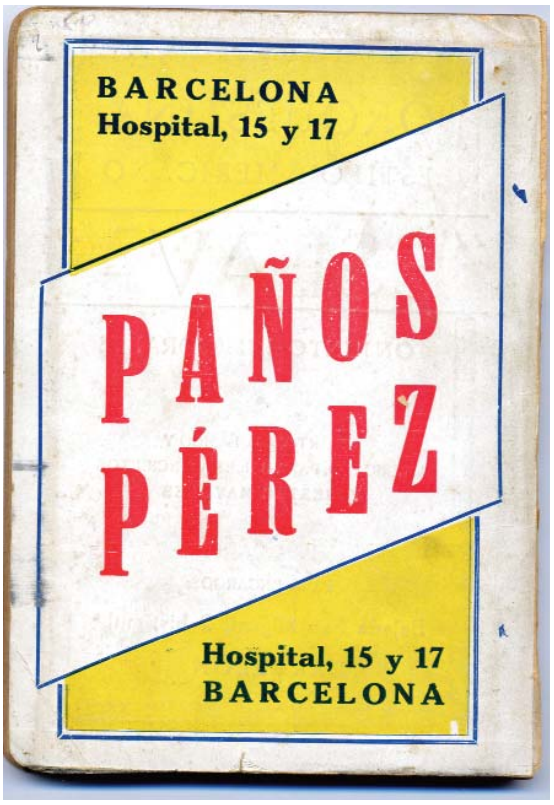
Citar la Giralda es nombrar a Sevilla. Los dos nombres

La Giralda

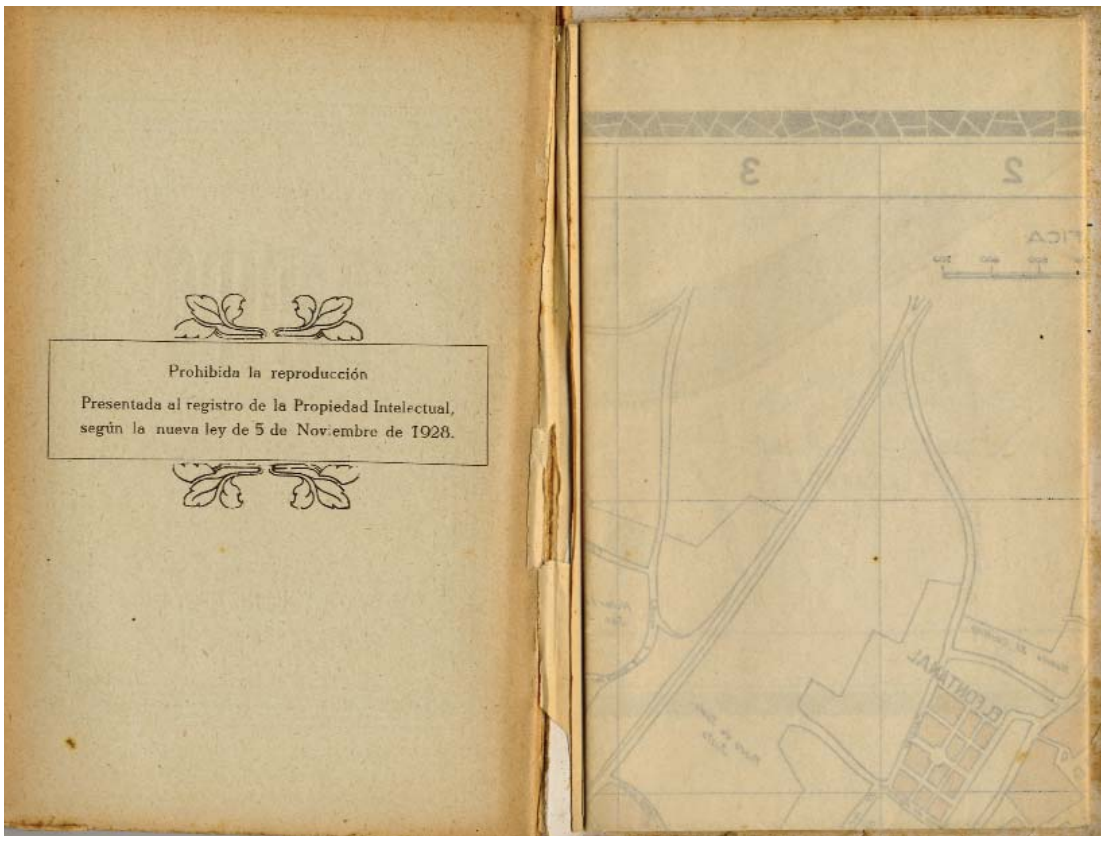
forman una unidad, algo íntimamente unido, inseparable. No sé, pero alguien ha dicho, que la Giralda es el blasón heráldico de Sevilla; el escudo que le da personalidad y la distingue de las demás ciudades.

Sería curioso reunir en un volumen todos los elogios que de la Giralda se han escrito. De ella han hablado los

Maqueta a una columna con fotografía



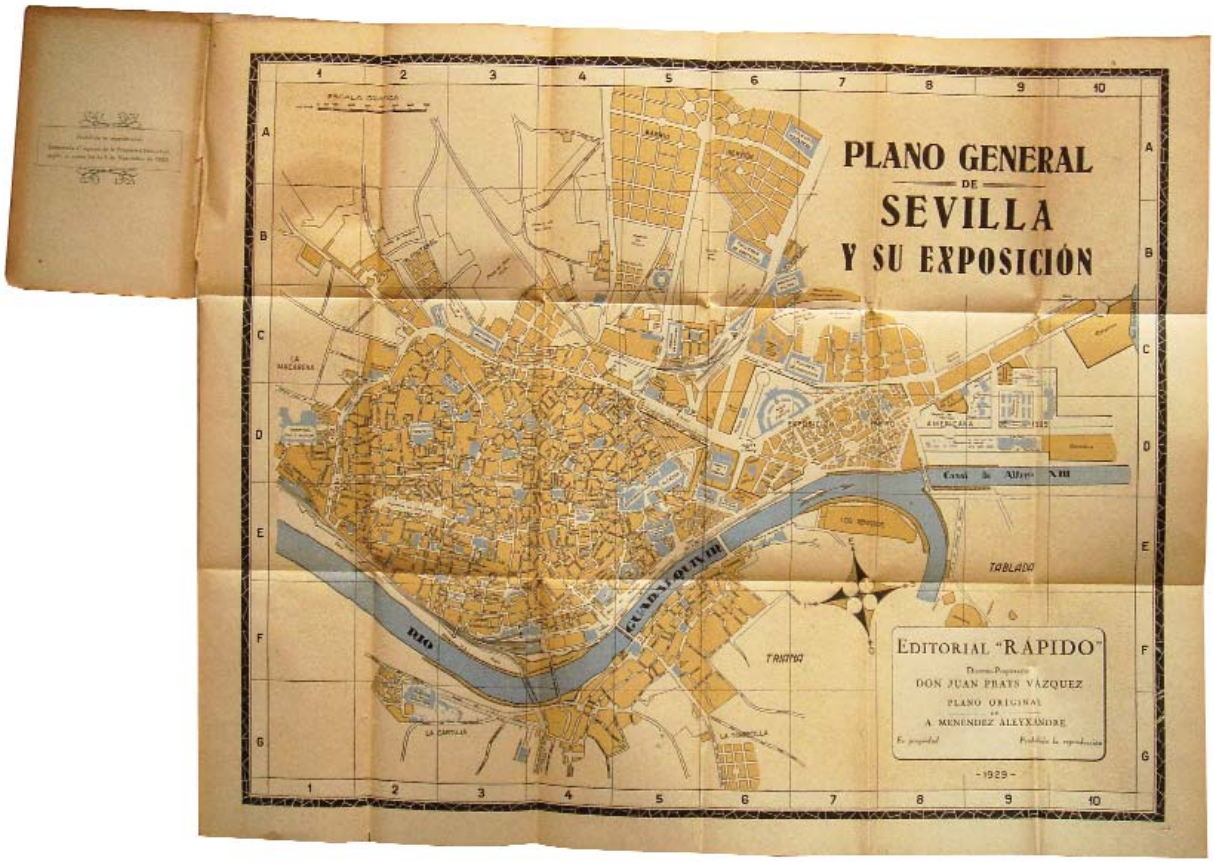
Contracubierta



Prohibida la reproducción

Presentada al registro de la Propiedad Intelectual, según la nueva ley de 5 de Noviembre de 1928.

Colofón y página con plano desplegable



Plano desplegable de Sevilla y su Exposición

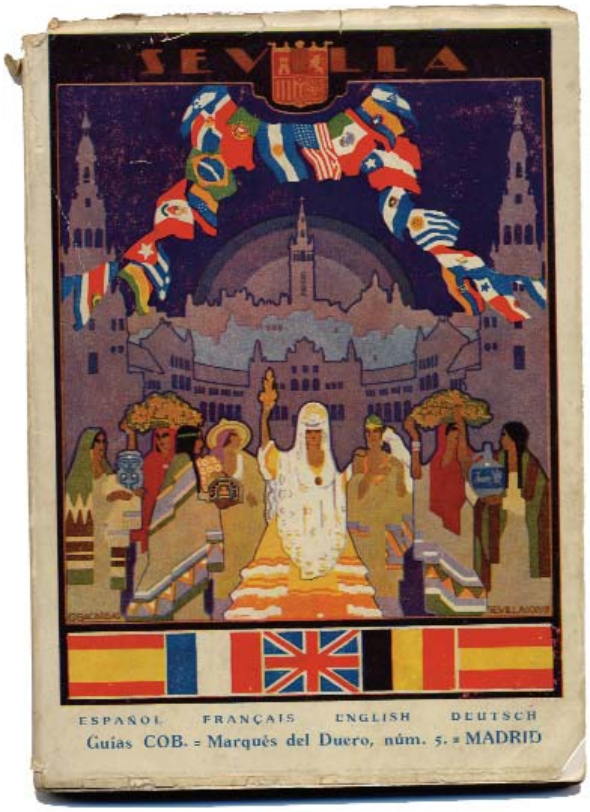
3.4.3. *Guía de Sevilla* de la editorial COB

Esta guía de bolsillo es otra de las iniciativas privadas que aprovecharon la celebración de la Exposición Ibero Americana. Lo imprimió la empresa madrileña Sucesores de Rivadeneyra S.A en enero de 1929. Tiene 111 páginas y está editada en rústica con la cubierta encolada en el lomo. Su tamaño es de 125 mm. de ancho por 175 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 7 puntos, con un interlineado de 7 puntos pica.

Suponemos que el criterio comercial impuso que esta guía llevase una sobrecubierta con una reproducción del cartel oficial de la Exposición. Ésto permitía al editor retirarla una vez que ésta finalizase sin que la publicación perdiese vigencia. La primera cubierta se ocupa con la ilustración a color de Bacarisas de la que se ha mutilado el faldón con la leyenda "Exposición Ibero-Americana", que se sustituye por una franja horizontal en la que se representan las banderas de España, Francia, Reino Unido y Alemania, los idiomas en los que está escrita la guía. En todo caso, en una línea de texto inferior se señalan explícitamente los cuatro idiomas y en otra, por debajo, se indica el nombre de la Guía y la dirección de la imprenta.

La cuarta de cubierta (el dorso de la sobrecubierta) se ilustra con una fotografía coloreada de una vista de la Plaza de España, el monumento emblemático de la Exposición. El pie de foto –como todos los de la guía– está escrito en cuatro idiomas.

La cubierta, también en color, está ocupada en el centro por el escudo de la ciudad, al que se rodea de un ornamento decorativo, una guirnalda de flores. El título "Sevilla" y "Guías Cob" se maquetan en color rojo al ancho de la caja, en dos líneas que quedan, res-



Sobrecubierta



Cuarta de cubierta



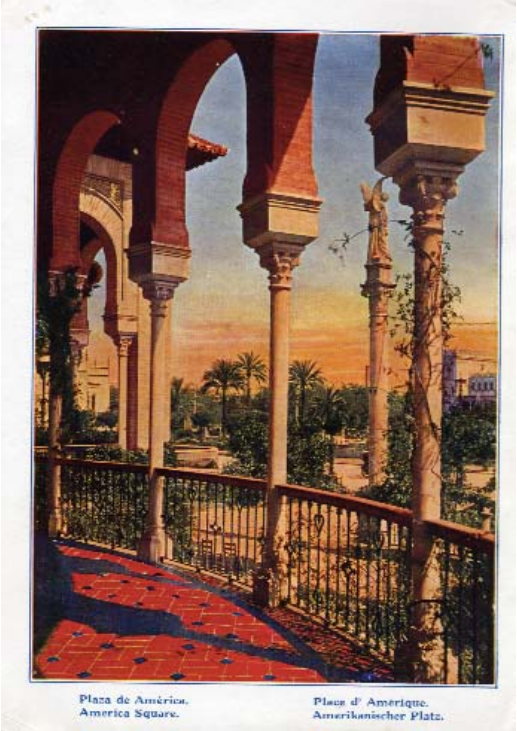
Cubierta

pectivamente, por encima y por debajo del escudo. Emplea un tipo egipcio y, por tanto, de letras anchas y cuadradas, con la terminación superior plana en la letra "A" y la "E" sin remate en el asta central. El interior de los trazos se sombrea con líneas degradadas de arriba abajo de color rojo. También se sombrea cada letra por fuera con trazos gruesos del mismo color.

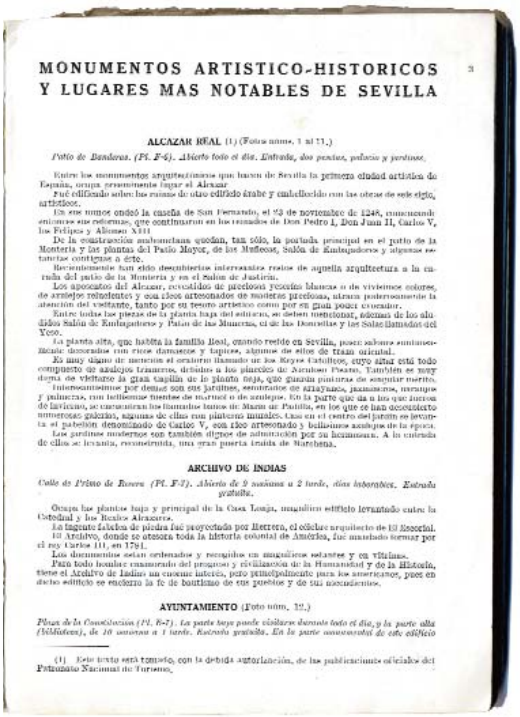
Por debajo de la segunda línea, en un cuerpo de menor tamaño y un tipo de fuente romana, aparece la dirección de la imprenta, justificada a la izquierda, y la palabra "Madrid" en mayúscula, que se justifica a la derecha. La contracubierta, al igual que la cuarta de cubierta, se ocupa con una fotografía coloreada, pero en este caso la vista es de la Plaza de América. La portada es idéntica a la cubierta, pero en blanco y negro.

La página par siguiente a la portada se emplea para el índice, donde se dejan grandes blancos y se emplean filetes decorativos de dos líneas (la exterior más gruesa que la interior), por encima y por debajo de la caja de texto. Para las páginas de texto se emplea una fuente romana. Los títulos se justifican al centro y van en un cuerpo de mayor tamaño y en mayúscula. En el resto del texto el cuerpo de la letra es muy pequeño, lo que resta legibilidad. Ésto se justifica en que la descripción de los monumentos y las posibles excursiones por la provincia de Sevilla se hacen en las 33 primeras páginas, ocupando siete u ocho para cada uno de los cuatro idiomas.

Las páginas de la 34 a la 93 se maquetan sólo con fotografías. Si son verticales ocupan toda la página y si son horizontales se colocan una encima y otra debajo, al ancho de la página, con sus respectivos pies en cuatro idiomas. Las páginas de la 94 a la 103 se completan con el nomenclator de la ciudad, maquetado a seis columnas, con sus correspondientes filetes y corondeles.



Contracubierta



MONUMENTOS ARTISTICO-HISTORICOS
Y LUGARES MAS NOTABLES DE SEVILLA

ALCAZAR REAL (1) (Fotos núms. 1 al 11.)

Patio de Banderas. (Pl. F-6). Abierto todo el día. Entrada, dos pesetas, palacio y jardines.

Entre los monumentos arquitectónicos que hacen de Sevilla la primera ciudad artística de España, ocupa preeminente lugar el Alcazar.

Fué edificado sobre las ruinas de otro edificio árabe y embellecido con las obras de este siglo, artísticos.

En ese mismo sitio ondeó la enseña de San Fernando, el 23 de noviembre de 1248, comenzando grandes sus reformas, que continuaron en los reinados de Don Pedro I, Don Juan II, Carlos V, los Felipes y Alfonso XIII.

De la construcción musulmana quedan, tan sólo, la portada principal en el patio de la Montería y las plantas del Patio Mayor, de los Muñecos, Salón de Embajadores y algunas estancias contiguas a éste.

Recientemente han sido descubiertos interesantes restos de aquella arquitectura a la entrada del patio de la Montería y en el Salón de Justicia.

Los apeos del Alcazar, revestidos de preciosos zócalos blancos o de vivísimos colores, de azulejos relucientes y con ricos artesonados de maderas preciosas, atraen poderosamente la atención del visitante, tanto por su tesoro artístico como por su gran poder evocador.

Entre todas las piezas de la planta baja del edificio, se deben mencionar, además de los ahora dichos Salón de Embajadores y Patio de las Muñecas, el de las Doncellas y las Salas llamadas del Yeso.

La planta alta, que habitó la familia Real, cuando reside en Sevilla, posee soberbios artesonados decorados con ricos damasces y lapices, algunos de ellos de gran calidad.

Es muy digno de mención el oratorio llamado de los Reyes Católicos, cuyo altar está todo compuesto de azulejos trasmeros, debidos a los pinceles de Arcuilleo Pisano. También es muy digna de visitarse la gran capilla de la planta baja, que guarda pinturas de sorprendente mérito.

Interesantísimos por demás son sus jardines, semilleros de naranjos, jazmineros, naranjos y palmeras, con hermosas fuentes de marmol o de azulejos. En la parte que da a los que fueron de Levante, se encuentran los llamados baños de María de Padilla, en los que es fama ocurrieron numerosas galerías, algunas de ellas con pinturas murales. Casi en el centro del jardín se levanta el pabellón denominado de Carlos V, con ricos artesonados y bellísimos azulejos de la época.

Los jardines modernos son también dignos de admiración por su frescura. A la entrada de ellos se levanta, reconstruída, una gran puerta árabe de Marchena.

ARCHIVO DE INDIAS

Calle de Primo de Rivera (Pl. F-7). Abierto de 9 mañana a 2 tarde, días laborables. Entrada gratuita.

Ocupa las plantas baja y principal de la Casa Lonja, magnífico edificio levantado entre la Catedral y los Reales Alcazares.

La ingente fábrica de piedra fué proyectada por Herrera, el célebre arquitecto de El Escorial.

El Archivo, donde se atesora toda la historia colonial de América, fué mandado formar por el rey Carlos III, en 1781.

Los documentos están ordenados y recogidos en magníficos estantes y en vitrinas.

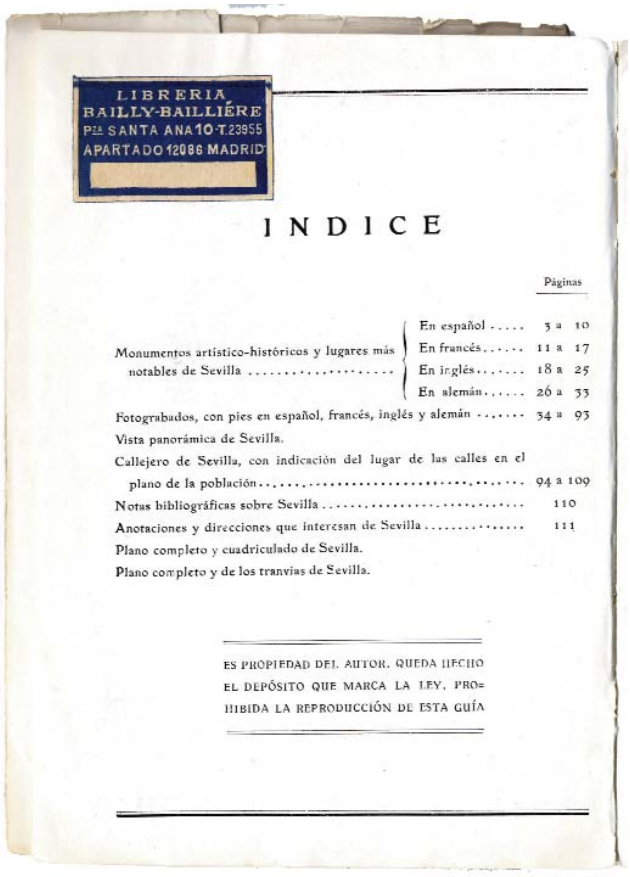
Para todo hombre amamorado del progreso y civilización de la Humanidad y de la Historia, tiene el Archivo de Indias un enorme interés, pero principalmente para los americanos, pues en dicho edificio se encierra la fe de bautismo de sus pueblos y de sus antepasados.

AYUNTAMIENTO (Foto núm. 12.)

Plaza de la Constitución (Pl. E-7). La parte baja puede visitarse durante todo el día, y la parte alta (bibliotecas), de 10 mañana a 1 tarde. Entrada gratuita. En la parte consecuente de este edificio

(1) Este texto será tomado, con la debida autorización, de las publicaciones oficiales del Patronato Nacional de Turismo.

Maqueta a una columna con título al ancho de la caja



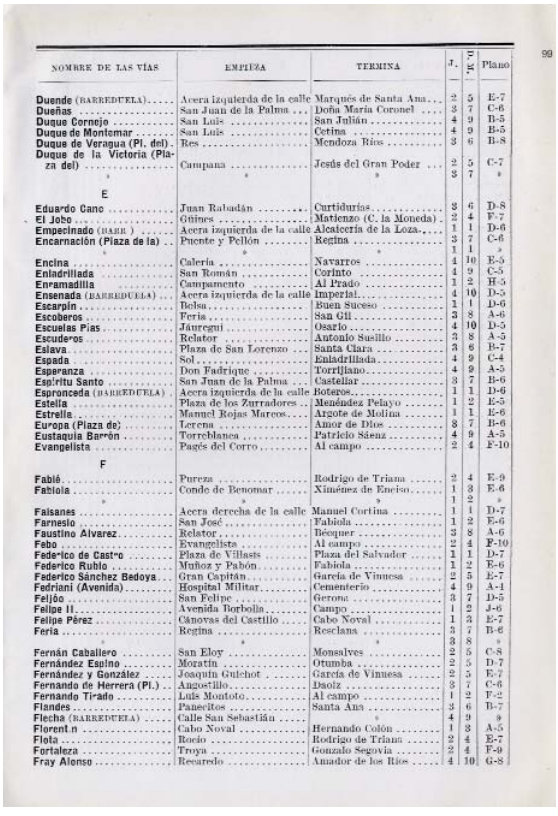
LIBRERIA
BAILLY-BAILLIÈRE
PLª SANTA ANA 10 T.23955
APARTADO 12086 MADRID

INDICE

		Páginas
Monumentos artístico-históricos y lugares más notables de Sevilla	En español	3 a 10
	En francés	11 a 17
	En inglés	18 a 25
	En alemán	26 a 33
Fotograbados, con pies en español, francés, inglés y alemán		34 a 93
Vista panorámica de Sevilla.		
Callejero de Sevilla, con indicación del lugar de las calles en el plano de la población		94 a 109
Notas bibliográficas sobre Sevilla		110
Anotaciones y direcciones que interesan de Sevilla		111
Plano completo y cuadriculado de Sevilla.		
Plano completo y de los tranvías de Sevilla.		

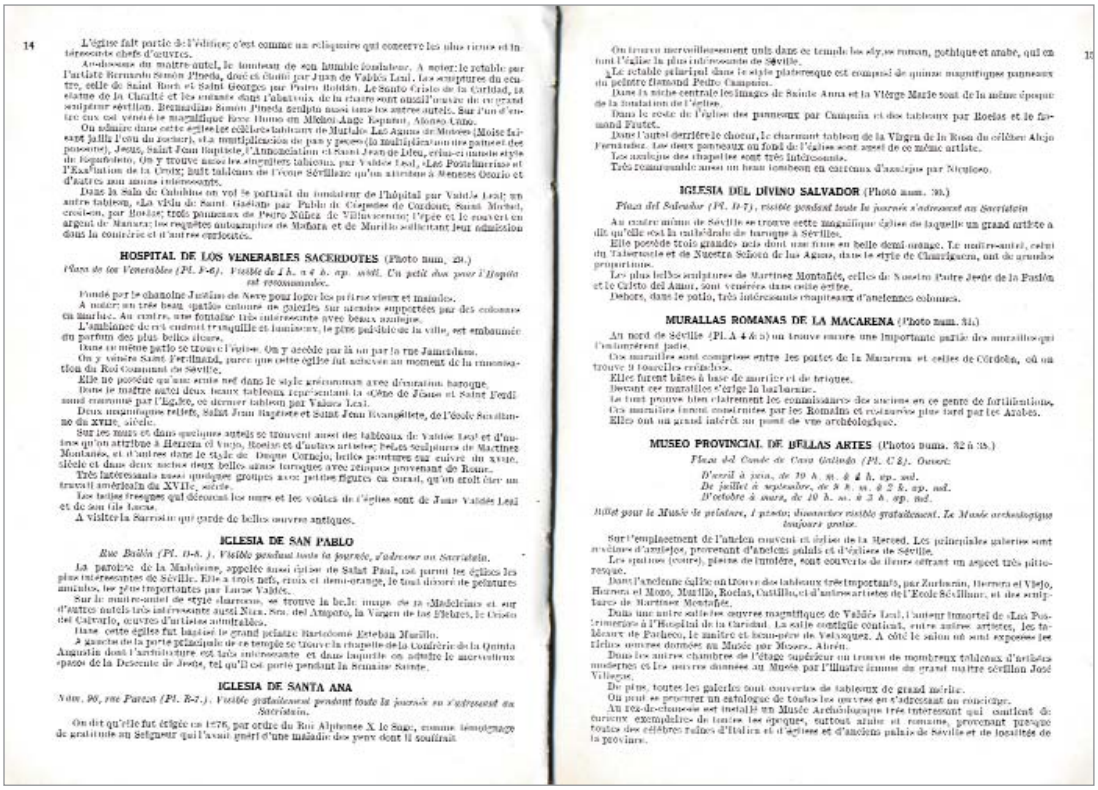
ES PROPIEDAD DEL AUTOR. QUEDA HECHO EL DEPÓSITO QUE MARCA LA LEY. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN DE ESTA GUÍA

Índice



NOMBRE DE LAS VÍAS	EMPIEZA	TERMINA	J.	P. S.	Plano
Duende (BARREDUELA)	Acera izquierda de la calle	Marqués de Santa Ana	2	5	E-7
Dueñas	San Juan de la Palma	Doña María Coronel	3	7	C-6
Duque Cornejo	San Luis	San Julián	4	9	B-5
Duque de Montemar	San Luis	Cetina	4	9	B-5
Duque de Veragua (Pl. del)	Res	Mendoza Ríos	3	6	B-8
Duque de la Victoria (Plaza del)	Campana	Jesús del Gran Poder	2	5	C-7
	»	»	3	7	»
E					
Eduardo Cano	Juan Rabadán	Curtidurías	3	6	D-8
El Jobo	Orfines	Matienzo (C. la Moneda)	2	4	F-7
Empecinado (BARR.)	Acera izquierda de la calle	Alcaicería de la Loza	1	1	D-6
Encarnación (Plaza de la)	Puente y Pellón	Regina	3	7	C-6
»	»	»	1	1	»
Encina	Calería	Navarros	4	10	E-5
Enladrillada	San Román	Corinto	4	9	C-5
Enramadilla	Campamento	Al Prado	1	2	H-5
Ensenada (BARREDUELA)	Acera izquierda de la calle	Imperial	4	10	D-5
Escarpín	Bolsa	Buen Suceso	1	1	D-6
Escoberos	Feria	San Gil	3	8	A-6
Escuelas Pías	Jáuregui	Osario	4	10	D-5
Escuderos	Relator	Antonio Susillo	3	8	A-5
Eslava	Plaza de San Lorenzo	Santa Clara	3	6	B-7
Espada	Pool	Enladrillada	4	9	C-4
Esperanza	Don Fadrique	Torrijiano	4	9	A-5
Espíritu Santo	San Juan de la Palma	Castellar	3	7	B-6
Espronceda (BARREDUELA)	Acera izquierda de la calle	Boteros	1	1	D-6
Estella	Plaza de los Zurradores	Menéndez Pelayo	1	2	E-5
Estrella	Manuel Rojas Marcos	Argote de Molina	1	1	E-6
Europa (Plaza de)	Lereña	Amor de Dios	3	7	B-6
Eustaquia Barrón	Torreblanca	Patricio Sáenz	4	9	A-5
Evangelista	Pagés del Corro	Al campo	2	4	F-10
F					
Fabié	Pureza	Rodrigo de Triana	2	4	E-9
Fabiola	Conde de Benomar	Ximénez de Enciso	1	3	E-6
»	»	»	1	2	»
Faisanes	Acera derecha de la calle	Manuel Cortina	1	1	D-7
Farnesio	San José	Fabiola	1	2	E-6
Faustino Alvarez	Relator	Becquer	3	8	A-6
Febo	Evangelista	Al campo	2	4	F-10
Federico de Castro	Plaza de Villasís	Plaza del Salvador	2	1	D-7
Federico Rubio	Muñoz y Pabón	Fabiola	1	2	E-6
Federico Sánchez Bedoya	Gran Capitán	García de Vinuesa	2	5	E-7
Fedriani (Avenida)	Hospital Militar	Cementerio	4	9	A-1
Feijóo	San Felipe	Gerona	3	7	D-5
Felipe II	Avenida Torbolla	Campo	1	2	J-6
Felipe Pérez	Cánovas del Castillo	Cabo Noval	1	3	E-7
Feria	Regina	Resclana	3	7	B-6
»	»	»	3	8	»
Fernán Caballero	San Eloy	Monsalves	2	5	C-8
Fernández Espino	Mozatín	Otumba	2	5	D-7
Fernández y González	Joaquín Guichot	García de Vinuesa	2	5	E-7
Fernando de Herrera (Pl.)	Angostillo	Daoiz	3	7	C-6
Fernando Tirado	Luis Montoto	Al campo	1	2	F-2
Flandes	Panecillos	Santa Ana	3	6	B-7
Flecha (BARREDUELA)	Calle San Sebastián	»	4	9	»
Florentino	Cabo Noval	Hernando Colón	1	3	A-5
Flota	Rocío	Rodrigo de Triana	2	4	E-7
Fortaleza	Troya	Gonzalo Segovia	2	4	F-9
Fray Alonso	Recaredo	Amador de los Ríos	4	10	G-8

Maqueta a seis columnas con el nomenclator de la ciudad



14

L'église fait partie de l'édifice; c'est comme un reliquaire qui conserve les plus riches et les intéressants chefs d'œuvres.

Au-dessus du maître-autel, le tombeau de son humble fondateur. A noter: le retable par l'artiste Bernardo Simón Pineda, doré et sculpté par Juan de Valdés Leal. Les sculptures du centre, celle de Saint Roch et Saint Georges par Pedro Roldán. Le Santo Cristo de la Caridad, la statue de la Charité et les statuettes dans l'abat-voix de la chaire sont œuvres du célèbre sculpteur sévillan. Bernardino Simón Pineda sculpta aussi tous les autres autels. Sur l'un d'entre eux est vénéré le magnifique Ecce Homo en Michel-Ange Espanol, Alonso Cano.

On admire dans cette église les célèbres tableaux de Murillo: Les Aguas de Moises (Moïse faisant jaillir l'eau du rocher), et la multiplication de pain y peces (la multiplication des pains et des poissons), Jesus, Saint Jean Baptiste, l'Annonciation et Saint Jean de Dieu, crâne-ci montre style de Espinabete. On y trouve aussi les aimables tableaux par Valdés Leal, «Las Postrimerias» et l'Exaltation de la Croix; huit tableaux de l'école Sévillane qu'on attribue à Menezes Osorio et d'autres non moins intéressants.

Dans la Sala de Cabildos on voit le portrait du fondateur de l'hôpital par Valdés Leal; un autre tableau, «La vida de Saint Gaëtan» par Pablo de Cespedes de Cordoue; Saint Michel, cuivre, par Roelas; trois pommeaux de Pedro Núñez de Villavicencio; l'épée et le couvert en argent de Manara; les requêtes autographes de Mañara et de Murillo sollicitant leur admission dans la confrérie et d'autres curiosités.

HOSPITAL DE LOS VENERABLES SACERDOTES (Photo num. 29.)

Plaza de los Venerables (Pl. F-6). Visible de 1 h. a 4 h. esp. soir. Un petit don pour l'Hopital est recommandé.

Fondé par le chanoine Justino de Neve pour loger les prêtres vieux et malades.

A noter: un très beau patio colonné de galeries sur arcades supportées par des colonnes en marbre. Au centre, une fontaine très intéressante avec beaux azulejos.

L'ambiance de cet endroit tranquille et lumineux, le plus paisible de la ville, est embaumée du parfum des plus belles fleurs.

Dans ce même patio se trouve l'église. On y accède par là ou par la rue Jamerdana.

On y vénère Saint Ferdinand, parce que cette église fut achevée au moment de la reconquête du Roi Commun de Séville.

Elle ne possède qu'une seule nef dans le style précurseur avec décoration baroque.

Dans le maître autel deux beaux tableaux représentant la Cène de Jésus et Saint Ferdinand couronné par l'Eglise, ce dernier tableau par Valdés Leal.

Deux magnifique reliefs, Saint Jean Baptiste et Saint Jean Evangéliste, de l'école Sévillane du XVIIe. siècle.

Sur les murs et dans quelques autels se trouvent aussi des tableaux de Valdés Leal et d'autres qu'on attribue à Herrera el Viejo, Roelas et d'autres artistes; belles sculptures de Martinez Montañés, et d'autres dans le style de Duque Cornejo, belles peintures sur cuivre du XVIIe. siècle et dans deux autres deux belles armes turques avec reliques provenant de Rome.

Très intéressants aussi quelques groupes avec petites figures en carton, qu'on croit être un travail anglais du XVIIe. siècle.

Les belles fresques qui décorent les murs et les voûtes de l'église sont de Juan Valdés Leal et de son fils Lucas.

A visiter la Sacristie qui garde de belles œuvres antiques.

IGLESIA DE SAN PABLO

Rue Bubión (Pl. D-8.). Visible pendant toute la journée, s'adresser au Sacristain.

La paroisse de la Madeleine, appelée aussi église de Saint Paul, est parmi les églises les plus intéressantes de Séville. Elle a trois nefs, croix et demi-orange, le tout décoré de peintures anciennes, les plus importantes par Lucas Valdés.

Sur le maître-autel de style flamand, se trouve la belle image de la Madeleine et sur d'autres autels très intéressante aussi Nra. Sra. del Amparo, la Vierge de los Dolores, le Cristo del Calvario, œuvres d'artistes anonymes.

Dans cette église fut baptisé le grand peintre Bartolomé Esteban Murillo.

A gauche de la porte principale de ce temple se trouve la chapelle de la Confrérie de la Quinta Angustia dont l'architecture est très intéressante et dans laquelle on admire le merveilleux «paso» de la Descente de Jesus, tel qu'il est porté pendant la Semaine Sainte.

IGLESIA DE SANTA ANA

Nom. 90, rue Parson (Pl. B-7.). Visible gratuitement pendant toute la journée en s'adressant au Sacristain.

On dit qu'elle fut érigée en 1276, par ordre du Roi Alphonse X le Sage, comme témoignage de gratitude au Seigneur qui l'avait guéri d'une maladie des yeux dont il souffrait.

On trouve merveilleusement unis dans ce temple les styles roman, gothique et arabe, qui en font l'église la plus intéressante de Séville.

Le retable principal dans le style plateresque est composé de quinze magnifique panneaux du peintre flamand Pedro Campaña.

Dans la niche centrale les images de Sainte Anna et la Vierge Marie sont de la même époque de la fondation de l'église.

Dans le côté de l'église des panneaux par Campaña et des tableaux par Roelas et le flamand Frutet.

Dans l'autel derrière le chœur, le charmant tableau de la Vierge de la Rose du célèbre Alejo Fernandez. Les deux panneaux au fond de l'église sont aussi de ce même artiste.

Les autels des chapelles sont très intéressants.

Très remarquable aussi un beau tombeau en carreaux d'azulejos par Nicoloso.

IGLESIA DEL DIVINO SALVADOR (Photo num. 30.)

Plaza del Salvador (Pl. D-7), visible pendant toute la journée s'adresser au Sacristain

Au centre même de Séville se trouve cette magnifique église de laquelle un grand artiste a dit qu'elle est la cathédrale de baroque à Séville.

Elle possède trois grandes nefs dont une finie en belle demi-orange. Le maître-autel, celui du Tabernacle et de Nuestra Señora de las Aguas, dans le style de Churriguera, ont de grandes proportions.

Les plus belles sculptures de Martinez Montañés, celles de Nuestro Padre Jesús de la Pasión et le Cristo del Amor, sont vénérées dans cette église.

Dehors, dans le patio, très intéressants chapiteaux d'anciennes colonnes.

MURALLAS ROMANAS DE LA MACARENA (Photo num. 31.)

Au nord de Séville (Pl. A 4 à 5) on trouve encore une importante partie des murailles qui l'entouraient jadis.

Ces murailles sont comprises entre les portes de la Macarena et celles de Córdoba, où on trouve 9 tourelles crénelées.

Elles furent bâties à base de mortier et de briques.

Devant ces murailles s'érige la barbacane.

Le tout prouve bien clairement les connaissances des anciens en ce genre de fortifications.

Ces murailles furent construites par les Romains et restaurées plus tard par les Arabes.

Elles ont un grand intérêt au point de vue archéologique.

MUSEO PROVINCIAL DE BELLAS ARTES (Photos nums. 32 à 35.)

Plaza del Conde de Cara Gallardo (Pl. C-8). Ouvert:

D'avril à juin, de 10 h. m. à 4 h. ap.-mid.
De juillet à septembre, de 8 h. m. à 2 h. ap.-mid.
D'octobre à mars, de 10 h. m. à 3 h. ap.-mid.

Billet pour le Musée de peinture, 1 peseta; dimanches visible gratuitement. Le Musée archéologique toujours gratis.

Sur l'emplacement de l'ancien couvent de l'église de la Merced. Les principales galeries sont modernes d'azulejos, provenant d'anciens palais et d'églises de Séville.

Les patios (cours), pleins de lumière, sont couverts de fleurs offrant un aspect très pittoresque.

Dans l'ancienne église on trouve des tableaux très importants, par Zurbarán, Herrera el Viejo, Herrera el Mozo, Murillo, Roelas, Castillo, et d'autres artistes de l'Ecole Sévillane, et des sculptures de Martinez Montañés.

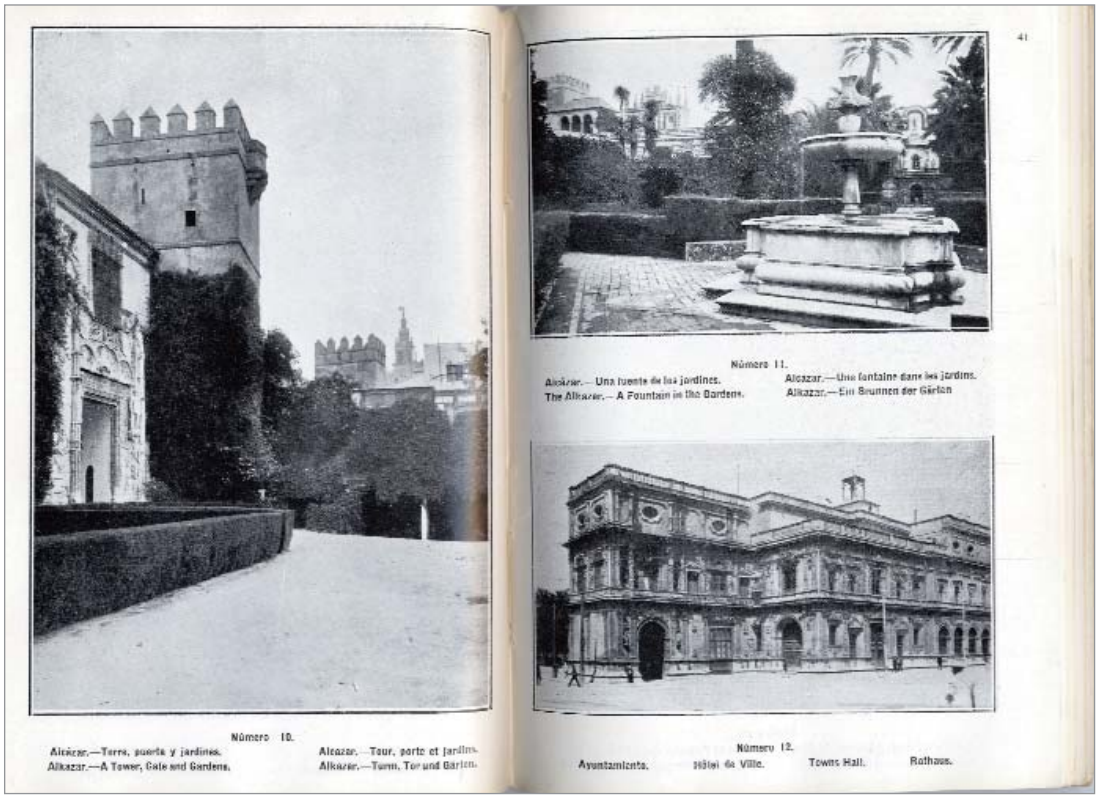
Dans une autre salle les œuvres magnifiques de Valdés Leal, l'auteur immortel de «Las Postrimerias» à l'Hospital de la Caridad. La salle contigüe contient, entre autres artistes, les tableaux de Pacheco, le maître et beau-père de Velasquez. A côté le salon où sont exposées les riches œuvres données au Musée par Moores. Ahrén.

Dans les autres chambres de l'étage supérieur on trouve de nombreux tableaux d'artistes modernes et les œuvres données au Musée par l'illustre femme du grand maître sévillan José Villegas.

De plus, toutes les galeries sont couvertes de tableaux de grand mérite.

On peut se procurer un catalogue de toutes les œuvres en s'adressant au concierge.

Au rez-de-chaussée est installé un Musée Archéologique très intéressant qui renferme de curieux exemplaires de toutes les époques, surtout arabe et romaine, provenant presque toutes des célèbres ruines d'Italica et d'églises et d'anciens palais de Séville et de localités de la province.



Número 10.

Alcázar.—Torre, puerta y jardines.
Alkazar.—A Tower, Gate and Gardens.
Alcazar.—Tour, porte et jardins.
Alkazar.—Turm, Tor und Garten.

41

Número 11.

Alcázar.—Una fuente de los jardines.
The Alkazar.—A Fountain in the Gardens.
Alcazar.—Une fontaine dans les jardins.
Alkazar.—Ein Brunnen der Garten

Número 12.

Ayuntamiento. Hôtel de Ville. Town Hall. Rathaus.

Maqueta a doble página con cuerpo de letra muy pequeño

Maqueta a doble página con fotografías

3.4.4. Folleto del *Congreso Mariano Hispano Americano* de 1929

Folleto de 31 páginas unidas con grapas en el lomo. Impreso en Sevilla por la empresa de Litografía Luis Gómez Hermanos. Su tamaño es de 117 mm. de ancho por 165 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 16 puntos pica. Se trata del programa de mano del congreso, uno de los que se llevaron a cabo aprovechando la celebración de la Exposición en Sevilla. En conjunto está muy trabajado, al incluir ornamentación y viñetas hechas expresamente para el folleto, pero adolece de emplear demasiadas tipos de letra diferentes.

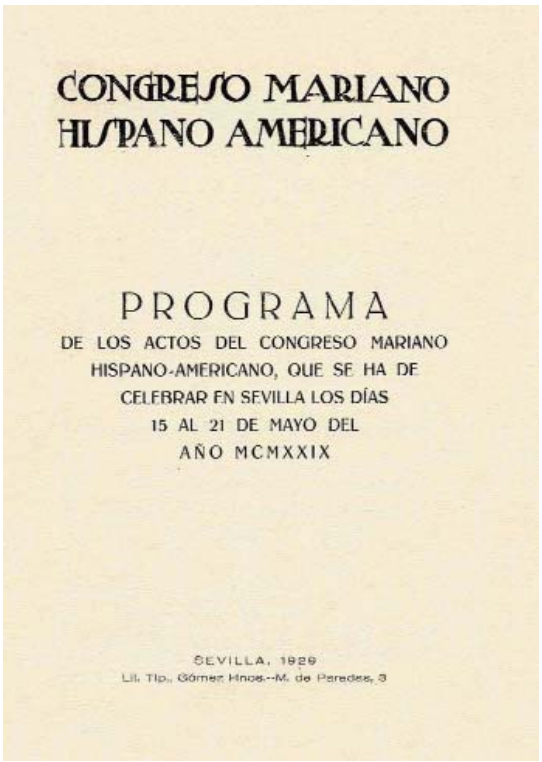
La cubierta está ilustrada por Francisco Hohenleiter, el cartelista e ilustrador gaditano, muy reputado sobre todo por sus escenas costumbristas. En este caso la composición es sencilla y equilibrada. Sobre un fondo de color amarillo, la imagen de la Virgen ocupa la vertical rodeada de un coro angélico de querubines. De la figura principal emanan rayos de divinidad y a sus pies se recorta la silueta en color azul de los monumentos principales de la ciudad. El tono oscuro del faldón lo utiliza Hohenleiter para componer las tres líneas de texto, que se ajustan al ancho de la ilustración y se tintan en un color amarillo dorado. Emplea una fuente romana, con los remates verticales muy exagerados, hasta el punto que el de la "E" cierra los remates en una sola línea vertical paralela al asta principal de la letra.

La portada se compone con capitulares. Para el título emplea la misma fuente que había utilizado en la cubierta. En las seis líneas centrales de texto no utiliza el mismo tipo. La primera es de fuente romana, y va a mayor tamaño, y las cuatro siguientes se componen en copa con letras de palo seco. Debajo aparecen las señas de la imprenta.

La primera impar de texto encabeza el título con la misma fuente que la portada, aunque modificando algunos trazos, de tal forma que el asta horizontal de la "H" se extiende



Cubierta ilustrada por Hohenleiter

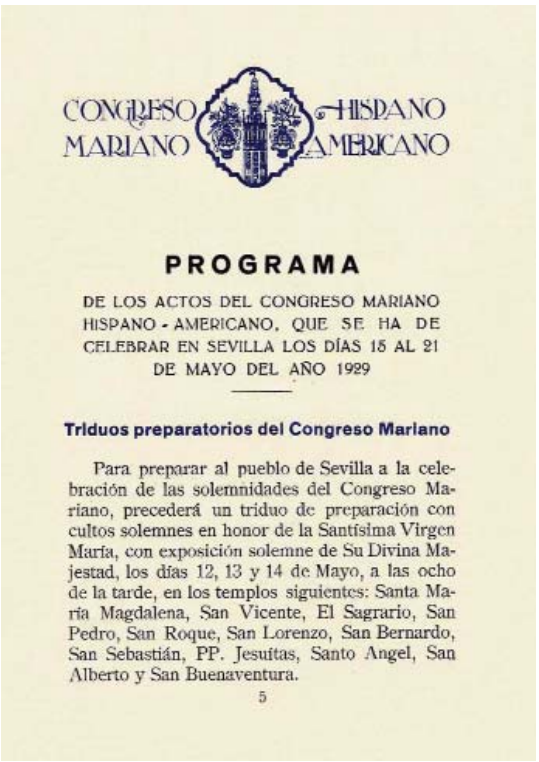

CONGRESO MARIANO
HISPANO AMERICANO

PROGRAMA

DE LOS ACTOS DEL CONGRESO MARIANO HISPANO-AMERICANO, QUE SE HA DE CELEBRAR EN SEVILLA LOS DÍAS 15 AL 21 DE MAYO DEL AÑO MCMXXIX

SEVILLA, 1929
Lit. Tip., Gómez Hnos.--M. de Paredes, 3

Portada


CONGRESO MARIANO HISPANO AMERICANO

PROGRAMA

DE LOS ACTOS DEL CONGRESO MARIANO HISPANO - AMERICANO, QUE SE HA DE CELEBRAR EN SEVILLA LOS DÍAS 15 AL 21 DE MAYO DEL AÑO 1929

Triduos preparatorios del Congreso Mariano

Para preparar al pueblo de Sevilla a la celebración de las solemnidades del Congreso Mariano, precederá un triduo de preparación con cultos solemnes en honor de la Santísima Virgen María, con exposición solemne de Su Divina Majestad, los días 12, 13 y 14 de Mayo, a las ocho de la tarde, en los templos siguientes: Santa María Magdalena, San Vicente, El Sagrario, San Pedro, San Roque, San Lorenzo, San Bernardo, San Sebastián, PP. Jesuítas, Santo Angel, San Alberto y San Buenaventura.

5

Primera impar de texto

en látigo a la izquierda. Las dos líneas se interrumpen con una viñeta en la que aparece la giralda flanqueada por el búcaro de azucenas –atributo de la Virgen–, composición que es símbolo de la Catedral de Sevilla. El encabezamiento del texto emplea mayúsculas en letra de palo seco, con la primera línea de mayor cuerpo y en negrita. Los subtítulos van en negrita con la primera letra en mayúscula y se justifican al centro. Los párrafos son ordinarios y emplean letras de fuente romana.

El encabezamiento de los actos del Congreso utiliza la misma fuente de la cubierta, colocándose por encima una viñeta alusiva de Hohenleiter, con la imagen de la virgen y los jarrones de azucenas a ambos lados. Los títulos de los días de la semana también emplean una fuente romana, con remates inclinados. Entre algunos de los párrafos se colocan gracias tipográficas de separación, en forma de tres estrellas.

En las páginas 15, 16, 22 y 24 encontramos sendas viñetas alusivas, también diseñadas por Hohenleiter ex profeso para el folleto.

La primera alude a los símbolos del poder papal; la segunda, una orla muy decorada, para anunciar la procesión; la tercera es una estampa recortada de la Giralda y la catedral de noche, y la cuarta una ilustración colombina, con la carabela surcando de noche el mar y la imagen de la virgen como faro. Estas viñetas se utilizan como títulos que introducen los capítulos, como si se tratase de las secciones de una revista. En la página 26 aparece el escudo del arzobispado de Sevilla rodeado de una orla decorativa.

En la contracubierta aparece un sello diseñado para la ocasión con el anagrama del Ave María, muy decorado y que incluye ligaduras. A ambos lados, sendas ánforas de azucenas, debajo el jerogífico de la ciudad de Sevilla "NO8DO", y culminando la composición la corona Real española. En torno a la composición, a modo de sello, el marco circular muestra el título del Congreso, la fecha y la ciudad. En el ángulo inferior derecho de la página, aparecen las señas del impresor.



ACTOS DEL CONGRESO MARIANO

MIÉRCOLES 15

Inauguración solemne

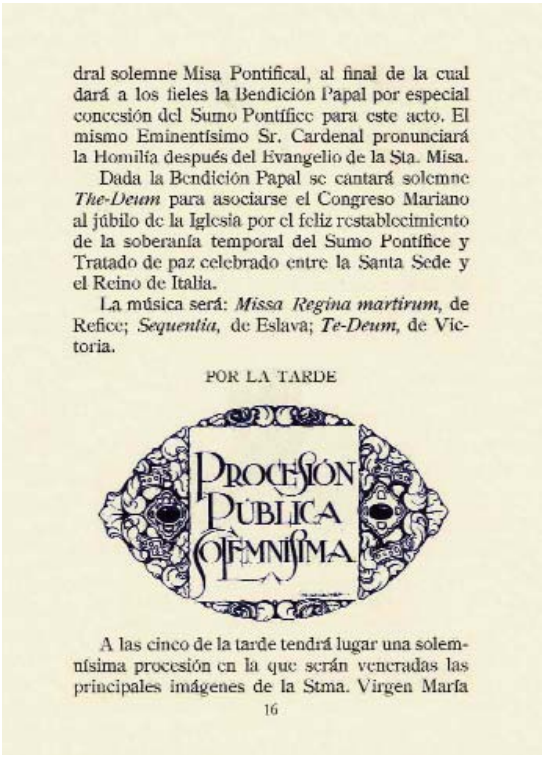
El día 15 de Mayo, a las nueve y media de la mañana, será la solemne inauguración del Congreso Mariano en la S. I. Catedral Metropolitana de Sevilla, con asistencia de numerosos Reverendísimos Sres. Obispos de España, América y Portugal, Autoridades Superiores y locales y representaciones y Comisiones oficiales.

* * *

A dicha hora será recibido solemnemente el Emmo. Sr. Cardenal Legado de Su Santidad en

6

Encabezamiento con viñeta alusiva



dral solemne Misa Pontifical, al final de la cual dará a los fieles la Bendición Papal por especial concesión del Sumo Pontífice para este acto. El mismo Eminentísimo Sr. Cardenal pronunciará la Homilía después del Evangelio de la Sta. Misa.

Dada la Bendición Papal se cantará solemne *The-Deum* para asociarse el Congreso Mariano al júbilo de la Iglesia por el feliz restablecimiento de la soberanía temporal del Sumo Pontífice y Tratado de paz celebrado entre la Santa Sede y el Reino de Italia.

La música será: *Missa Regina martirum*, de Refice; *Sequentia*, de Eslava; *Te-Deum*, de Victoria.

POR LA TARDE

PROCESIÓN PÚBLICA SOLEMNÍSIMA

A las cinco de la tarde tendrá lugar una solemnísima procesión en la que serán veneradas las principales imágenes de la Stma. Virgen María

16

Viñeta anunciando una procesión



DOMINGO 19

POR LA MAÑANA

Comuniones generales

A las ocho, el Emmo. Sr. Cardenal Primado, Arzobispo de Toledo, celebrará la santa Misa en la S. I. Catedral y administrará la Comunión general a los Congresistas y a los demás fieles que quieran asociarse a éstos.

A la misma hora, las distintas Congregaciones Marianas tendrán en varios templos de la ciudad Comunión general de sus respectivos asociados.

SOLEMNE MISA PONTIFICAL Y BENDICIÓN PAPAL.

A las diez, el Emmo. Sr. Cardenal Legado, Arzobispo de Sevilla, celebrará en la S. I. Cate-

15

Viñeta de Hohenleiter con símbolos del poder papal



aguardarán el momento en que salga la Cruz de la Catedral en el punto que se les señale con los estandartes respectivos de sus colegios.

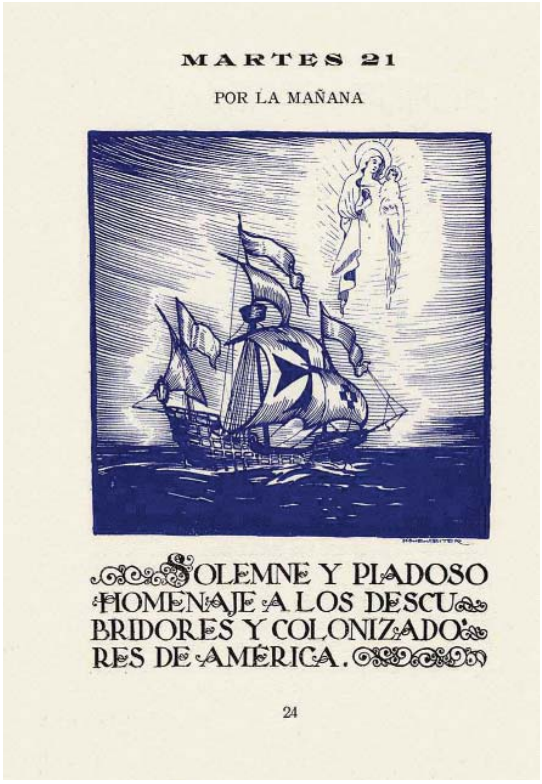
Todos deben permanecer constantes en las filas de la procesión hasta que entrando en la Catedral al regreso de la misma por la puerta del Baptisterio, vayan saliendo por la del patio de los Naranjos y disolviéndose los grupos respectivos.

Iluminación exterior del templo Catedral

Durante las noches del Congreso Mariano se iluminará exteriormente el templo Catedral y «La Giralda».

22

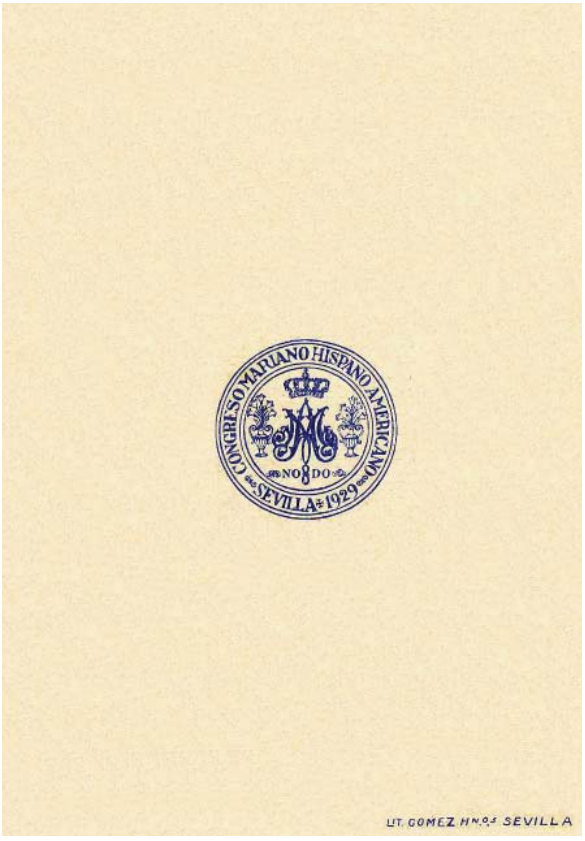
Viñeta anunciando la iluminación exterior de la Catedral



Viñeta alegórica al descubrimiento colombino



Escudo del arzobispado de Sevilla



Contracubierta

4. Suplementos monográficos

4.1. De revistas

4.1.1. Revista *La Exposición*

Esta revista, cuyos números conserva la Hemeroteca Municipal de Sevilla, se publicó entre 1908 y 1920, con una periodicidad quincenal. Está editada en rústica y la mayor parte de los números tienen entre 15 y 30 páginas, que no están numeradas. Aunque no llegó a publicarse durante los años en los que se celebró la Exposición Ibero Americana, ofrecen el testimonio de sus primeros pasos, cuando aún llevaba el nombre de "Hispano Americana".

El tamaño de la revista es de 217 mm. de ancho por 315 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea una letra de fuente romana, con un tamaño de 10 puntos, e interlineado de 11 puntos pica. Se maqueta a dos columnas, con un medianil de 8 mm.

Las cinco primeras páginas, tras la cubierta, se destinan a publicidad. Los anuncios son tipográficos, en su mayor parte, y se disponen en recuadros, compuestos con una o dos líneas, o con orlas decorativas que, en general, son sencillas. Encontramos algunos anuncios más elaborados como el de Harina Lacteada Nestlé, que incluye un texto de publicidad y se ilustra con un dibujo de la lata del producto, sobre el que una cigüeña acoge entre sus patas a un bebé. También el anuncio del bodeguero jerezano Sánchez Romate emplea un cartel como anuncio. En este caso no lleva texto.

La portada de la revista la ocupa una viñeta que, generalmente, representa el busto de una mujer con los brazos abiertos que muestra una estrecha banda de tela en la que se lee el nombre de la revista: *La Exposición*. Debajo de la misma se dispone el subtítulo: "Revista Ilustrada de Sevilla". En ocasiones, la viñeta se sustituye con alguna otra imagen de





Diferentes portadas con viñetas con el nombre de la revista



Portada con otra viñeta

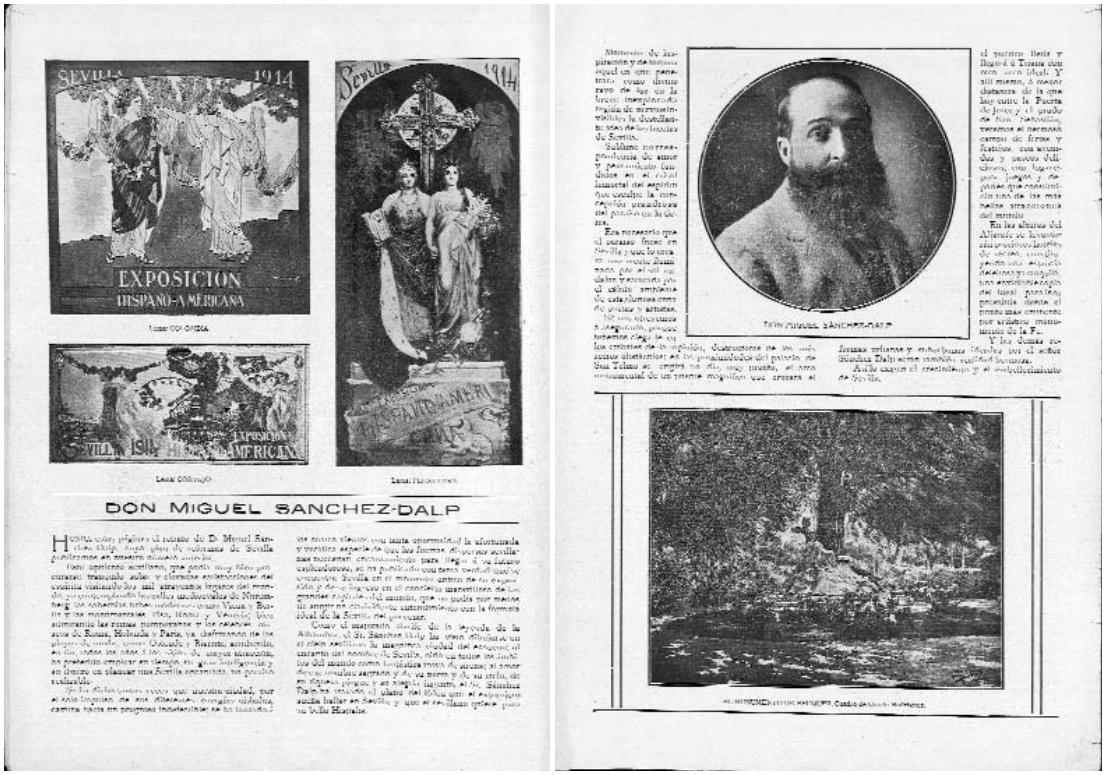


Portada con algunos carteles presentados al concurso

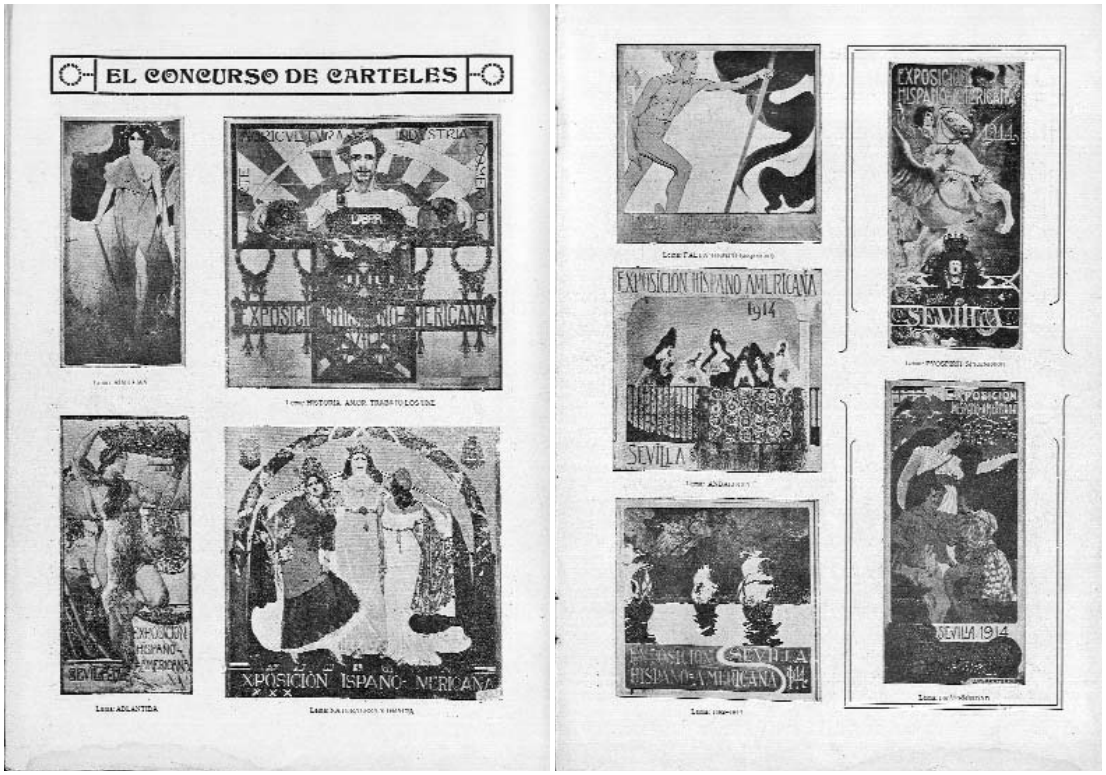
corte costumbrista o de inspiración mitológica. La mancheta se compone entre dos filetes, debajo de la viñeta, mostrando los nombres del director gerente y de los directores de la secciones literaria y gráfica. El primer titular, "Hacia la Exposición", se repite en todos los números, con diversas tipografías, algunas de ellas con los trazos decorados.

La mayor parte de las páginas llevan orlas, algunas decoradas con pequeñas gracias tipográficas y otras con motivos vegetales, propios del modernismo. También las fotografías y los encabezamientos de los artículos llevan sus propios recuadros o filetes decorativos.

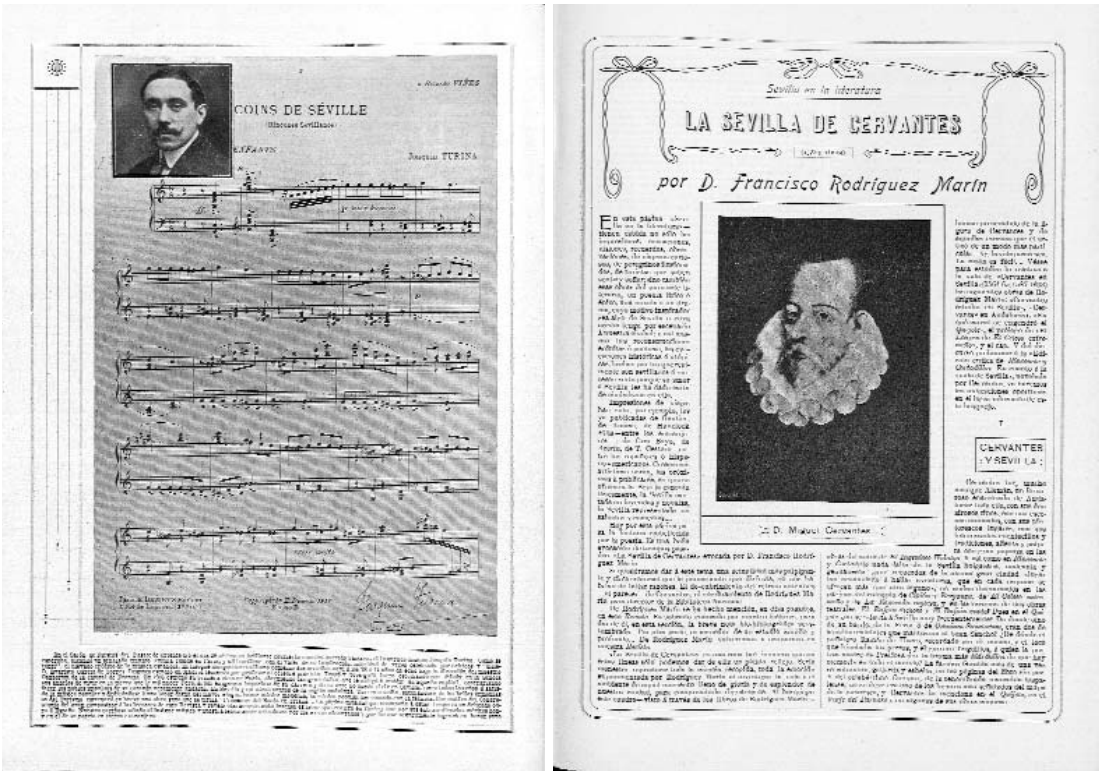
La revista *La Exposición* reprodujo en los cinco números publicados entre junio y julio de 1912, los 24 carteles que se presentaron al concurso convocado para elegir el que debía anunciar la Exposición Hispano Americana de 1914. El primer y el segundo premio se declararon desiertos y se otorgó el tercer premio al que llevaba el lema "Cortejo".



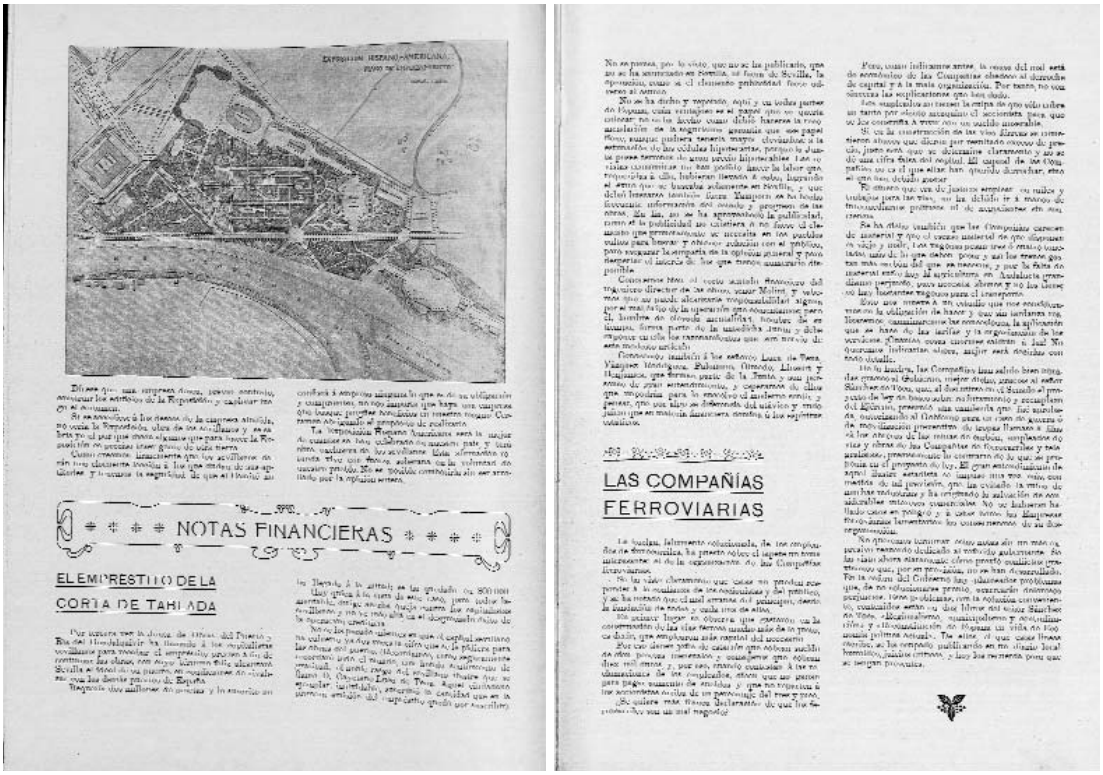
Doble página con algunos carteles presentados al concurso y artículo sobre Miguel Sánchez-Dalp



Doble página con algunos carteles presentados al concurso



Doble página decorada con orlas de motivos geométricos y vegetales



Maquetación a dos columnas y decoración con orlas y motivos tipográficos



Disposición de fotografía vertical y decoración con orlas



Una de las cinco páginas de publicidad anteriores a la portada



Anuncio Harina Lacteada Nestlé



Anuncio Antonio Sánchez-Romate

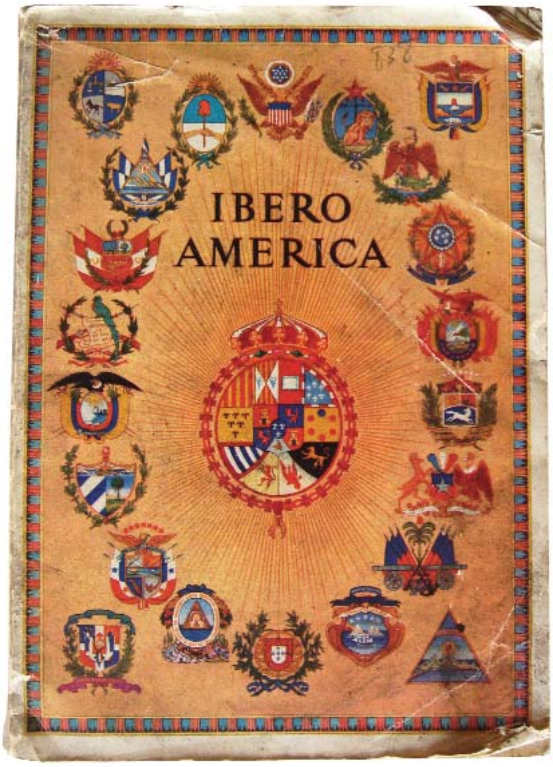
4.1.2. Álbum dedicado a la Exposición Ibero Americana de Sevilla y a la Exposición Internacional de Barcelona

Se trata de un catálogo de 136 páginas editado en rústica con la cubierta de cartón encolada en el lomo. Su tamaño es de 220 mm. de ancho por 290 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 13 puntos pica. Según se lee en la portada, se editó en Estados Unidos en idiomas inglés y español como suplemento de la *Revista de Comunicaciones Internacionales*, que publicaba trimestralmente la International Telephone and Telegraph Corporation.

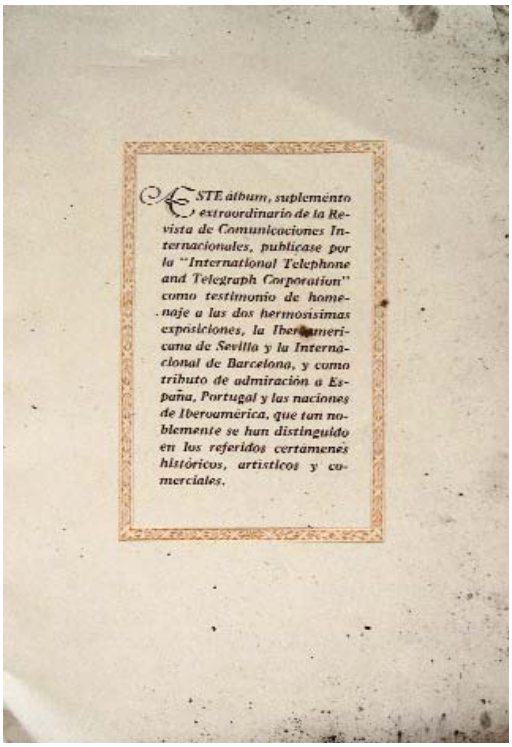
En la cubierta, sobre un fondo anaranjado, se muestra el escudo de España, y a su alrededor, formando un óvalo, se disponen los escudos de los países participantes en ambos certámenes, encabezados por el de Estados Unidos de América. A la manera del sol, el emblema español se ha representado de manera circular, y de su circunferencia emanan infinidad de rayos que se dirigen a las representaciones del resto de los países,

Cuatro de los escudos quedan fuera de la estructura y ocupan el interior de las cuatro esquinas de la orla. Ésta se compone con dos franjas estrechas de color amarillo. Entre ellas se dispone, en toda su extensión, una secuencia alterna de dos pequeñas piezas, una de color naranja y la otra azul.

En el envés de la cubierta y en la impar de la página de respeto aparece una ilustración dibujada en un tono anaranjado. El dibujo está enmarcado y por encima del marco inferior está recuadrada la leyenda: "Sevilla MCMXXIX", empleando capitulares con una fuente romana. El cuadro muestra en su mitad derecha la plaza de España de Sevilla, sobre la que se despliegan las banderas de los países participantes.



Cubierta



ESTE álbum, suplemento extraordinario de la Revista de Comunicaciones Internacionales, publícase por la "International Telephone and Telegraph Corporation" como testimonio de homenaje a las dos hermosísimas exposiciones, la Iberoamericana de Sevilla y la Internacional de Barcelona, y como tributo de admiración a España, Portugal y las naciones de Iberoamérica, que tan noblemente se han distinguido en los referidos certámenes históricos, artísticos y comerciales.

Página que explica el contenido del álbum



Envés de la cubierta

Esta misma ilustración se repite en la última página de respeto y en el envés de la contracubierta, aunque en este caso la leyenda sustituye la palabra "Sevilla" por "Barcelona". Hemos hallado una peculiar errata gráfica. Curiosamente –probablemente porque lo haría un artista norteamericano mal documentado–, el monumento a Colón que se dibuja en la mitad izquierda no es el de Barcelona sino el de la Plaza de Colón de Madrid.

La siguiente página impar explica en una columna el contenido del álbum. La caja se enmarca con una orla de color naranja adornada con un motivo vegetal. Se elige una cursiva con una primera capitular decorativa de tamaño mayor, ocupando las dos primeras líneas de texto.

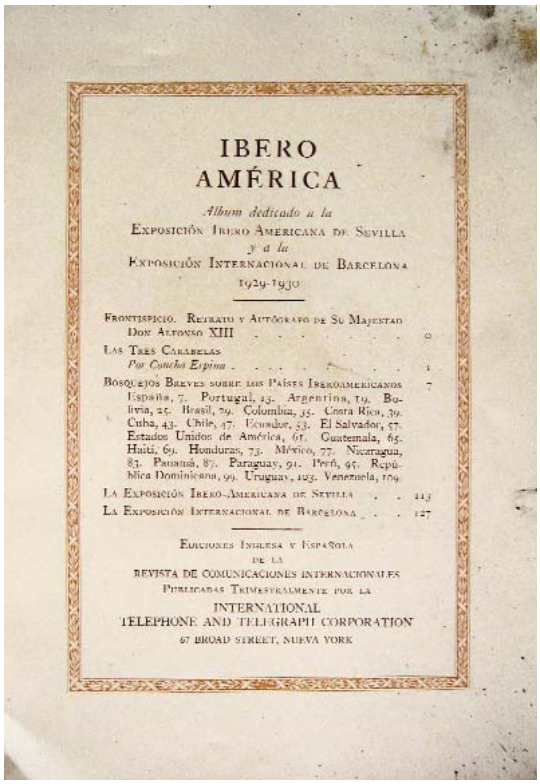
Para los créditos de la portada se emplea la misma orla, y se elige un tipo de fuente romana. El título, en mayúscula, se justifica al centro de la caja y se parte en dos líneas: "Ibero" en la primera; "América" en la segunda. El texto se distribuye en tres bloques que se separan por dos filetes. La misma orla, aunque rematada por una corona, se emplea en la siguiente página par, que la ocupa la fotografía y la dedicatoria del rey Alfonso XIII.

Las cinco páginas siguientes se destinan a un artículo de Concha Espina, que se enmarca con la misma orla, ya sin coronar. Este texto se maqueta a una sola columna con un tipo en cursiva. La primera letra capitular es decorativa y ocupa la altura de las tres primeras líneas. Tipográficamente es una "N" estrecha con predominio curvilíneo, tanto en el trazo principal como en los remates. Hay fuerte contraste entre el trazo descendente, que se afila hacia abajo, y los dos ascendentes, el segundo de los cuales parte desde la mitad de su eje.

En las páginas interiores se emplea un tipo de fuente romana. Se maqueta a una columna con el título de cada capítulo en mayúscula y justificado al centro. Las fotografías horizontales se disponen, al ancho de la caja, por encima o por debajo del texto, y las verticales o bien ocupan toda la página o bien se adaptan a las columnas para que encajen.



Envés de la contracubierta



IBERO
AMÉRICA

Album dedicado a la
EXPOSICIÓN IBERO AMERICANA DE SEVILLA
y a la
EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BARCELONA
1929-1930

FRONTISPICIO. RETRATO Y AUTÓGRAFO DE SU MAJESTAD DON ALFONSO XIII 6
LAS TRES CARABELAS
Por Concha Espina 1
BOSQUEJOS BREVES SOBRE LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS España, 7. Portugal, 23. Argentina, 19. Bolivia, 25. Brasil, 29. Colombia, 35. Costa Rica, 39. Cuba, 43. Chile, 47. Ecuador, 53. El Salvador, 57. Estados Unidos de América, 61. Guatemala, 65. Haití, 69. Honduras, 73. México, 77. Nicaragua, 83. Panamá, 87. Paraguay, 91. Perú, 95. República Dominicana, 99. Uruguay, 103. Venezuela, 109.
LA EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA DE SEVILLA . . . 113
LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BARCELONA . . . 127

EDICIONES INGLESA Y ESPAÑOLA
DE LA
REVISTA DE COMUNICACIONES INTERNACIONALES
PUBLICADAS TRIMESTRALMENTE POR LA
INTERNATIONAL
TELEPHONE AND TELEGRAPH CORPORATION
67 BROAD STREET, NUEVA YORK

Página de créditos

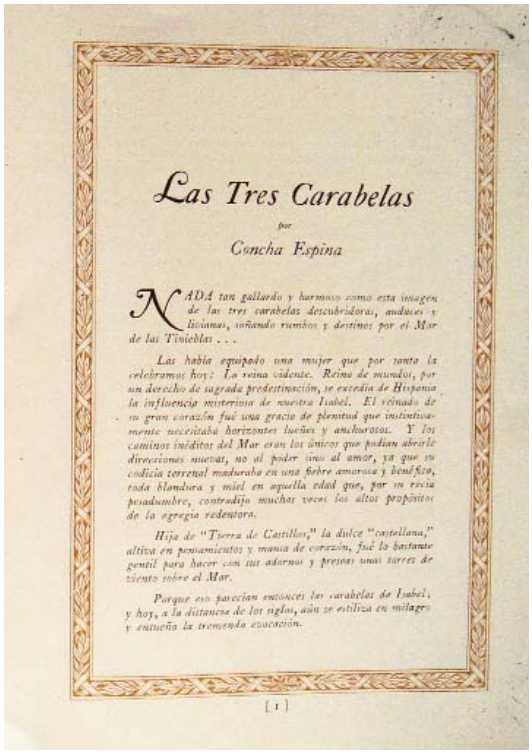


Fotografía y dedicatoria del Rey Alfonso XIII

La primera página dedicada a cada país comienza con una fotografía apaisada del lugar. A continuación, centrado en la página el título en mayúscula y con letra romana. Después de un pequeño espacio se citan, en una fuente más pequeña, los datos característicos de cada país. Finalmente, encontramos una capitular romana que ocupa las tres primeras líneas del párrafo. Las dos primeras palabras se escriben en caja alta y el resto se compone con el texto en caja baja. En la página par, situada al lado del comienzo de cada capítulo, se coloca una fotografía del lugar, a toda página y enmarcada con una orla compuesta por una secuencia de piezas geométricas. En otros casos las orlas se sustituyen por una secuencia de pequeñas uñas tipográficas que se extienden a lo largo de todo el interior del marco.

La composición de las fotografías en la maquetación de esta guía es por lo general muy simétrica, compensando el peso generado en una página, con la colocación similar de otra fotografía en la página contraria.

Una vez descritos los diferentes países que intervienen en las Exposiciones de Sevilla y Barcelona, este suplemento habla de cada Exposición en particular. Empieza esta sección con un artículo introductorio sobre las dos Exposiciones. Comienza con una capitular perfilada en cursiva de trazos modificados que ocupa las tres primeras líneas del párrafo. El texto se recuadra con una orla puntillada. Las páginas que le siguen tienen una maquetación prácticamente igual al resto del suplemento, variando únicamente la forma de maquetar las fotografías, ya que en este caso todas las imágenes se sitúan dentro de una orla de carácter geométrico. En el centro de la contracubierta aparece el símbolo del impresor, circular y de color amarillo.



Las Tres Carabelas

por

Concha Espina

NADA tan gallardo y hermoso como esta imagen de las tres carabelas descubridoras, audaces y livianas, soñando rumbos y destinos por el Mar de las Tinieblas . . .

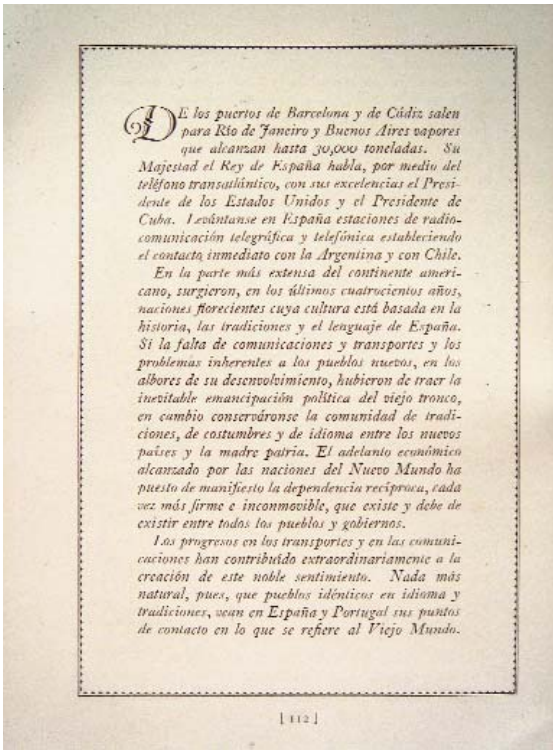
Las había equipado una mujer que por tanta la celebramos hoy: La reina vidente. Reina de mundos, por un derecho de sagrada predestinación, se excedía de Hispania la influencia misteriosa de nuestra Isabel. El reinado de su gran corazón fué una gracia de plenitud que instintivamente necesitaba horizontes lueñes y anchurosos. Y los caminos inéditos del Mar eran los únicos que podían abrirle direcciones nuevas, no el poder sino al amor, ya que su codicia terrenal maduraba en una sobre amarosa y benéfica, toda blandura y miel en aquella edad que, por su recia pesadumbre, contradijo muchas veces los altos propósitos de la egregia redentora.

Hija de "Tierra de Castillos," la dulce "castellana," altiva en pensamientos y manía de corazón, fué lo bastante gentil para hacer con sus adornos y preseas unas torres de viento sobre el Mar.

Porque eso parecían entonces las carabelas de Isabel, y hoy, a la distancia de los siglos, aún se estiliza en milagro y ensueño la tremenda evocación.

[1]

Artículo firmado por Concha Espina



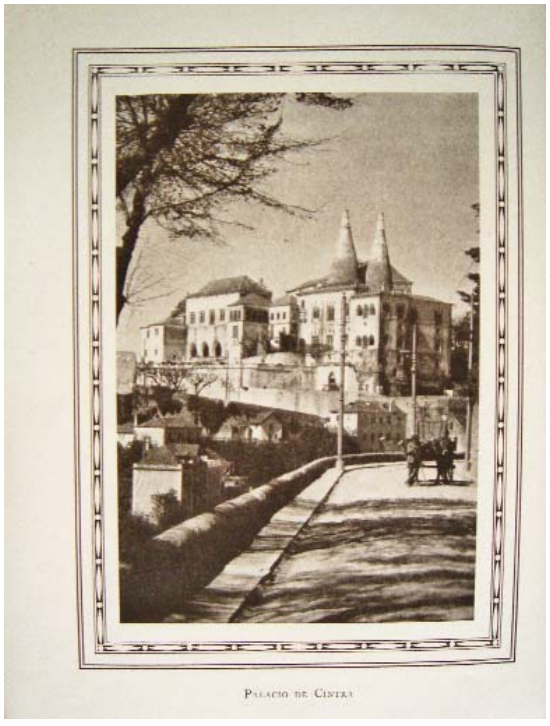
DE los puertos de Barcelona y de Cádiz salen para Río de Janeiro y Buenos Aires vapores que alcanzan hasta 30,000 toneladas. Su Majestad el Rey de España habla, por medio del teléfono transatlántico, con sus excelencias el Presidente de los Estados Unidos y el Presidente de Cuba. Levántanse en España estaciones de radiocomunicación telegráfica y telefónica estableciendo el contacto inmediato con la Argentina y con Chile.

En la parte más extensa del continente americano, surgieron, en los últimos cuatrocientos años, naciones florecientes cuya cultura está basada en la historia, las tradiciones y el lenguaje de España. Si la falta de comunicaciones y transportes y los problemas inherentes a los pueblos nuevos, en los albores de su desenvolvimiento, hubieron de traer la inevitable emancipación política del viejo tronco, en cambio conservóronse la comunidad de tradiciones, de costumbres y de idioma entre los nuevos países y la madre patria. El adelanto económico alcanzado por las naciones del Nuevo Mundo ha puesto de manifiesto la dependencia recíproca, cada vez más firme e inconmovible, que existe y debe de existir entre todos los pueblos y gobiernos.

Los progresos en los transportes y en las comunicaciones han contribuído extraordinariamente a la creación de este noble sentimiento. Nada más natural, pues, que pueblos idénticos en idioma y tradiciones, vean en España y Portugal sus puntos de contacto en lo que se refiere al Viejo Mundo.

[112]

Introducción al apartado dedicado a las Exposiciones de Sevilla y Barcelona



PALACIO DE CINTRA

Fotografía situada en página par, junto a la página introductoria del artículo de cada país



ARGENTINA

ÁREA: 1,153,119 millas cuadradas. POBLACIÓN: 10,544,687 (31 diciembre 1909). EXPORTACIONES PRINCIPALES: cueros, lana, trigo, maíz, linaza. VALOR TOTAL DE LAS EXPORTACIONES: $770,913,700 (1908). IMPORTACIONES PRINCIPALES: hilados, hierro, acero, pieles, madera natural y elaborada, herramientas, maquinaria, automóviles. VALOR TOTAL DE LAS IMPORTACIONES: $737,631,300 (1909).

LA ARGENTINA, la tierra de las pampas, fué descubierta, en 1515, por Juan Díaz de Solís, el primer explorador que penetró en el gran estuario del Río de la Plata. Después de él, llegó Magallanes, y más tarde Sebastián Cabot, que se remontó por varios miles de millas, por los ríos Uruguay y Paraná, y construyó la fortificación de Sancti-Spíritus. Finalmente, en 1535, Pedro de Mendoza, acompañado de una flota expedicionaria de catorce buques, fundó la ciudad de Buenos Aires, que más tarde debía convertirse en la capital de la República Argentina. En los doscientos años que siguieron a la fundación de Buenos Aires, el pequeño poblado fuése extendiendo tanto y haciéndose tan poderoso, que, en 1776, habíase ya convertido en asiento de un virreinato, y en 1810 proclamaba su propia independencia. Seis años más tarde, las otras provincias lograron la emancipación política, y convirtiéronse la Argentina en una república independiente, república que ocupa hoy lugar importante y principal entre las potencias políticas e industriales del mundo.

En cuanto a extensión, la Argentina es el segundo país de Iberoamérica. Su territorio cubre una extensión de unas 2,150 millas, de norte a sur, y 930 millas, de este a oeste. El país puede dividirse geográficamente

[19]

Maquetación en página impar del artículo introductorio sobre cada país



LA EXPOSICIÓN IBERO-AMERICANA DE SEVILLA

La Exposición Ibero Americana inaugurada en Sevilla el 7 de mayo de 1929, y que continuará hasta enero de 1930, ha despertado un gran interés en el resto del mundo, especialmente en las naciones de habla española y portuguesa que, en unión de España, Portugal y los Estados Unidos, fueron invitadas a enviar sus exhibiciones.

La Exposición se proyectó en 1910, principiando los trabajos en 1913. Debido a la guerra mundial la fecha tuvo que ser deferida; pero, mientras tanto, el proyecto original iba agrandándose hasta tomar las proporciones de una de las más grandes exhibiciones celebradas en Europa.

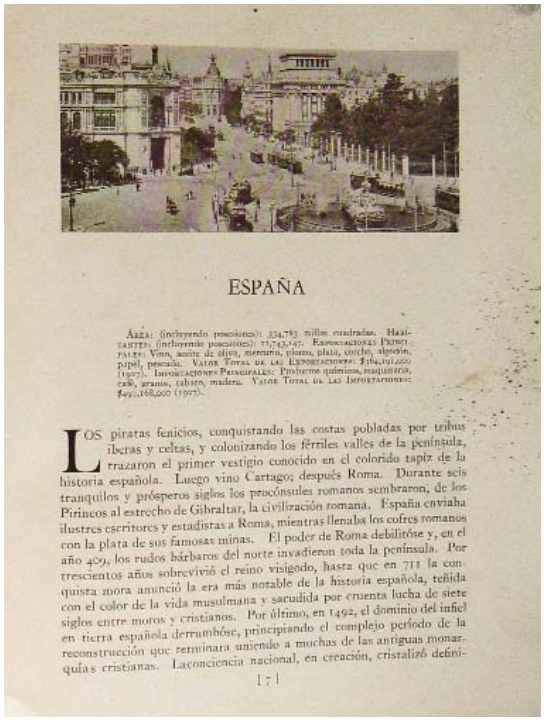
Sevilla, además de ser un centro comercial, es la ciudad más grande del sur de España. Es admirable para lugar de una Exposición Ibero Americana, puesto que es la ciudad de Europa más íntimamente ligada con el descubrimiento y colonización del Nuevo Mundo.

Colón, partiendo para su famoso viaje de descubrimiento, se dió a la

Edificio Principal de la Exposición Ibero-Americana

[113]

Maquetación del capítulo dedicado a la Exposición Ibero Americana



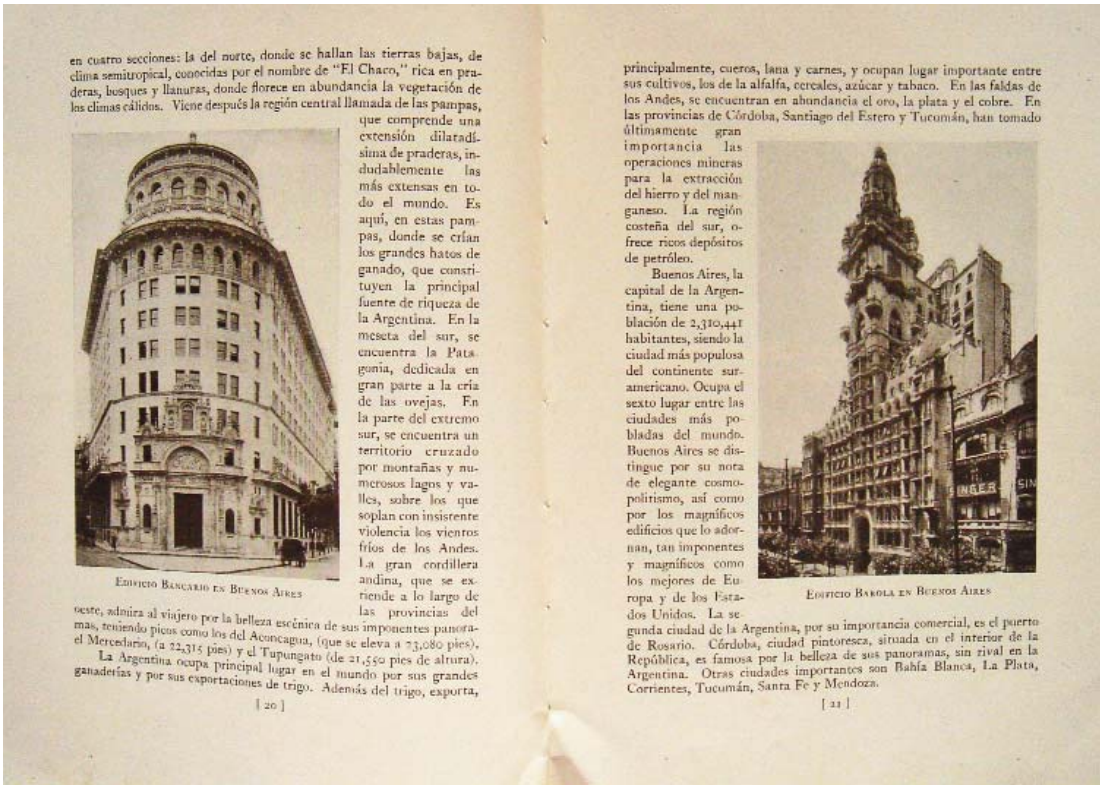
ESPAÑA

Área: (incluyendo posesiones): 334,783 millas cuadradas. Habitantes: (incluyendo posesiones): 22,743,147. Exportaciones Principales: Vino, aceite de oliva, mercurio, plomo, plata, corcho, algodón, papel, pescado. Valor Total de las Exportaciones: $154,191,000 (1927). Importaciones Principales: Productos químicos, maquinaria, café, granos, tabaco, madera. Valor Total de las Importaciones: $493,168,000 (1927).

Los piratas fenicios, conquistando las costas pobladas por tribus iberas y celtas, y colonizando los fértiles valles de la península, trazaron el primer vestigio conocido en el colorido tapiz de la historia española. Luego vino Cartago; después Roma. Durante seis tranquilos y prósperos siglos los procónsules romanos sembraron, de los Pirineos al estrecho de Gibraltar, la civilización romana. España enviaba ilustres escritores y estadistas a Roma, mientras llenaba los cofres romanos con la plata de sus famosas minas. El poder de Roma debilitóse y, en el año 409, los rudos bárbaros del norte invadieron toda la península. Por trescientos años sobrevivió el reino visigodo, hasta que en 711 la conquista mora anunció la era más notable de la historia española, teñida con el color de la vida musulmana y sacudida por cruenta lucha de siete siglos entre moros y cristianos. Por último, en 1492, el dominio del infiel en tierra española derrumbóse, principiando el complejo período de la reconstrucción que terminara uniendo a muchas de las antiguas monarquías cristianas. La conciencia nacional, en creación, cristalizó definí-

[7]

Maquetación de los artículos dedicados a cada país



en cuatro secciones: la del norte, donde se hallan las tierras bajas, de clima semitropical, conocidas por el nombre de "El Chaco," rica en praderas, bosques y llanuras, donde florece en abundancia la vegetación de los climas cálidos. Viene después la región central llamada de las pampas, que comprende una extensión dilatadísima de praderas, indudablemente las más extensas en todo el mundo. Es aquí, en estas pampas, donde se crían los grandes hatos de ganado, que constituyen la principal fuente de riqueza de la Argentina. En la meseta del sur, se encuentra la Patagonia, dedicada en gran parte a la cría de las ovejas. En la parte del extremo sur, se encuentra un territorio cruzado por montañas y numerosos lagos y valles, sobre los que soplan con insistente violencia los vientos fríos de los Andes. La gran cordillera andina, que se extiende a lo largo de las provincias del oeste, admira al viajero por la belleza escénica de sus imponentes panoramas, teniendo picos como los del Aconcagua, (que se eleva a 23,080 pies), el Mercedario, (a 22,315 pies) y el Tupungato (de 21,550 pies de altura).

La Argentina ocupa principal lugar en el mundo por sus grandes ganaderías y por sus exportaciones de trigo. Además del trigo, exporta,

Edificio Bancario en Buenos Aires

[20]

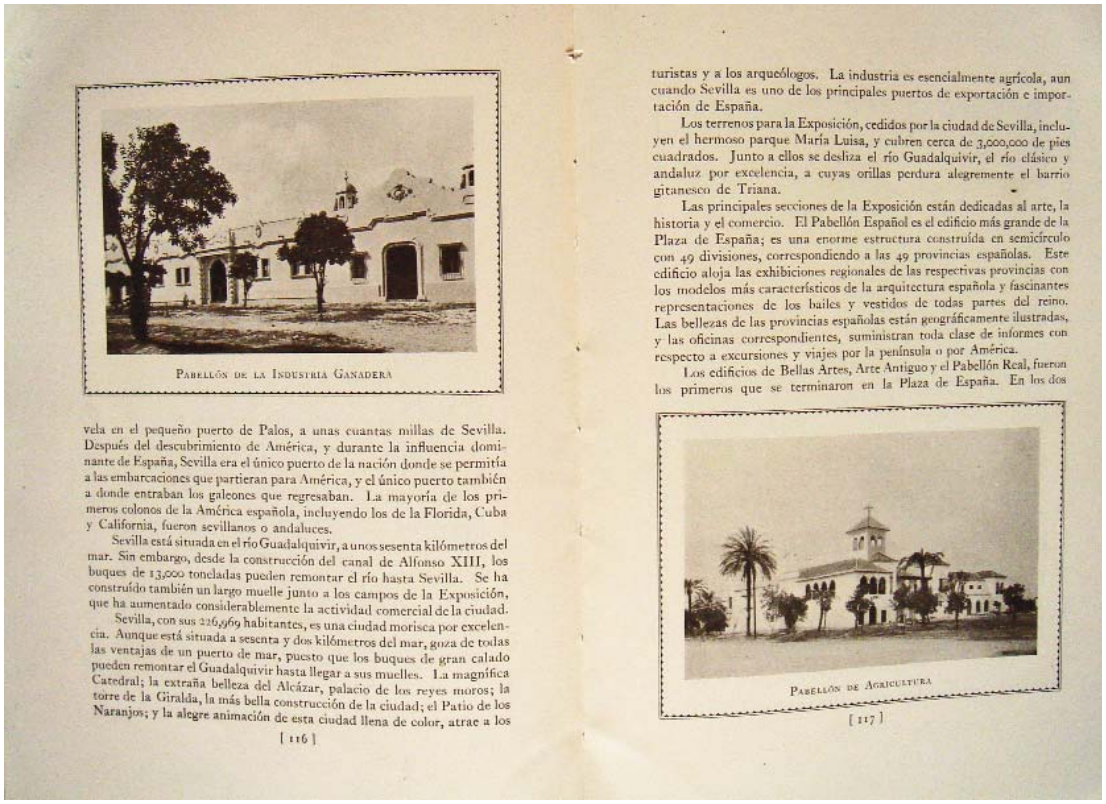
principalmente, cueros, lana y carnes, y ocupan lugar importante entre sus cultivos, los de la alfalfa, cereales, azúcar y tabaco. En las faldas de los Andes, se encuentran en abundancia el oro, la plata y el cobre. En las provincias de Córdoba, Santiago del Estero y Tucumán, han tomado últimamente gran importancia las operaciones mineras para la extracción del hierro y del manganeso. La región costeña del sur, ofrece ricos depósitos de petróleo.

Buenos Aires, la capital de la Argentina, tiene una población de 2,310,441 habitantes, siendo la ciudad más populosa del continente sur-americano. Ocupa el sexto lugar entre las ciudades más pobladas del mundo. Buenos Aires se distingue por su nota de elegante cosmopolitismo, así como por los magníficos edificios que lo adornan, tan imponentes y magníficos como los mejores de Europa y de los Estados Unidos. La segunda ciudad de la Argentina, por su importancia comercial, es el puerto de Rosario. Córdoba, ciudad pintoresca, situada en el interior de la República, es famosa por la belleza de sus panoramas, sin rival en la Argentina. Otras ciudades importantes son Bahía Blanca, La Plata, Corrientes, Tucumán, Santa Fe y Mendoza.

Edificio Barola en Buenos Aires

[21]

Maqueta a doble página con fotografías colocadas de forma simétrica



Pabellón de la Industria Ganadera

vela en el pequeño puerto de Palos, a unas cuantas millas de Sevilla. Después del descubrimiento de América, y durante la influencia dominante de España, Sevilla era el único puerto de la nación donde se permitía a las embarcaciones que partieran para América, y el único puerto también a donde entraban los galeones que regresaban. La mayoría de los primeros colonos de la América española, incluyendo los de la Florida, Cuba y California, fueron sevillanos o andaluces.

Sevilla está situada en el río Guadalquivir, a unos sesenta kilómetros del mar. Sin embargo, desde la construcción del canal de Alfonso XIII, los buques de 13,000 toneladas pueden remontar el río hasta Sevilla. Se ha construído también un largo muelle junto a los campos de la Exposición, que ha aumentado considerablemente la actividad comercial de la ciudad.

Sevilla, con sus 226,969 habitantes, es una ciudad morisca por excelencia. Aunque está situada a sesenta y dos kilómetros del mar, goza de todas las ventajas de un puerto de mar, puesto que los buques de gran calado pueden remontar el Guadalquivir hasta llegar a sus muelles. La magnífica Catedral; la extraña belleza del Alcázar, palacio de los reyes moros; la torre de la Giralda, la más bella construcción de la ciudad; el Patio de los Naranjos; y la alegre animación de esta ciudad llena de color, atrae a los

[116]

turistas y a los arqueólogos. La industria es esencialmente agrícola, aun cuando Sevilla es uno de los principales puertos de exportación e importación de España.

Los terrenos para la Exposición, cedidos por la ciudad de Sevilla, incluyen el hermoso parque María Luisa, y cubren cerca de 3,000,000 de pies cuadrados. Junto a ellos se desliza el río Guadalquivir, el río clásico y andaluz por excelencia, a cuyas orillas perdura alegremente el barrio gitanesco de Triana.

Las principales secciones de la Exposición están dedicadas al arte, la historia y el comercio. El Pabellón Español es el edificio más grande de la Plaza de España; es una enorme estructura construída en semicírculo con 49 divisiones, correspondiendo a las 49 provincias españolas. Este edificio aloja las exhibiciones regionales de las respectivas provincias con los modelos más característicos de la arquitectura española y fascinantes representaciones de los bailes y vestidos de todas partes del reino. Las bellezas de las provincias españolas están geográficamente ilustradas, y las oficinas correspondientes, suministran toda clase de informes con respecto a excursiones y viajes por la península o por América.

Los edificios de Bellas Artes, Arte Antiguo y el Pabellón Real, fueron los primeros que se terminaron en la Plaza de España. En los dos

Pabellón de Agricultura

[117]

Maquetación de las fotografías en la parte dedicada a las Exposiciones



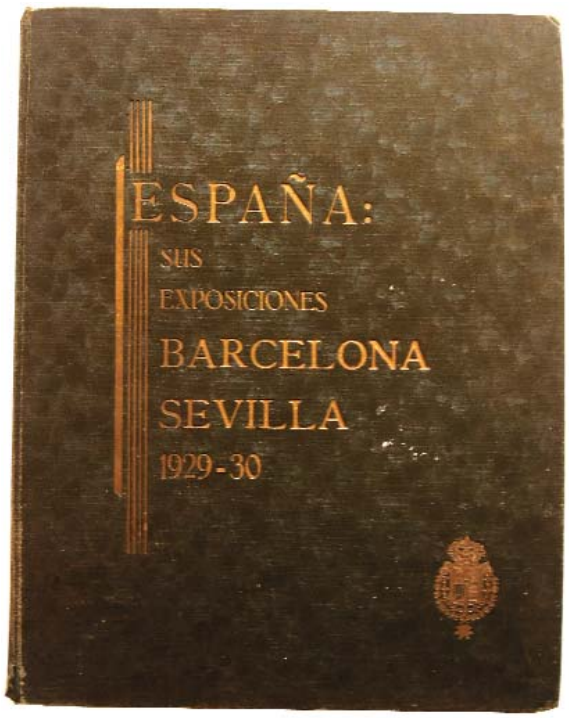
Contracubierta

4.1.3. Suplemento de la revista *Laboratorio*: "España. Sus Exposiciones: Barcelona Sevilla. 1929-1930"

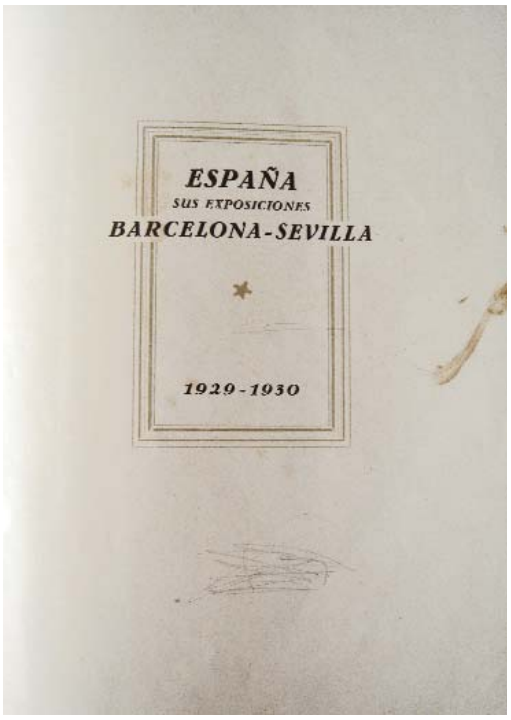
Este suplemento de la revista *Laboratorio* está editado por la imprenta barcelonesa Borrás como un catálogo de 256 páginas cosidas y con las tapas encoladas en el lomo. Las tapas son duras y están forradas en tela de color verde. Su tamaño es de 220 mm. de ancho por 290 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 10 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica y un medianil de 5 mm. Las páginas dedicadas a la Exposición Ibero Americana se extienden de la 161 a la 242. Las previas se destinan a analizar la Exposición de Barcelona.

El esquema es similar al del resto de los catálogos. En las primeras páginas habla de la historia y los monumentos de Sevilla, y en las siguientes de la historia de la Exposición y menciona, de uno en uno, los principales pabellones, detallando sus contenidos y mostrando abundante material fotográfico. La publicidad se incluye de forma independiente al texto del catálogo, en páginas impares. En la mayor parte de los casos las páginas comerciales se reparten en dos o en tres anuncios, y también en la mayoría de los casos el diseño es escaso. Se maquetan sobre fondo verde y son meros tarjetones con marco u orla decorativa, con el logotipo o símbolo de la empresa anunciante y, en unas pocas líneas, el nombre y las señas.

Este suplemento está editado como un libro de tapas duras. Las letras tienen una fuente de tipo romano. Apenas muestra en seis líneas de color dorado el título en mayúsculas, con la primera línea de mayor tamaño que el resto; y la cuarta y quinta mayores que la sexta, y ésta que la segunda y tercera. El párrafo se maqueta a la francesa, sangrando todas las líneas a la derecha de los corondeles, menos la primera, que trunca tres de las cuatro líneas, las más estrechas e interiores. El ángulo inferior derecho se reserva para el escudo de España. Ni el lomo ni la contracubierta recogen ilustraciones ni letras. El libro lleva



Cubierta



Portada





Primera y segunda página dedicadas al prólogo y maquetadas a una columna

guardas estampadas en color verde con fondo marfil donde se muestra una secuencia de pequeños círculos concéntricos. Lleva hoja de cortesía. La portada muestra en un marco en el centro el título en mayúsculas y cursivas en tres líneas. Por debajo muestra una pequeña gracia tipográfica en forma de estrella, y en la orilla inferior del recuadro la fecha en la que se celebraron las Exposiciones.

Todas las páginas llevan un fino marco decorativo compuesto por una secuencia de pequeñas gracias tipográficas, es de color rojo en las páginas de introducción y en las dedicadas a Barcelona y verde en las dedicadas a Sevilla. La primera y segunda páginas de texto sirven de prólogo y se maquetan a una columna. La primera lleva como encabezamiento una orla recargada de pámpanos, con una cabeza de querubín en el centro. El título se dispone en cuatro líneas, con letras mayúsculas con una fuente romana. La primera es de mayor tamaño y va en negrita. El subtítulo va en cursiva. Entre título y subtítulo se incluye un pequeño asterisco de color rojo. El párrafo es ordinario y se elige un tipo de letra romana. La primera capitular está decorada ocupando la altura de las seis primeras líneas del párrafo. Está tintada en rojo y la decoración, de inspiración vegetal, no lleva marco. En la página par se incluye al final del texto una pequeña viñeta con una carabela de color gris.

La siguiente página impar se destina a la fotografía de honor del rey Alfonso XIII. Lleva por debajo una dedicatoria manuscrita y por encima la corona real en color gris. La composición se enmarca con una ancha orla gris de volutas sobre una superficie de cuadrículas.

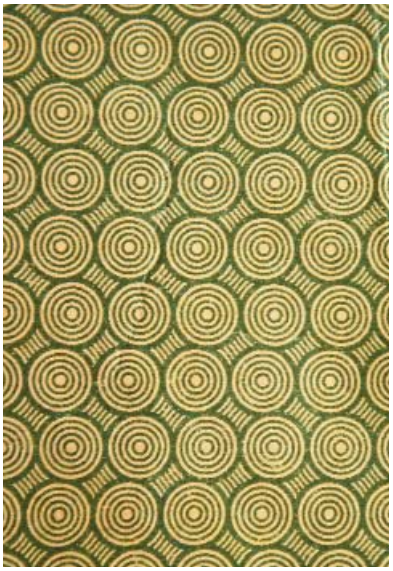
El texto principal se maqueta a dos columnas con una fuente de letra romana. Los títulos van en mayúscula y en negrita, justificados al centro de la página. La primera letra mayúscula es una capitular de trazos exagerados y de color rojo, que ocupa la altura de las dos primeras líneas. Se adorna con un trazo fino paralelo al asta principal. Los subtítulos



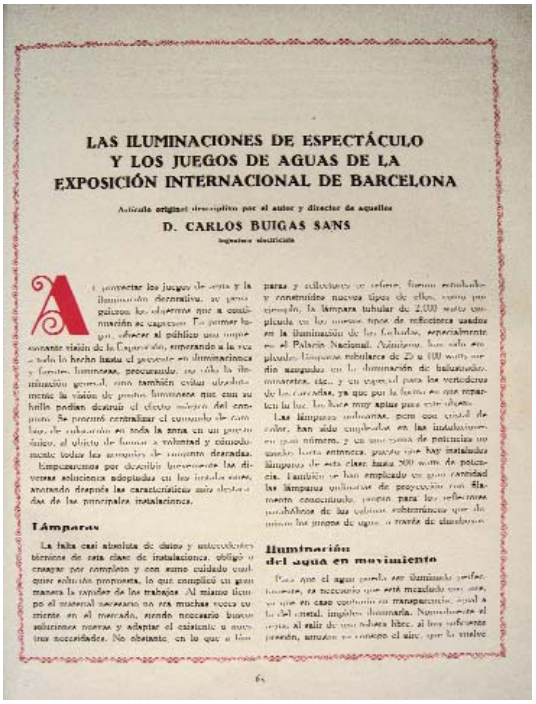
Página con el retrato del Rey Alfonso XIII



Viñeta decorativa



Estampación de las guardas



LAS ILUMINACIONES DE ESPECTÁCULO
Y LOS JUEGOS DE AGUAS DE LA
EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BARCELONA

Artículo original descriptivo por el autor y director de aquellos

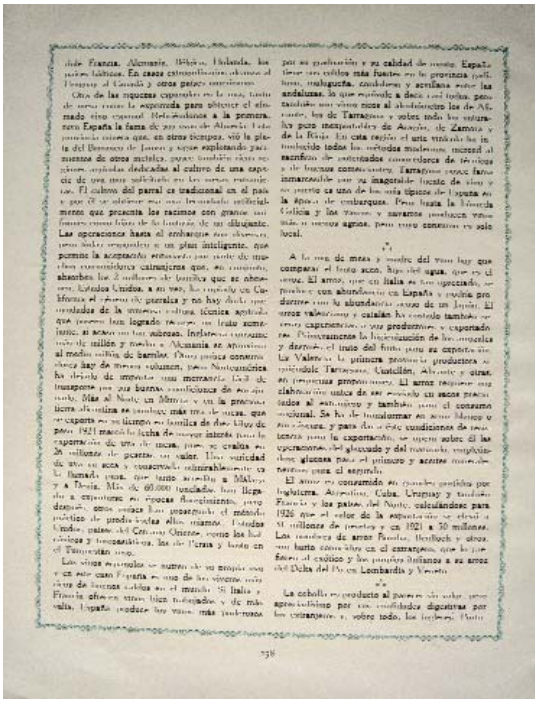
D. CARLOS BUIGAS SANS

Ingeniero electricista

Lámparas

Iluminación del agua en movimiento

Texto principal maquetado a dos columnas



Asteriscos decorativos entre párrafos

van en negrita, con la primera letra en mayúscula. Son de tamaño algo mayor que el texto principal y se encajan alineadas a la izquierda de la columna. Entre algunos párrafos se incluyen asteriscos, como pequeñas gracias tipográficas. También hay viñetas de tamaño reducido al final de algunos capítulos. Las fotografías se maquetan tanto por encima como por debajo de las columnas de texto como a mitad de página, segmentando las columnas. Respetan el ancho de la columna si son verticales, o bien rompen la continuidad del texto si son horizontales. Todas ellas tienen pies explicativos, en un cuerpo algo menor que el del texto principal.

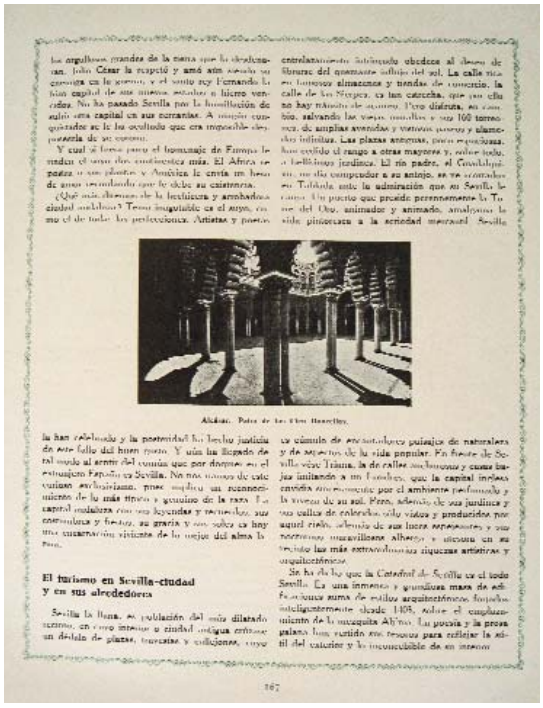
Otra peculiaridad que presenta la maquetación de este suplemento, es que inserta varias páginas de cartulina gris que llevan encoladas unas láminas con grabados de las ciudades de Sevilla y Barcelona, y el cartel de la Exposición de Barcelona. Curiosamente, no se encuentra el cartel de la Exposición de Sevilla.

También hemos de destacar los diferentes elementos gráficos, de inspiración floral y geométrica, que utiliza esta publicación como colofón de algunos finales de página.

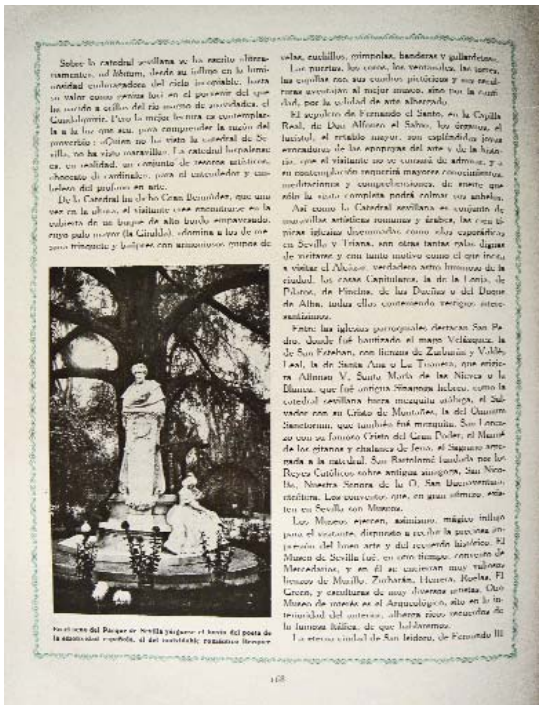
En cuanto a los anuncios, ya decíamos al principio que la mayor parte de ellos son tarjetones, que en número de dos, tres, o cuatro reparten la página comercial. En algunos de ellos se incluye alguna fotografía ilustrativa de la empresa o del producto anunciado.

El anuncio de la empresa La Maquinista Terrestre y Marítima es singular, al componerse como un artículo periodístico a dos columnas, que encabeza con una fotografía ilustrativa.

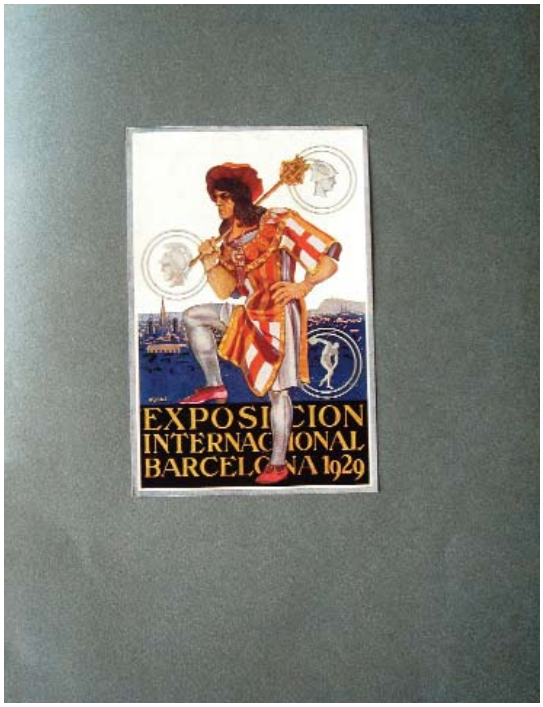
Es también muy llamativo el encarte de anuncio que incluye la imprenta Borrás, responsable de todo el suplemento. Sobre una cartulina de color marfil incluye una estampa muy decorada, en el estilo que había recuperado William Morris y la imprenta Kelmscott



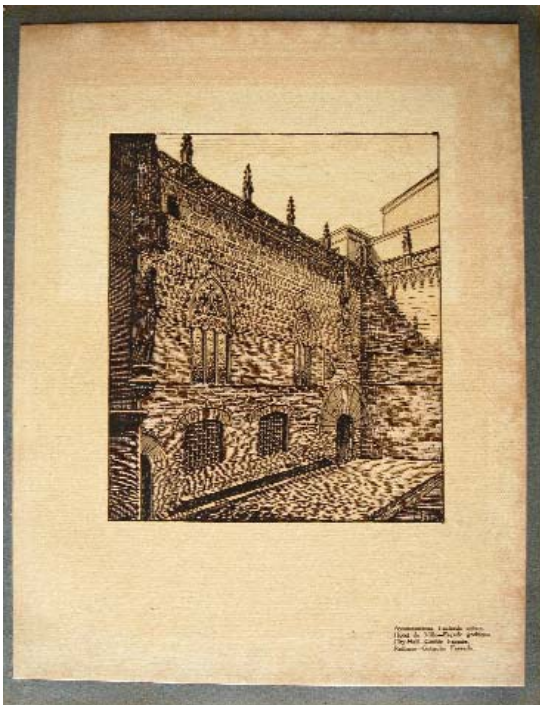
Maquetación de fotografía en horizontal



Maquetación de fotografía en vertical



Reproducción del cartel de la Exposición de Barcelona sobre cartulina gris

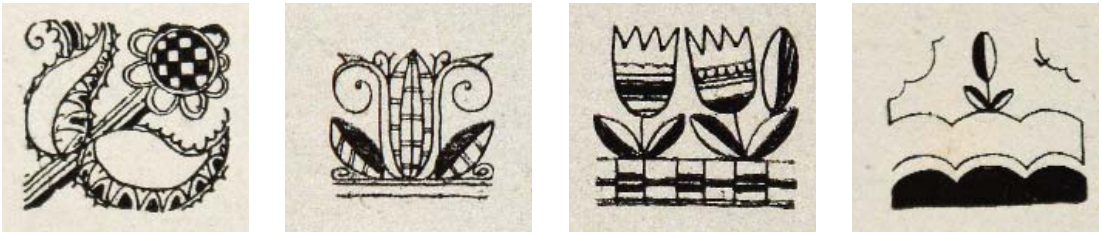


Grabado sobre cartulina gris

a finales del siglo XIX. En 1929 este estilo de reminiscencias góticas en las fuentes de letra, orlas muy decoradas, capitulares iniciales historiadas adornadas, y recargados ornamentos vegetales, estaban ya muy pasados de moda.

En el dorso del anuncio incluye una llamada a 20 líneas en la que se invita a establecer contacto con la imprenta. La composición emplea letras de palo seco en mayúscula, y el número de teléfono se enmarca en color azul y se señala con una flecha.

El tarjetón de anuncio de la empresa Ramón Puigarnau lleva una ilustración muy *Déco*, con un dios Mercurio trasladando con sus manos dos barcos que se prenden de sendos hilos. La modernidad la encontramos en rasgos concretos de la composición: la perspectiva frontal de los barcos, y su propio trazo resuelto a tinta en pocas líneas; el tratamiento del mar, con angulaciones negras y blancas sobre el fondo negro; y el propio personaje principal que revela fortaleza y una actitud dinámica.



Viñetas con motivos de inspiración vegetal

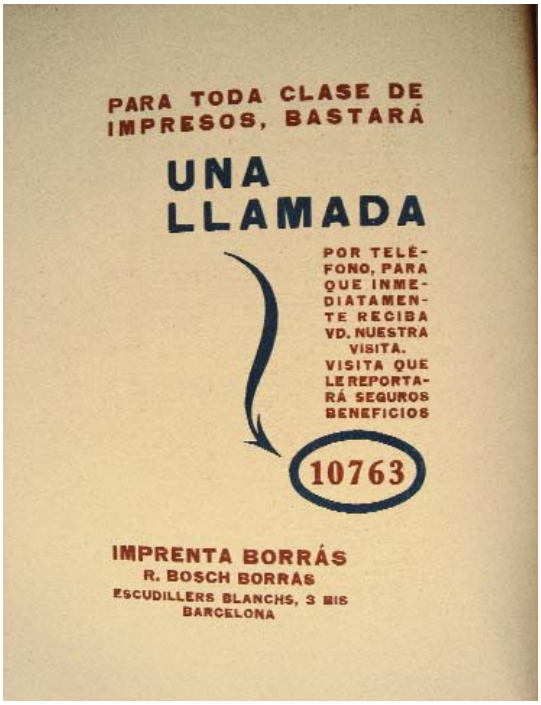


Anuncio de Maquinista Terrestre y Marítima



Anuncio de Ramón Puigarnau





Anuncios de la imprenta Borrás, editora del suplemento

4.1.4. Suplemento de la revista *Blanco y Negro*

La revista se publicó el 5 de mayo de 1929. Tiene 36 páginas en blanco y negro y están unidas por grapas. Las últimas cuatro páginas, destinadas a los parques sevillanos, tienen mayor gramaje que el resto. Su tamaño es de 163 mm. de ancho por 240 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 9 puntos pica y un medianil de 3 mm.

La cubierta se ocupa en su mitad superior con la mancheta de la revista y por debajo con una fotografía de la plaza de España, sobre la que se solapa en su ángulo inferior derecho el dibujo del escudo de la ciudad de Sevilla. En la mitad inferior se compone la leyenda en cuatro líneas: "Sevilla. Exposición Ibero Americana". Las dos últimas líneas van en caja alta y en las dos primeras sólo se emplea la mayúscula para la primera letra. Emplea una fuente de letra romana decorada en sus trazos. La primera "S" extiende el trazo en forma de serpentina hasta ocupar parte del escudo en su tramo superior. En general, se exageran y deforman los remates y las astas, al punto que el asta inferior de la "E" de la palabra "Exposición" sirve como subrayado de la misma. Las astas transversales se alargan de forma curvilínea más allá de sus trazos de corte, no se cierran algunos anillos y la anchura y altura de las letras no son regulares. El asta descendente de la "R", en las dos últimas líneas se alarga hasta ocupar el espacio inferior de la letra siguiente, acortando la altura de las letras invadidas.

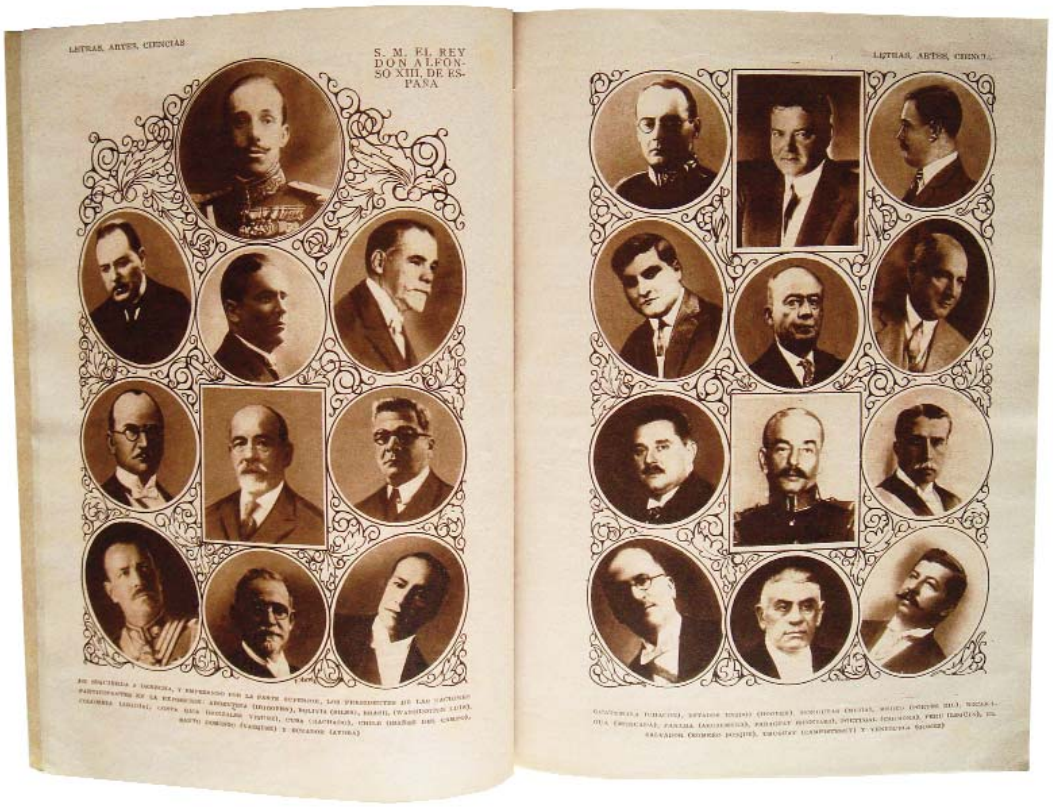
Nos llama la atención que en el especial que la revista *Blanco y Negro* dedicó a la Exposición Internacional de Barcelona, se utilizara el cartel oficial, mientras que el cartel que realizara Bacarisas para la Exposicición Ibero Americana de Sevilla no aparece en prácticamente ninguno de los especiales, folletos y catálogos analizados en esta investigación.



Cubierta del *Blanco y Negro* dedicado a la Exposición Internacional de Barcelona



Cubierta del *Blanco y Negro* dedicado a la Exposición Ibero Americana



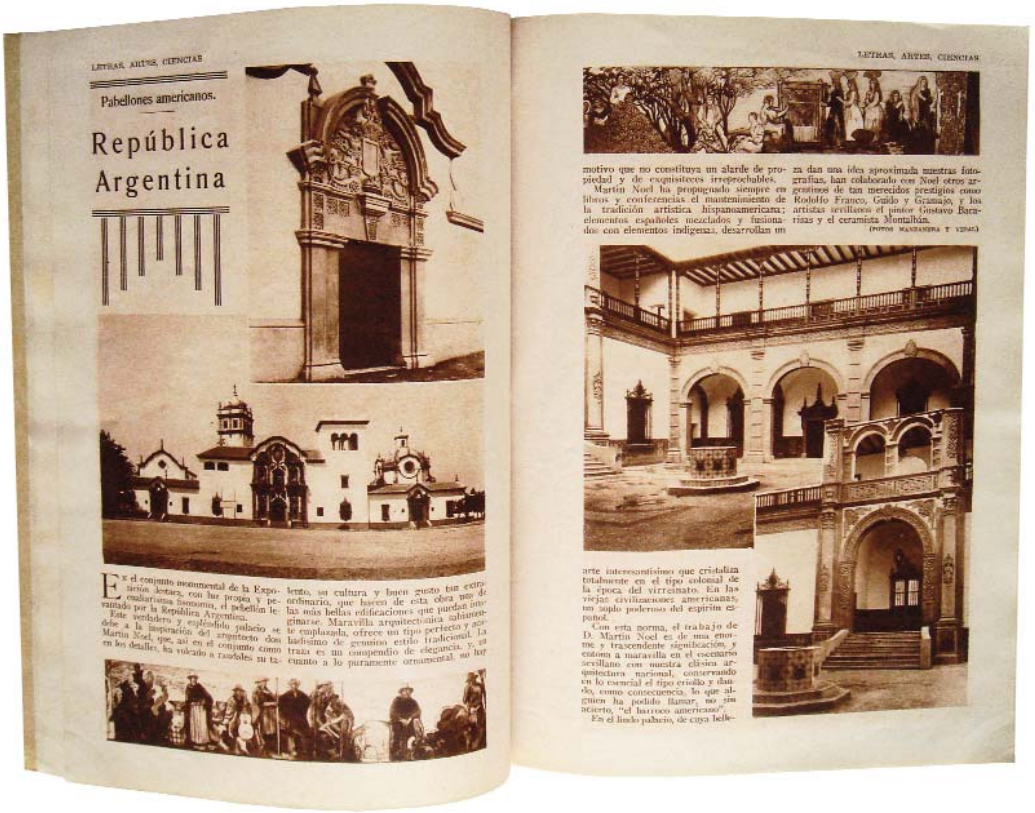
Serie de retratos ilustres, encabezados por el del Rey

Las dos páginas que siguen a la cubierta las ocupan las fotografías de honor, con los jefes de Estado de los países participantes en la Exposición, encabezadas por la del rey Alfonso XIII. Entre ellas se colocan latiguillos formando ornamentos de inspiración vegetal.

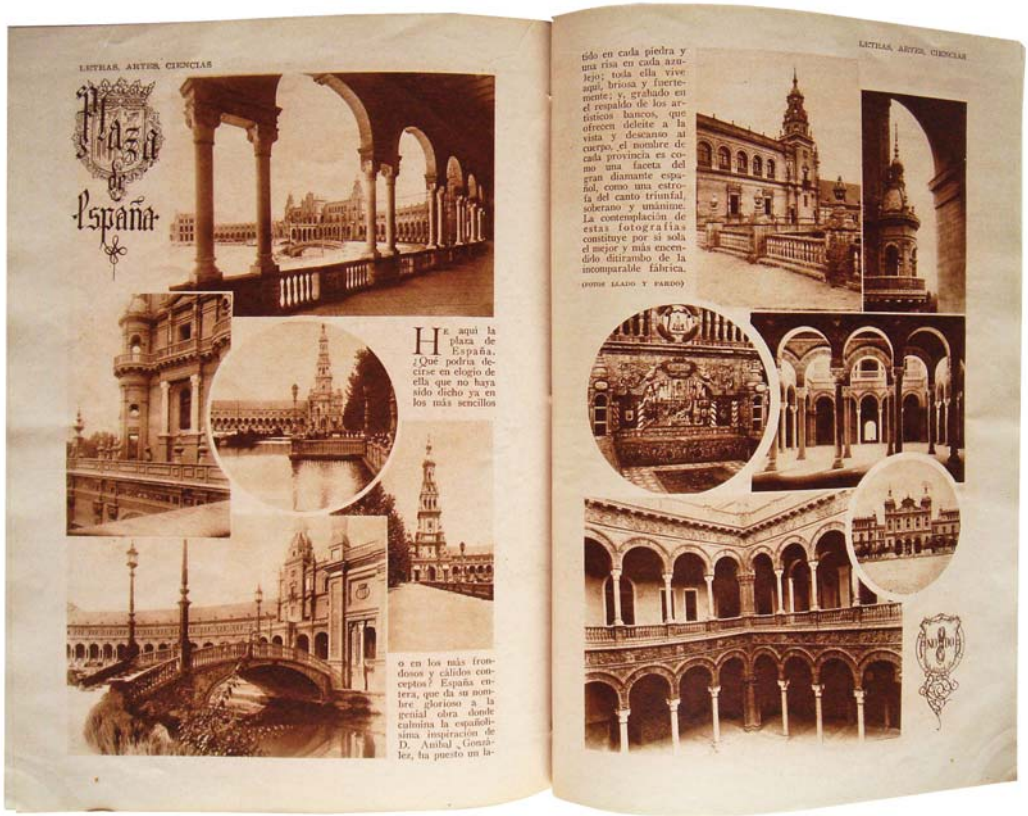
Aunque la revista se maqueta a dos columnas, la mayor parte de las planas se ocupan con fotografías, lo que obliga a adaptar las cajas de texto, tanto en anchura como en longitud. Cada artículo se dedica a un pabellón, detallando e ilustrando los principales, tanto españoles como americanos. Se emplea una fuente de letra romana, tanto para los títulos como para los textos. Los títulos se subrayan con diferentes adornos tipográficos, compuestos por líneas verticales y horizontales. La primera página dedicada a la plaza de España usa un titular con una fuente de letra gótica, que se solapa sobre el escudo nacional. Para algunos de los pabellones el texto se limita a un pie de foto. En el de Argentina incluye, en las orillas inferior y superior de dos páginas y al ancho de texto de cada una de ellas, sendas ilustraciones con estampas de personajes ataviados a la manera regional de aquel país.

Las fotografías no sólo van en vertical u horizontal, sino que buena parte de ellas se siluetean en diferentes formas. Muchas de ellas se solapan entre sí en la misma página.

También se incluye un plano de la Exposición de Sevilla que se maqueta a doble página. Toda la revista, como su propio nombre indica, es en blanco y negro, incluso la portada.



Maqueta a doble página del artículo dedicado a Argentina, con fotografías del pabellón e ilustraciones alusivas



Maqueta a doble página del artículo dedicado a la plaza de España



Ilustración del artículo dedicado a Argentina



Plano detallado de la Exposición a doble página



PERSPECTIVAS
DE LA
EXPOSICION

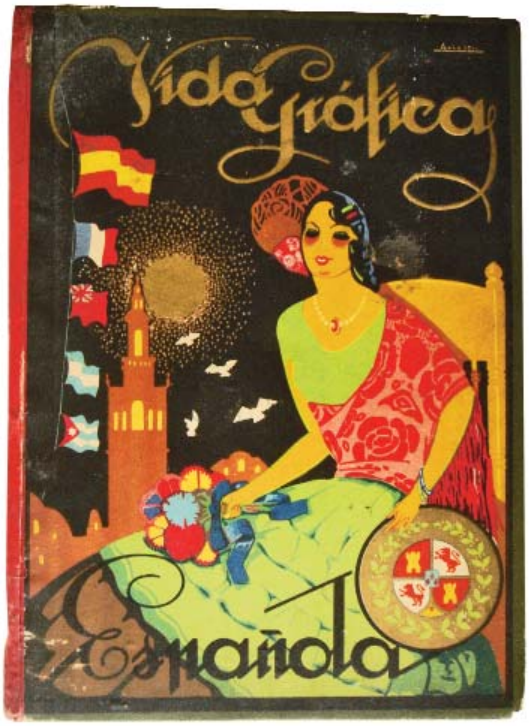
Dos aspectos de la plaza de España, maravilla de proporción, riqueza y elegancia, en que lo severo no excluye a lo gracioso, ni lo monumental a lo ágil, ni lo rico a lo sobrio. Ante la grandiosa obra, donde el castizo y limpio ladrillo se esmalta con la policromía brillantez del azulejo deslumbrador, deberán las generaciones venideras rendir un admirativo tributo, encendido en llamas de emoción y gratitud, al genio inmortal de la raza que supo descubrir y colonizar un mundo. (Fotos Lladó.)

Página con fotografías solapadas de la plaza de España

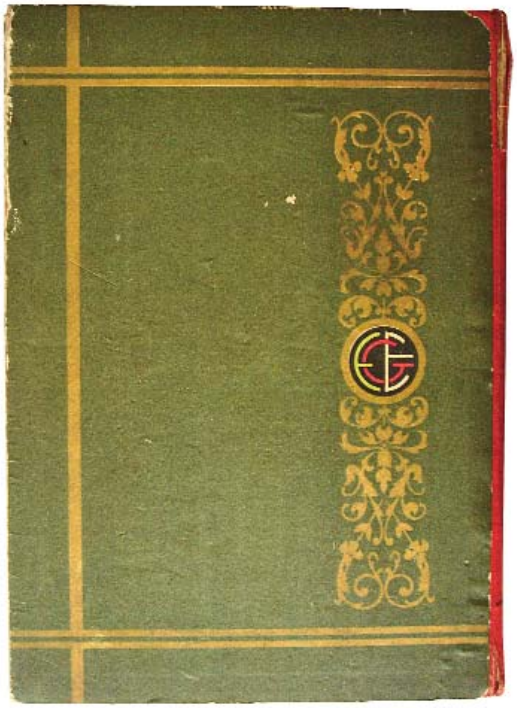
4.1.5. Suplemento de la revista *Vida Gráfica Española*

Este suplemento extraordinario de la revista *Vida Gráfica Española* dedicado a "Sevilla y su Exposición" y a "Barcelona y su Exposición" lo publicó en octubre de 1929 Ediciones Gráfica Española, de San Sebastián. Está editado como un libro de tapas duras de 266 páginas, y reúne numerosas fotografías de las inauguraciones y de algunos pabellones de ambos certámenes. A la muestra sevillana dedica 38 páginas de un texto que se escribe en español, francés e inglés. Se detallan los principales pabellones, algunos de las provincias, además de los de Argentina, México, Guinea y Colombia. El suplemento tiene 250 mm. de ancho y 350 mm. de alto, con un texto en el que hallamos tamaños de letra que oscilan entre los 8 y los 12 puntos, aunque predomina la letra de 11 puntos, con un interlineado de 12 puntos pica. Tras los monográficos dedicados a las exposiciones, es mucho más descuidada e irregular la maquetación de las páginas que muestran los atractivos turísticos de otras regiones.

La tapa la ocupa una ilustración de Aulestia alusiva al certamen sevillano, con una joven ataviada con peineta y mantilla sentada en una silla. Su imagen se recorta sobre un paisaje nocturno en el que aparecen, esquematizadas, la Giralda y la catedral iluminadas y un grupo de banderas de España y América. Las palomas volando y el efecto de fuegos artificiales resuelven el efecto festivo que pretende la composición. Una vez más, el dibujante echa mano de la imagen de la mujer como símbolo principal de la Exposición; una chica joven y delgada, peinada a la moda de los años veinte, que sostiene en una mano un ramo de flores y en la otra lo que parece un soporte circular con el escudo de España rodeado de una corona de laurel. Los colores de las figuras son planos y vivos, lo que resulta de gran impacto visual sobre el fondo de color negro.



Cubierta con ilustración de Aulestia



Contracubierta



Portada con el escudo nacional y el de distintas ciudades españolas



Página con ejemplo de maquetación en tres idiomas

Al igual que en el título de *Blanco y Negro*, la tipografía de la ilustración es muy decorativa, con trazos exagerados y artísticos en forma de látigo en la primera "V"; en la "G" y en la última "a" de la palabra "Vida", y en la "E" de "Española". Las letras tienen un contraste de modulación alto con transición abrupta entre las astas y los remates, que son rectos, y tienen un tamaño exagerado.

La contratapa, de color verde, se decora con filetes de color dorado: uno grueso vertical en el tercio izquierdo de la plana, y cuatro horizontales más finos que se componen, dos a dos, en los tercios superior e inferior. El conjunto forma un marco en cuyo interior se sitúa en vertical y a la derecha, un grueso arabesco vertical que se trunca en su mitad con un círculo con el que probablemente es el logotipo de la revista: un círculo con finos trazos geométricos en los colores blanco, rosa y verde sobre un fondo negro.

No lleva hoja de respeto y la primera página es la portada, en blanco y negro, con el título de la revista sobre un conjunto de escudos de ciudades españolas. En mayor tamaño y en el centro se pone la bandera de España y sobre ella el escudo nacional. La tipografía tiene algunas modificaciones respecto a la de la cubierta en lo que respecta a la longitud y al dibujo de los látigos, que sustituyen algunas astas y remates. En conjunto, la legibilidad es mala.

En la siguiente par se compone la cabecera de la revista y se maqueta un texto de presentación a tres columnas con un mismo contenido en tres idiomas, que de izquierda a derecha son el español, el francés y el inglés. El título del texto va en letra de palo seco, y el resto en cursiva.

Las siguientes páginas se ocupan con fotografías del rey, la reina, el príncipe y los infantes; además de una de Primo de Rivera con una dedicatoria manuscrita.



Vida Gráfica Española

PROPIETARIOS: EDICIONES GRÁFICA ESPAÑOLA SAN SEBASTIÁN

DIRECCIÓN, ADMINISTRACCIÓN Y REDACCIÓN - USANDIZAGA, 18 - SAN SEBASTIAN

DELEGACIONES: BARCELONA, BORRELL 68 - VALENCIA, CADIZ, 39 - MADRID, VALENCIA, 17

AÑO I — OCTUBRE 1929 — N.º EXTRAORDINARIO

PARA TODOS

Mi deseo no fué otro lector, que ofrecerte un gratísimo recuerdo de las dos Exposiciones y al mismo tiempo, demostrar en todas partes como és España, esta España, que és por excelencia el país del turismo, esta España que industrial y comercialmente está al nivel de los más importantes Centros fabriles del mundo, esta España

POUR TOUS

Mon désir ne fut autre, cher lecteur, qui de t'offrir un bon souvenir des deux Expositions et en même temps, de démontrer ce qu'est l'Espagne qui est le pays par excellence du tourisme, cette Espagne qui par rapport à son commerce est à la hauteur des plus importantes régions industrielles du monde, cette Es-

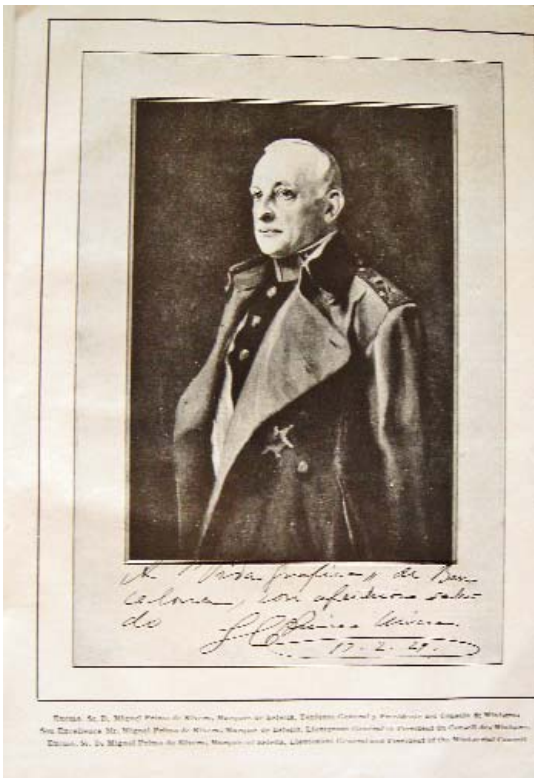
TO ALL

My desire, dear reader, has not been else but to offer you a greatful remembrance of the two Exhibitions and at the same time to evidence everywhere what Spain is like, this Spain that from an industrial and a commercial point of view stands on a level with the most important centres of manufacture

Cabecera y maquetación a tres columnas, una por cada idioma



La maqueta incluye varias fotografías dedicada a los miembros de la familia real



Fotografía de Primo de Rivera con dedicatoria manuscrita

La página que sirve de cubierta a las páginas dedicadas a la Exposición Ibero Americana, se ilustra exclusivamente con el título "Sevilla y su Exposición", que lleva idéntica tipografía que la del título de la revista, exagerando en este caso los látigos de las "S" y de la "E" que inician las palabras "Sevilla" y "Exposición". En el interior del anillo superior de la primera letra se incluye el escudo de Sevilla. Se exagera la altura de las dos "l" de la palabra "Sevilla" para alcanzar la de la "S" y equilibrar la mitad superior de la plana, rematando, además las dos "l" con dos líneas rectas, una en horizontal, que une las dos letras, y otra en ángulo, que las segmenta en su tercio superior. Por encima y por debajo del título; en la segunda línea, y entre ésta y la tercera línea, se emplean filetes decorativos.

Al estar el texto en tres idiomas y tener que incluir fotografías, la maquetación no es regular, y se emplean en las distintas páginas una, dos, o tres columnas de texto. Cuando la fotografía ocupa todo el ancho de dos columnas se maqueta el artículo en español por encima de ésta ocupando ambas cajas de texto, y reservando las columnas de debajo para los otros dos idiomas: a la izquierda en francés y a la derecha en inglés. Para que puedan adecuarse al ancho de la caja se emplean tipos más estrechos y condensados en los títulos en estos dos últimos idiomas. Tampoco el tamaño ni el tipo de letra son regulares en la maquetación. En algunas páginas los títulos van en un tipo de palo seco y en otros es de fuente romana. Los textos tienen diferentes tamaños de letra.

Abundan las fotografías nocturnas con imágenes de los pabellones iluminados con luz eléctrica. Se maquetan a toda plana o apaisadas de dos en dos, con los pies en los tres idiomas. En algunas páginas se solapan las fotografías y algunas de ellas se recortan en óvalo, incluyendo junto a cada una de ellas los textos explicativos, acompañados de filetes y otros adornos tipográficos que pretenden equilibrar la plana.

Las 26 páginas dedicadas a "Barcelona y su Exposición" tienen el mismo tratamiento de maquetación. La portada también utiliza idéntico recurso gráfico que la de la Ibero



Portadilla de la sección dedicada a la Exposición Ibero Americana



Portadilla de la sección dedicada a la Exposición Internacional de Barcelona



Ejemplo de la maqueta a doble página con fotografías nocturnas, mostrando la ilumación artística de la plaza de España

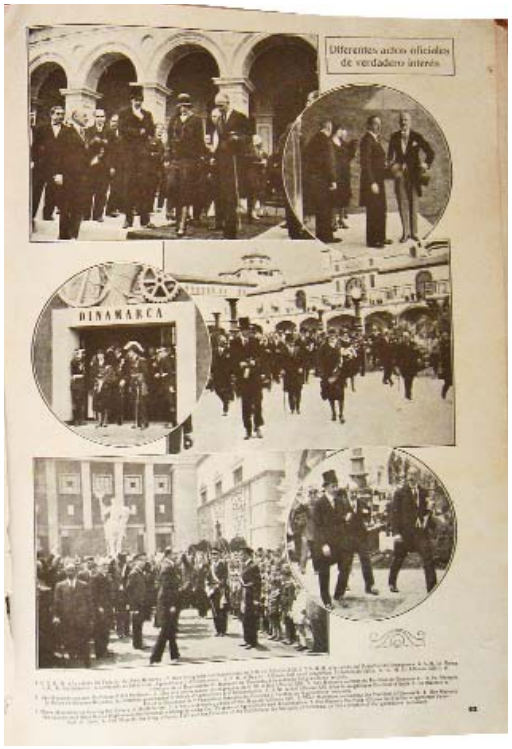
Americana, incluyendo el escudo de la capital catalana en el anillo superior de la "B" de la palabra "Barcelona".

Cuando las fotografías van en vertical y en dos columnas, se maqueta por encima el texto en español y a continuación, por debajo, sus traducciones en francés y en inglés. El resto de este suplemento hace honor al título de la revista y se dedica, sobre todo, a ofrecer fotografías de distintos monumentos y lugares de atractivo turístico de numerosas localidades españolas. La maquetación es irregular, con distintos tamaños, fuentes de letra y adornos y recuadros tipográficos. Las planas se ocupan con numerosas fotografías, que se solapan entre sí. En alguna página aparecen hasta 13 imágenes.

Se destinan 64 páginas a mostrar los atractivos turísticos de distintos municipios del Reino de Aragón. La maquetación es también irregular, componiendo las primeras páginas dedicadas a Zaragoza a dos columnas en los idiomas español y francés, mientras el resto de los artículos están sólo en español.

Para la mayor parte de los municipios pequeños se maqueta apenas un recuadro con una fotografía en vertical de algún atractivo turístico o la imagen del alcalde, que se acompaña de un breve texto en una o dos columnas. En otros casos solamente se encabeza la página con el nombre del pueblo y en el mismo recuadro se hace una mención al número de habitantes. El resto de la página, en cada caso, se ocupa con publicidad con anuncios que son, en la mayoría de los casos, meras tarjetas comerciales.

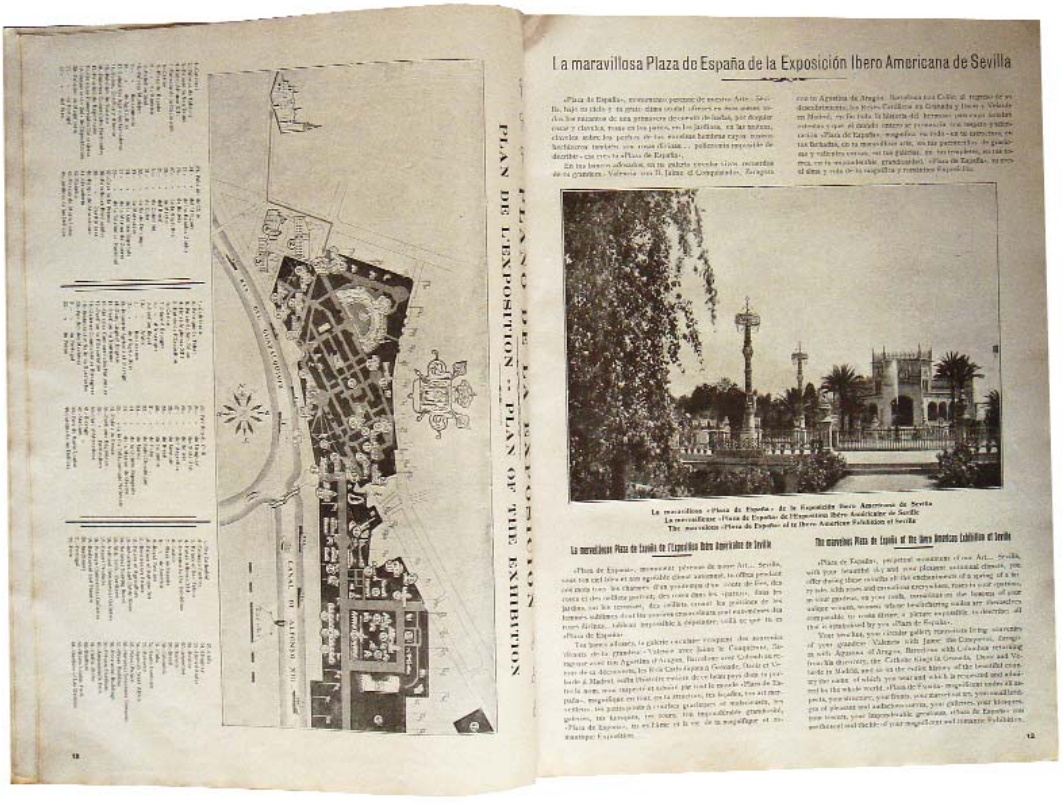
Aparecen en las páginas dedicadas a Aragón dos anuncios singulares, por ocupar cada uno de ellos toda la página. Uno invita a visitar Zaragoza y el otro hace lo propio con las fiestas de la "Semana Aragonesa" que se iba a celebrar en el Pueblo Español de la Exposición Internacional de Barcelona. Esta última lleva la reproducción en blanco y negro de una ilustración de Cidón de aire regionalista, con dos personajes, un hombre y una mujer, ataviados con trajes regionales maños.



Las fotografías se solapan en muchas páginas



Las páginas se ocupan, sobre todo, con fotografías



El suplemento incluye el plano de la Exposición. La maqueta se adapta para incluir el artículo en español y sus traducciones en francés e inglés

En el anuncio de "Visitar Zaragoza" (*sic*), se emplea la reproducción en blanco y negro de una ilustración con una vista de la catedral. La tipografía va en cursiva con las dos primeras líneas en mayúsculas. Según explica el anuncio, la ilustración es reproducción de la que anunció el Sindicato de Turismo de Aragón.

La revista dedica 14 páginas a la provincia de Santander, 10 páginas a la de Logroño (La Rioja) y 32 al Reino de Valencia, empleando un tratamiento de maquetación similar al que se usa para las páginas de Aragón, e igualmente irregular y desequilibrado, con páginas a dos columnas e ilustradas con fotografías y otras completamente ocupadas por anuncios tipográficos.

Las primeras páginas de cada provincia llevan encabezamiento, recuadro y fotografía, además de emplearse distintas gracias tipográficas, así como orlas, filetes y corondeles, con tratamiento singular en cada caso. Las fuentes tipográficas de los títulos también varían sin aparente criterio. Los capítulos dedicados a Huesca y a Logroño se encabezan con sendas viñetas que muestran vistas de las ciudades. En el primer caso el tipo de letra empleado es ancho y sin contrastes ni remates, mientras que para Logroño es un tipo caligráfico en cursiva con la primera "L" de trazos en látigo muy exagerados y con el eje de la letra tumbado a la derecha.

Las páginas dedicadas a Valencia se abren con una portadilla en la que se camufla el escudo original de la ciudad, del siglo XIV, otorgado por el Reino de Aragón en premio a la resistencia a Pedro el Cruel de Castilla. El rombo con las franjas verticales tapa a las dos "L", y éste, a su vez, queda cubierto por la imagen de una fallera que se superpone, con una forma de escudo rectangular y base en punta, que recoge una orla con los escudos de los principales municipios de la provincia. La corona real abierta (de Aragón) se sustituye por la española actual aunque se mantiene el murciélago como cimera, relacionado con el asedio a la ciudad de Jaime I El Conquistador. El escudo trae el collar de la orden del toisón de oro de la Casa Real Española. La plana se sobrecarga con adornos tipográficos que incluyen orlas, gracias, e incluso dos pequeñas viñetas a ambos lados del título.


ZARAGOZA

BELLEZAS DE ESPAÑA

LOS TEMPLOS DE ZARAGOZA

Primera impar de las páginas dedicadas a Aragón



Muchas páginas están completamente ocupadas por tarjetas comerciales



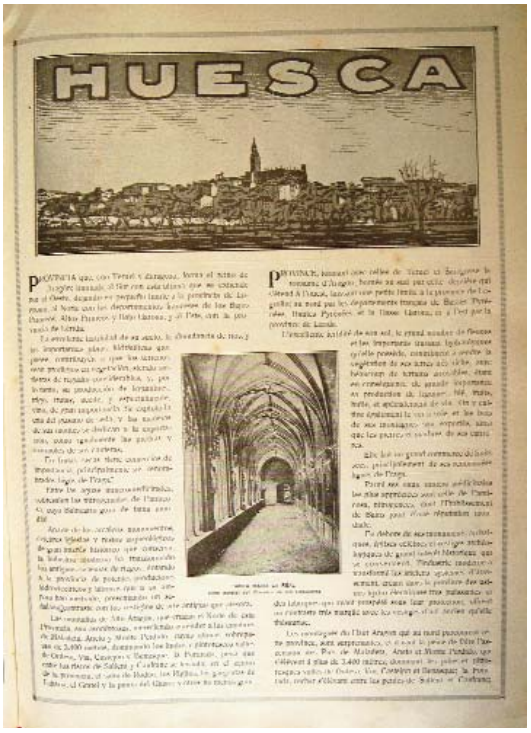
Anuncio turístico de Zaragoza



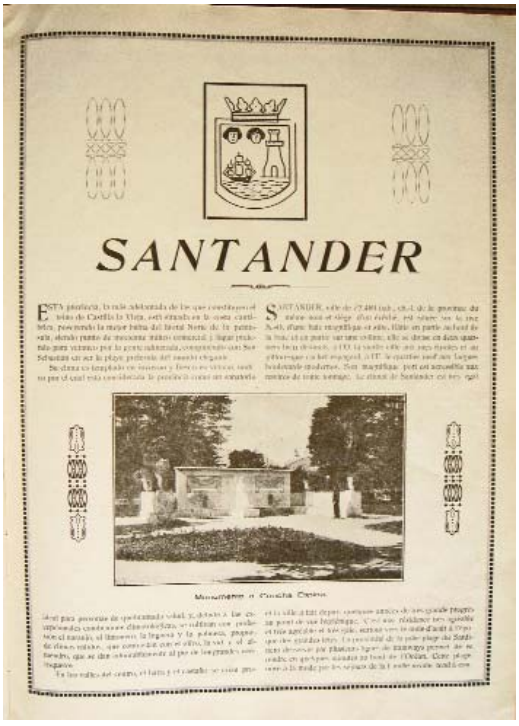
Anuncio de la Semana Aragonesa en la Exposición Internacional de Barcelona


Logroño

Plana con artículo dedicado a Logroño, con una viñeta como encabezamiento


HUESCA

El artículo dedicado a Huesca también se encabeza con viñeta


SANTANDER

Primera de las páginas dedicadas a Santander


Santiago Ruiz de la Torre

"LA RIOJANA"

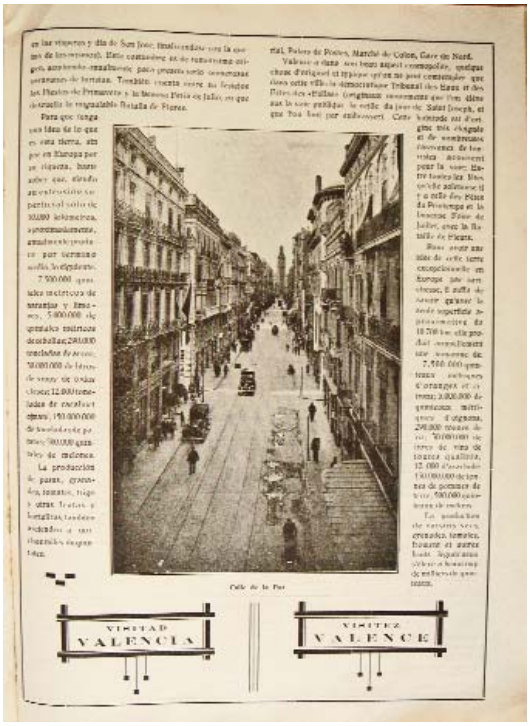
"LA TRINIDAD"

Muro y Compañía S. L.

Muchas de las páginas dedicadas a los municipios pequeños se completan con anuncios y con una fotografía del alcalde



Portadilla de la sección dedicada a Valencia



Ejemplo de maquetación de artículo

4.1.6. Suplemento de la revista *Nuevo Mundo*

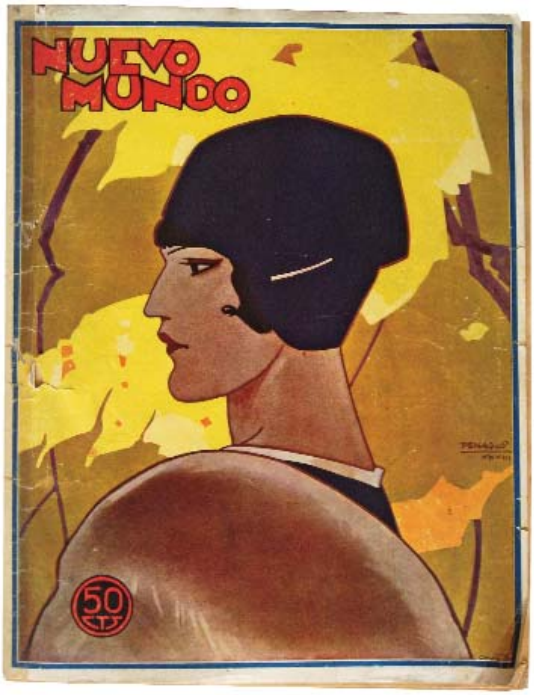
La revista *Nuevo Mundo* del 27 de mayo de 1929 dedicó 27 de sus 48 páginas a la Exposición Ibero Americana. Su tamaño es de 225 mm. de ancho por 295 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 8 puntos, con un interlineado de 8 puntos pica y un medianil de 5 mm. Se trata de un cuadernillo central –en blanco y negro, al igual que el resto de la revista– con un papel que en sus 12 primeras páginas es de mayor gramaje que el resto del ejemplar. Las páginas de la revista se unen por grapas.

La cubierta la ocupa, a toda plana, una ilustración con el perfil de la cabeza y el hombro de una "chica Penagos"[1]. La imagen se recuadra con líneas gruesas de color azul, y apenas lleva, además del dibujo, el nombre de la revista y su precio.

La contracubierta ofrece un anuncio de la empresa de dátiles alicantina El Monaguillo realizado por la agencia Publicitas. En la ilustración, un monaguillo gigante arroja dátiles sobre una plaza de España atestada de público. Los visitantes se retratan en forma de manchas de colores y llama la atención que algunos de ellos portan banderas de España. También el edificio está decorado con banderas. En cuanto al texto, se emplea una tinta de color azul y varias fuentes tipográficas. La composición no está equilibrada, con un recuadro de texto a la derecha y 8 líneas por debajo que emplea diferentes fuentes de letra –romana y palo seco-, tamaños, espesores y anchuras.

Excepto en la portada, que va a dos columnas, y en las dos páginas que se dedican a explicar la inauguración y la finalidad de la Exposición, en las que combina el texto a dos columnas con fotografías; el resto del suplemento es predominantemente fotográfico, de-

1. Sobre la importancia de Rafael de Penagos véase el capítulo dedicado al diseño español.



Cubierta ilustrada por Rafael de Penagos



Contracubierta con anuncio de El Monaguillo de la agencia Publicitas


NUEVO MUNDO

AÑO XXXVI — 17 de MAYO de 1929 — NÚM. 1.843

EL VERDUGO SUICIDA

Nuestro gran número de LA ESFERA dedicado á México, en prensa

Portada a dos columnas



Ejemplo de la maqueta, que incluye un artículo en la columna de la izquierda, reservando la mitad derecha de la plana a un anuncio

jando la mayor parte de las planas a imágenes, y reservando cajas de texto en sus orillas inferiores, en las que se incluye un párrafo.

En algunas de las páginas incluso el pie de foto contiene un titular que se justifica en dos líneas a la izquierda, y un párrafo de cuatro o cinco líneas a la derecha. En otras páginas el titular de la fotografía se alinea a la izquierda o a la derecha de la fotografía con el margen superior de la imagen, mientras el párrafo queda como una columna que alinea su última línea con el margen inferior de la fotografía. Las fotografías se enmarcan con orlas finas de línea o puntilladas.

Para las dos páginas de texto se maqueta, a dos columnas, con el título justificado al centro de la página ocupando parte del tercio superior de ambas cajas de texto. El título emplea una letra de fuente de palo seco y se sitúa por encima una fotografía que ocupa media plana. La siguiente página de texto lleva también dos columnas y la fotografía está debajo de las cajas. Para las columnas se elige una fuente de letra romana.

Entre los anuncios que aparecen en las páginas del suplemento, caben destacarse dos de ellos, que aparecen firmados por las agencias Publicitas y Veritas. El primero es de la marca de perfume Aromas de la Terruca, que emplea una ilustración *Déco* y que juega a representar el aroma del producto con figurines contemporáneos de un hombre y una mujer, que a su vez evocan a personajes del siglo XIX, cuando se inauguró la perfumería. El de Veritas de la pasta dental Dens, es igualmente moderno, con una ilustración que trabaja sombras y siluetas, y que tiene a una muchacha de inspiración *Déco* como protagonista. En ambos casos, los títulos se componen con letras de palo seco.

De concepción y finalización más pobre es el del perfume Tentación, que también emplea como reclamo a una pareja de figurines. Llama la atención la letra parcialmente hueca con la que se escribe la marca. También es sencillo, pero efectivo, el del papel de fumar Zig-Zag, que aprovecha la ilustración de la marca y se rotula con letras de gran espesor.



INAUGURACIÓN DE LA EXPOSICIÓN SEVILLANA

COMUNIÓN DE LA ESTIRPE EN EL RECINTO DE LA SIMBÓLICA PLAZA DE ESPAÑA

Artículo a doble página dedicado a la inauguración de la Exposición. La fotografía de la izquierda ocupa media plana



Nuevo Mundo

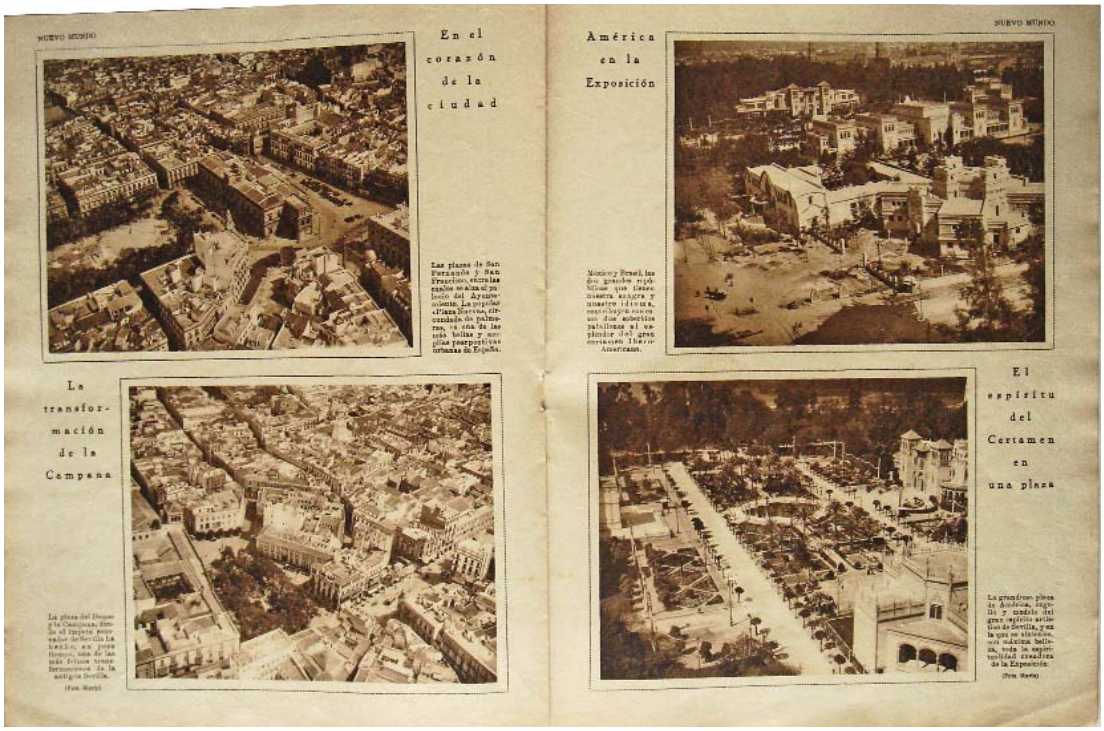
LA BRILLANTÍSIMA INAUGURACIÓN DE LA EXPOSICIÓN DE SEVILLA

Algunas páginas se ocupan con una fotografía a toda plana



BARCELONA ANTE LA EXPOSICIÓN

Las páginas dedicadas a la Exposición de Barcelona son, igualmente, de predominio gráfico



La mayoría de las páginas se dedican a mostrar fotografías. Muchas de ellas, como éstas de la Exposición Ibero Americana, se han tomado desde el aire



Anuncio de la perfumería Aromas de la Tierruca



Anuncio de Pasta Dens



Anuncio del papel del perfume Tentación



Anuncio del papel de fumar Zig-Zag

4.1.7. Revista comercial editada por las Escuelas Profesionales Salesianas

En el texto de la revista se explica que se trata de una edición que publica cada año las Escuelas Profesionales Salesianas y que en 1930 se dedica a la Exposición Iberoamericana. Su tamaño es de 170 mm. de ancho por 235 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 11 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica, con un medianil de 5 mm. Está editada en rústica, con sus 92 páginas encoladas en el lomo. Gran parte de las páginas están destinadas a anuncios, todos ellos tipográficos. En las 50 primeras –en blanco y negro–, se ofrece información documental sobre la Exposición y sobre sus pabellones más significativos, mientras que el resto –en colores blanco y añil– lo dedica a las cofradías de Semana Santa.

Para la cubierta, que no tiene cabecera, se emplea una ilustración firmada por Marín Feria, en la que se muestran algunos de los típicos elementos urbanos del barrio de Santa Cruz de Sevilla, como la plaza ajardinada con fuente, macetas y flores. La composición se ambienta de noche, con un fondo de color negro y una representación de la luna en el ángulo superior izquierdo, que se geometriza en forma de círculos concéntricos. Debajo de un arco de flores que se corona con una cruz de hierro se recorta una imagen de la Giralda, junto a la que se ubican casas con tejados, en absoluto características de la ciudad. En la leyenda se lee "Sevilla 1930", que se compone en dos líneas que se justifican al centro. Se emplea un tipo de palo seco de ojo ancho. La impresión tiene un fallo de registro.

Pictóricamente podemos encuadrar esta ilustración en el estilo fauve que, encabezado por Matisse, había sorprendido en el Salón de Otoño de París de 1905 y cuyos miembros habían ya tomado diferentes caminos artísticos tres años después. Colores puros y planos, disonancia en la armonía cromática, exageración sentimental, trazos de las figuras



Cubierta con ilustración firmada por Marín Feria



Ejemplo de maqueta a doble página con encabezamiento decorado



Publicidad tipográfica. Aprovecha con profusión los tipos y los recursos decorativos de la imprenta

subrayados en negro, conexión inmediata con el espectador por el impacto de la imagen y paisajes que no se atienen a la realidad, permitiendo al artista la absoluta libertad. Con esta ilustración comprobamos una manifestación *fauvista* española 22 años después de la disolución del grupo original.

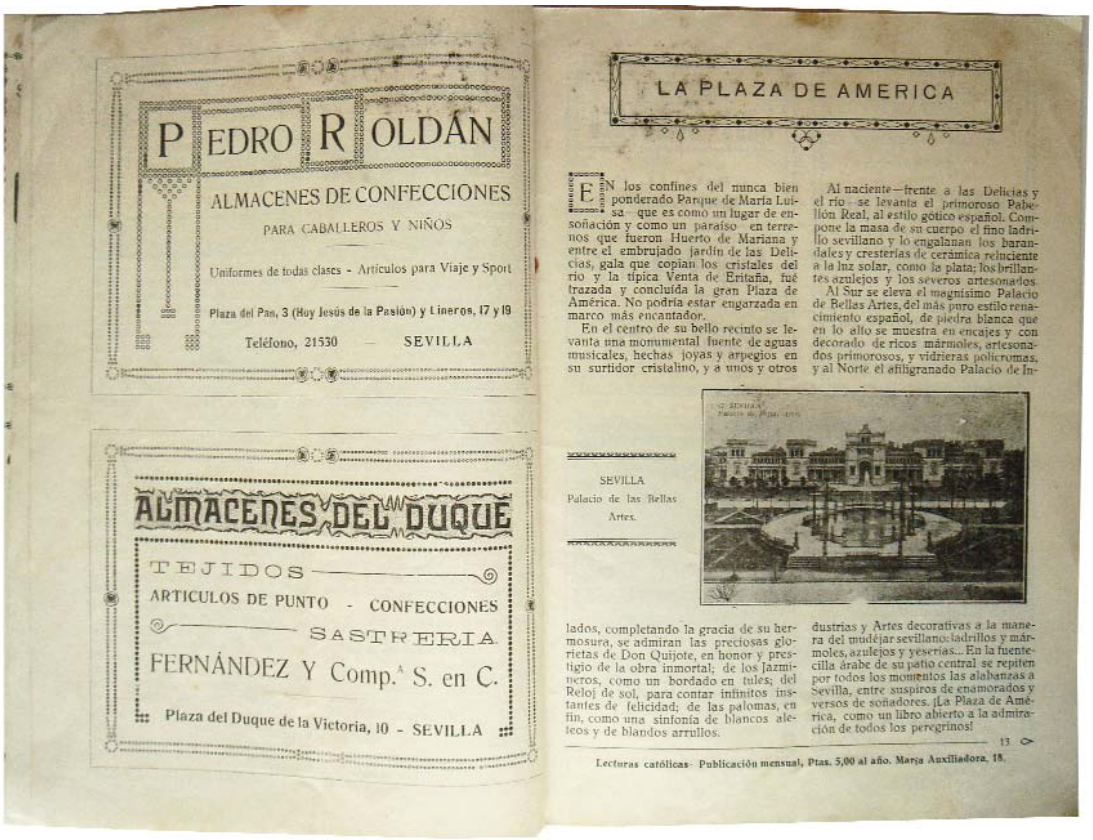
En la maquetación se han cortado unos milímetros los números en su mitad inferior. La cubierta de la revista no incluye el precio, de lo que podemos deducir que era de difusión gratuita. Identificamos al editor porque se incluye un pequeño recuadro sombreado en el ángulo inferior derecho en el que se lee: "Escuelas Profesionales Salesianas. Sevilla".

El texto está diseñado empleando una fuente romana con dos columnas de idéntico tamaño, con ilustraciones y fotografías que se encajan en horizontal y al ancho de la página en algunos casos y en vertical al ancho de columna en otras.

La mitad de la revista se dedica a detallar la historia de la Exposición Ibero Americana y sus principales atractivos, mientras la otra mitad incluye artículos sobre la Semana Santa. Como particularidad, estos últimos van tintados en color morado. En una de las páginas la ilustración es de un crucificado, que se coloca en vertical en el centro de la plana.

Llama la atención que tanto en los títulos como en los anuncios tipográficos abundan las orlas y los recuadros, predominando las decoraciones de tipo lineal y geométrica. En la página que sirve de presentación, la orla es puramente modernista, con recreación decorativa floral.

Las cajas de texto se limitan por debajo con filetes, debajo de los cuales se incluye publicidad tipográfica. En la mayor parte de los casos el anunciante es la misma escuela salesiana, que pone a disposición de sus clientes sus distintos talleres; aunque también encontramos otros patrocinadores como una marca de jerez y coñac, el Hotel Francia o un almacén de ferretería, entre otros.



PEDRO ROLDÁN

ALMACENES DE CONFECCIONES

PARA CABALLEROS Y NIÑOS

Uniformes de todas clases - Artículos para Viaje y Sport

Plaza del Pan, 3 (Hoy Jesús de la Pasión) y Lineros, 17 y 19

Teléfono, 21530 — SEVILLA

ALMACENES DEL DUQUE

TEJIDOS

ARTICULOS DE PUNTO - CONFECCIONES

SASTRERIA

FERNÁNDEZ Y Comp.ª S. en C.

Plaza del Duque de la Victoria, 10 - SEVILLA

LA PLAZA DE AMERICA

EN los confines del nunca bien ponderado Parque de María Luisa—que es como un lugar de ensoñación y como un paraíso en terrenos que fueron Huerto de Mariana y entre el embrujado jardín de las Delicias, gala que copian los cristales del río y la típica Venta de Eritaña, fué trazada y concluída la gran Plaza de América. No podría estar engarzada en marco más encantador.

En el centro de su bello recinto se levanta una monumental fuente de aguas musicales, hechas joyas y arpegios en su surtidor cristalino, y a unos y otros lados, completando la gracia de su hermosura, se admiran las preciosas glorietas de Don Quijote, en honor y prestigio de la obra inmortal; de los Jazmineros, como un bordado en tules; del Reloj de sol, para contar infinitos instantes de felicidad; de las palomas, en fin, como una sinfonía de blancos aleteos y de blandos arrullos.

Al naciente—frente a las Delicias y el río—se levanta el primoroso Pabellón Real, al estilo gótico español. Compone la masa de su cuerpo el fino ladrillo sevillano y lo engalanan los barandales y cresterías de cerámica reluciente a la luz solar, como la plata; los brillantes azulejos y los severos artesonados.

Al Sur se eleva el magnísimo Palacio de Bellas Artes, del más puro estilo renacimiento español, de piedra blanca que en lo alto se muestra en encajes y con decorado de ricos mármoles, artesonados primorosos, y vidrieras policromas, y al Norte el afiligranado Palacio de Industrias y Artes decorativas a la manera del mudéjar sevillano: ladrillos y mármoles, azulejos y yeserías... En la fuentecilla árabe de su patio central se repiten por todos los momentos las alabanzas a Sevilla, entre suspiros de enamorados y versos de soñadores. ¡La Plaza de América, como un libro abierto a la admiración de todos los peregrinos!

SEVILLA
Palacio de las Bellas Artes.

13 ⟳

Lecturas católicas- Publicación mensual, Ptas. 5,00 al año. María Auxiliadora, 18.

Ejemplo a doble página de la maqueta. Con anuncios tipográficos en la par

En Barcelona es la Exposición Internacional, que ha sido la más importante de todas las que fueron organizadas después de la guerra.

En tres grandes grupos se manifiesta la actual potencia de España, apoyándose en un pasado que se revelará en conjunto a los ojos de los visitantes conquistados por su real grandeza.

El primer grupo, "El arte de España", además de todo lo que se relaciona con las Bellas Artes propiamente dichas, comprenderá la más curiosa de las lecciones de arqueología.

El segundo grupo, "Las Industrias", abarcará todo lo que se relaciona con las industrias, comercio, agricultura y ciencias correlativas. Cada departamento será una revelación en los múltiples ramos que comporta la actividad nacional de España: construcciones, comunicaciones, electricidad, fuerza motriz, trabajo, vestuario, artes textiles, artes industriales y sus aplicaciones, artes gráficas, etc. ¡Y qué maravillas en la Exposición, particularmente cuidada, del Libro! ¡Qué documentos preciosos concernientes a la Prensa! ¡Qué ejemplares incomparables de encuadernaciones, qué tesoros en riquísimos manuscritos e incunables, desde la primera época de la Prensa, y que serán la pasión de los bibliófilos de todos los países sin excepción! Finalmente, el tercer grupo comprenderá "Los Deportes" y su mejor concepción.

Uno de los aspectos más interesantes de la Exposición española será el destacar los grandes pasajes de la Historia de España, de la que tantos hablan sin conocerla. Merece toda clase de elogio esta noble preocupación, y fel con placer que "ese magistral resumen de la Historia Española empezará en las épocas primitivas, desde la colonización del suelo ibérico; evocará después la civilización árabe, la época de la Reconquista, las más gloriosas hazañas de Castilla, Aragón y Cataluña, los Reyes Católicos, Carlos V y su imperio, el Siglo de Oro y el neoclasicismo, el romanticismo y la época revolucionaria de la reina Isabel".

En Sevilla, además de sus productos de industrias agrícolas, atractivas y manufacturas, España presentará una Exposición retrospectiva de arte antiguo, exhibirá su archivo de reliquias históricas, sus creaciones en el arte moderno.

No olvidemos que se hablará gloriosamente de Andalucía en la presentación de lo que yo llamaría sus títulos nobiliarios.

En efecto, el pasado revivirá en una documentación verdaderamente elocuente; en su Archivo de Indias se encuentra registrada en vasta copia de preciosos documentos la historia de los pueblos del Nuevo Mundo, pues fué de las risueñas playas andaluzas que partieron las arriesgadas expediciones de los navegantes, y entre ellos el propio Colón, que llevó, armadas en Palos, las carabelas.

Con su hecho inaudito, el gran navegante marcó una de las mayores fechas, si no la mayor, en la historia del mundo, y esta fecha fué inscrita en los anales de la Historia de España.

Sería injusto si, al recordar el nombre universalmente conocido de Colón, no mencionase los dos grandes navegantes andaluces, los hermanos Pinzones, compañeros de aquél en el descubrimiento de América, en el famoso viaje de 1492 que debería mudar la faz del mundo. En efecto, siete años después, Vicente Yáñez Pinzón partió de Palos con cuatro carabelas, y en 25 de enero de 1500, desviándose hacia occidente, divisó un punto de tierra que le dió el nombre de Cabo de Santa María de la Consolación (hoy de San Agustín, en el Estado de Pernambuco), y continuando su ruta descubrió la desembocadura del Amazonas.

Bartolomé Díaz dobla el Cabo de las Tormentas; Vasco de Gama traza el camino líquido para las Indias; Solís visita las costas del nuevo Continente, descubre el Río de la Plata; Fernando de Magallanes hace el primer viaje de circunvalación; Núñez de Balboa descubre el Pacífico, y los hechos gloriosos de España y Portugal como que se entrelazan en esa época. He ahí lo que más de una vez justifica la calificación de "Ibero Americana" a la Exposición de Sevilla.

21 ⟳

Para insignias militares dirigirse a Santa Lucía, 6.

Una de las pocas páginas compuesta sin ilustraciones ni adornos

HIMNO DE LA EXPOSICIÓN
IBERO-AMERICANA
DE SEVILLA

Música del maestro Alonso.
Letra de los Hermanos Alvarez Quintero.

¡Salud, americanos,
del mundo juventud;
salud, pueblos hermanos!
¡Salud!... Salud!...
¡Acudid, hijos de españoles,
a fundiros en un crisol:
de mil cielos y de mil soles
hay que hacer un cielo y un sol!
¡Evoquemos los magnos hechos
de la vieja madre inmortal,
y sintamos en nuestros pechos
el abrazo de Portugal!
Hoy se truecan las carabelas
en monstruosos gigantes que asustan al sol,
y los ecos de sus estelas
son cantos vibrantes del mundo español.

Damas que cruzáis el mar
para venir a realzar
a esta Sevilla de plata:
el pueblo os ha de entonar
su más precioso cantar
y su mejor serenata.
La Giralda ha de encender,
las estrellas una a una,
porque no dejéis de ver
la que alumbró vuestra cuna.
¡Salud, americanos,
del mundo juventud;
salud, pueblos hermanos!
¡Salud!... ¡Salud!...

Biblioteca Agraria Solariana, María Auxiliadora, 18.

Muchos de los recuadros se sobrecargan de líneas y elementos decorativos

La revista, en suma, se emplea como catálogo de la variedad de tipos de letra y ornamentaciones tipográficas de las que disponen los talleres de las Escuelas Salesianas. Es por ello que, en conjunto, la maquetación resulta dañada en su orden y continuidad. La prueba más evidente la hallamos en el anuncio de la compañía de seguros España S.A. compuesto a dos columnas, en el que el título de la empresa se maqueta al ancho de la caja, pero empleando distintos tipos de letra e incluso de tamaño para los ojos que quedan sobre una y otra columna. Incluso la última "A" de España queda sin justificar entre ambas líneas verticales de texto.



PABELLÓN DEL BRASIL

El Brasil, que con tanto brillo ha concurrido a la Exposición Ibero-Americana, en un gesto altamente simpático y de verdadero altruismo, acaba de donar a Sevilla su hermoso pabellón para que en el mismo sea instalada una escuela modelo.

Ese magnífico pabellón bastante conocido por todos los habitantes de esta ciudad, está situado en la Avenida de María Luisa junto a la Glorieta de México, próximo pues a la Plaza de América, uno de los sitios más admirables de la exposición.

Su arquitectura es Neo-Colonial, y su disposición interna es perfectamente adaptable al funcionamiento de una escuela modelo. Construído todo en hierro pues se emplearon más de noventa toneladas en sus cimientos y estructura, ocupa una superficie de 2.500 metros cuadrados.

El pavimento principal se compone de cuatro amplísimos salones y dos menores, y el superior de tres hermosas salas. Dispone además de un magnífico sótano con 2 m. 80 de altura que ocupa toda la extensión del edificio, y de un bellísimo patio ajardinado rodeado por tres amplios claustros.

El gobierno del Brasil, por intermedio de su comisario general en la exposición, entregará el pabellón a Sevilla tal como se encuentra en la actualidad, con las preciosas solerías en mosaicos, de riquísimas maderas, las artísticas farolas, y las cómodas y modernas instalaciones internas.

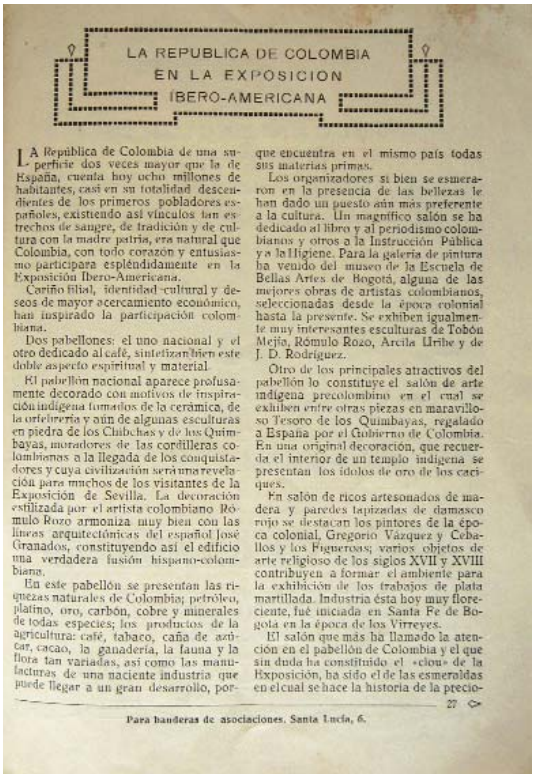
Inútil será repetir, lo que ha sido el triunfo del Brasil en la exposición, basta para demostrarlo el extraordinario número de visitantes que durante todo el certamen han desfilado por sus espléndidas galerías.

La generosa oferta del pabellón a la ciudad, ha sido agradabilísima para educadores infatigables como los Salesianos.

Sevilla, guardará grato y eterno recuerdo del Brasil y de su pueblo, y las generaciones venideras, frecuentando la Escuela del Brasil, aprenderán a amar y a querer esa tierra rica y grandiosa.

SEVILLA
Un aspecto de la Plaza de España.

Escuela Salesiana de Carpintería, se hacen toda clase de trabajos.



LA REPUBLICA DE COLOMBIA EN LA EXPOSICION IBERO-AMERICANA

La República de Colombia de una superficie dos veces mayor que la de España, cuenta hoy ocho millones de habitantes, casi en su totalidad descendientes de los primeros pobladores españoles, existiendo así vínculos tan estrechos de sangre, de tradición y de cultura con la madre patria, era natural que Colombia, con todo corazón y entusiasmo participara espléndidamente en la Exposición Ibero-Americana.

Cariño filial, identidad cultural y deseos de mayor acercamiento económico, han inspirado la participación colombiana.

Dos pabellones: el uno nacional y el otro dedicado al café, sintetizan bien este doble aspecto espiritual y material.

El pabellón nacional aparece profusamente decorado con motivos de inspiración indígena tomados de la cerámica, de la orfebrería y aún de algunas esculturas en piedra de los Chibchas y de los Quimbayas, moradores de las cordilleras colombianas a la llegada de los conquistadores y cuya civilización será una revelación para muchos de los visitantes de la Exposición de Sevilla. La decoración estilizada por el artista colombiano Rómulo Rozo armoniza muy bien con las líneas arquitectónicas del español José Granados, constituyendo así el edificio una verdadera fusión hispano-colombiana.

En este pabellón se presentan las riquezas naturales de Colombia; petróleo, platino, oro, carbón, cobre y minerales de todas especies; los productos de la agricultura: café, tabaco, caña de azúcar, cacao, la ganadería, la fauna y la flora tan variadas, así como las manufacturas de una naciente industria que puede llegar a un gran desarrollo, porque encuentra en el mismo país todas sus materias primas.

Los organizadores si bien se esmeraron en la presencia de las bellezas le han dado un puesto aún más preferente a la cultura. Un magnífico salón se ha dedicado al libro y al periodismo colombianos y otros a la Instrucción Pública y a la Higiene. Para la galería de pintura ha venido del museo de la Escuela de Bellas Artes de Bogotá, alguna de las mejores obras de artistas colombianos, seleccionadas desde la época colonial hasta la presente. Se exhiben igualmente muy interesantes esculturas de Tobón Mejía, Rómulo Rozo, Arcila Uribe y de J. D. Rodríguez.

Otro de los principales atractivos del pabellón lo constituye el salón de arte indígena precolombino en el cual se exhiben entre otras piezas en maravilloso Tesoro de los Quimbayas, regalado a España por el Gobierno de Colombia. En una original decoración, que recuerda el interior de un templo indígena se presentan los ídolos de oro de los caciques.

En salón de ricos artesonados de madera y paredes tapizadas de damasco rojo se destacan los pintores de la época colonial, Gregorio Vázquez y Ceballos y los Figueroas; varios objetos de arte religioso de los siglos XVII y XVIII contribuyen a formar el ambiente para la exhibición de los trabajos de plata martillada. Industria ésta hoy muy floreciente, fué iniciada en Santa Fe de Bogotá en la época de los Virreyes.

El salón que más ha llamado la atención en el pabellón de Colombia y el que sin duda ha constituido el «clou» de la Exposición, ha sido el de las esmeraldas en el cual se hace la historia de la precio-

Para banderas de asociaciones, Santa Lucía, 6.

La decoración de cada encabezamiento es distinta, jugando con los distintos recursos de la imprenta



LA LITURGIA EN LA SEMANA SANTA DE SEVILLA

ALMAS artísticas, si soñáis de emociones estéticas no sabéis de la más rica fuente donde apagar la sedde sed, venid a Sevilla. Venid en Semana Santa.

Almas creyentes, si vuestra espiritualidad aun no se ha saciado de celestial placer tras las mayores manifestaciones de fe, Venid a Sevilla. Venid en Semana Santa.

Almas débiles, si vuestra fe vacila entre la vorágine del mundo, débil esquife amenazado de terribles encontrados vientos venid a Sevilla. Venid en Semana Santa.

Venid a Sevilla las artistas, venid los flegos de fe, venid en Semana Santa.

Y gozad aquí de tanta bendición, de tanta gracia como la fe sevillana arranca del Cielo en forma de catedrales, de Procesiones, de sol, de luz y de gloria.

Venid a Sevilla.

Mas antes de emprender la vuelta a vuestros hogares, oidme un consejo. Ya este año no lo podréis llevar a la práctica. Propondrélo para el venidero. Almas artísticas, almas creyentes, almas cristianas, si queréis penetrar hasta la médula en la espiritualidad de la Gran Semana, y saturaros de fe, y embriagaros con belleza y reanimaros en amor a Cristo Dios, centro y base del cristiano culto, sea el primero fruto vuestra venida a Sevilla la presencia al templo santo para no perder ni la última de las ceremonias sagradas.

¡La Liturgia!

¡Ah, si el pueblo cristiano, aun vacilante de las otras manifestaciones populares religiosas de nuestra incomparable Sevilla, hermana los propios sentimientos espontáneos de fe con la sagrada Liturgia, cuales otros lugares de ser nuestros templos, qué aumento de asistencia no se habría de notar en ellos, qué intensidad en la piedad no habría de verificar el culto!

Yo quisiera poseer una pluma de fuego como S. Ambrosio escribiendo de Liturgia, yo quisiera tener un corazón de santo como el de Teresa amando la Liturgia, yo quisiera gozar del celo de Pío X legislando de Liturgia, y con tal pluma, y con semejante corazón y con ese celo, hacer de cada fiel que lee un enamorado por la católica Liturgia.

JAVIER VERGARA Y GORDON. JEREZ Y COÑAC



EVARISTO CAPARROS ROMERO
Cánovas del Castillo, 51 SEVILLA

"ESPAÑA, S. A." COMPAÑIA NACIONAL DE SEGUROS

Consejo de Administración

Ventajas que ofrecen sus pólizas

Banqueros depositarios y Casetas corresponsales

Capital social ..... Ptas. 5.000.000
suscrito 3.000.000
desembolsado 1.000.000
reservas 1.000.000

Dirección social: Avenida de Eduardo Dato, 8.—MADRID
Sub-Direcciones para Andalucía y Marruecos, Cánovas del Castillo, 51.—SEVILLA
Autorizada por la Dirección general de Comercio, Industria y Seguros.

COVADONGA
Sociedad Española de Seguros contra Incendios
Capital Social: 5.000.000 de Pesetas.
Covadonga en el año 1928.
Domicilio social Alcalá, 25 - MADRID.
Sucursales para Sevilla y su provincia: Cánovas del Castillo, 51. - SEVILLA.

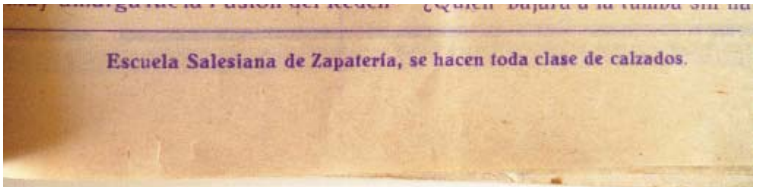
LA FONCIERE
Compañía de Seguros de Transportes, Accidentes y Robo
Fundada en 1876
CAPITAL SOCIAL: 25.000.000 de francos
Agencia general para Sevilla, Cádiz y Ultramar: Cánovas del Castillo, 51-SEVILLA.

Esta Revista ha sido impresa con las acreditadas tintas "LORILLEUX"

Anuncio de la compañía de seguros España

Las páginas con artículos sobre la Semana Santa se tintan en color morado

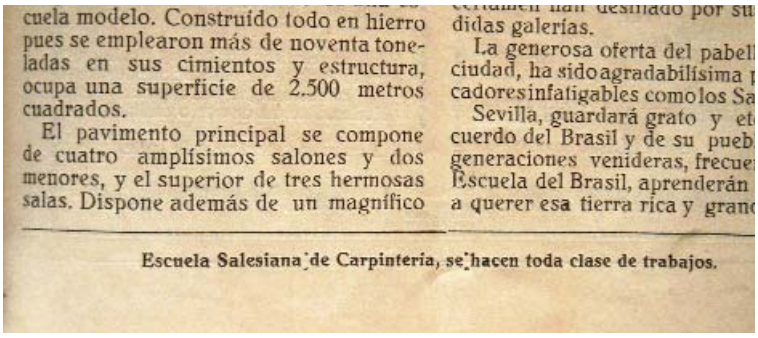












Distintos anuncios tipográficos maquetados a los pies de las páginas

4.2. De periódicos

4.2.1. Suplemento de *El Diario Español* de Buenos Aires

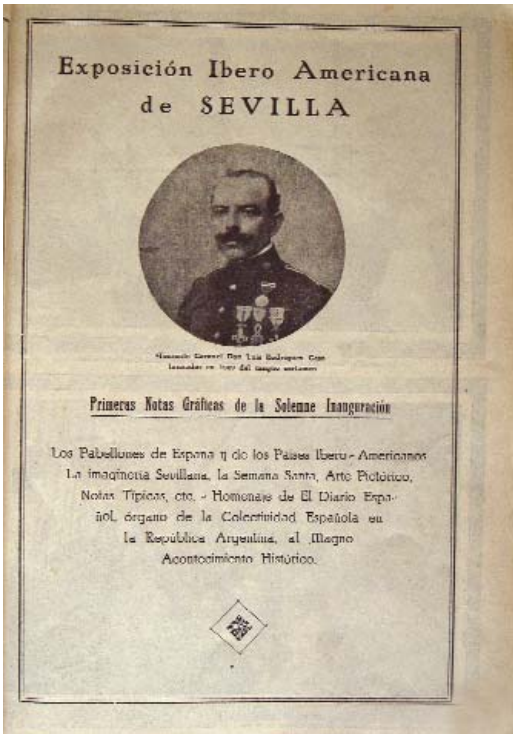
Este suplemento especial de 160 páginas está editado en Buenos Aires, Argentina, en mayo de 1929 por La imprenta Nacional. Formalmente no difiere mucho en su estructura compositiva del resto de catálogos analizados en esta investigación. Su tamaño es de 200 mm. de ancho por 280 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 9 puntos pica y un medianil de 8 mm. Sus páginas están unidas con grapas y la cubierta encolada en el lomo. Las 101 primeras páginas se dedican a Sevilla y el resto a Barcelona. Comienza con artículos de elogio a la ciudad, después detalla la historia de Sevilla y la de la Exposición, y destina otros artículos a empresarios argentinos cuyas industrias han triunfado en España.

Sorprende que en la maquetación de las páginas de texto no haya fotografías relativas a la Exposición y se destinen cajas a anuncios. Sólo se incluyen en el texto las fotografías de dos empresarios argentinos a los que se destinan sendos artículos. Las fotografías se maquetan en páginas sin texto ocupando toda la plana. Se componen en dos cajas, una encima de la otra y se enmarcan con una orla decorativa de inspiración vegetal. Las que son horizontales ocupan una caja, mientras las verticales se unen de dos en dos y se enmarcan juntas en cada caja.

La maquetación no se mantiene idéntica en todo el texto. Para los títulos de los distintos artículos se emplean diferentes fuentes tipográficas; unos van en cursiva y otros no, y tampoco es regular el uso de caja alta y baja. Los artículos de mayor extensión van a dos columnas, en párrafo ordinario. Las fotografías se enmarcan en unos casos con anchas



Portada con la ilustración de Pascual Capuz


Exposición Ibero Americana
de SEVILLA

Primeras Notas Gráficas de la Solemne Inauguración

Los Pabellones de España y de los Países Ibero-Americanos. La imaginada Sevillana, la Semana Santa, Arte Pictórico, Notas Típicas, etc. - Homenaje de El Diario Español, órgano de la Colectividad Española en la República Argentina, al Magno Acontecimiento Histórico.

Portadilla de las páginas dedicadas a la Exposición Ibero Americana


legida Sevilla en la conferencia de Duesseldorf para celebrar aquí el próximo IV Congreso Internacional de Ciudades; — acogido con entusiasmo aquel acuerdo por la Unión de Municipios Españoles y por el Excmo Ayuntamiento de esta ciudad con satisfacción vivísima, tanto por la trascendencia para la vida municipal de las materias que han de tratarse, entre otras muchas las Haciendas locales, las Empresas municipales de carácter económico, la expropiación por causa de utilidad pública, cuanto porque la privilegiada Metrópolis de Andalucía albergará en su recinto á los representantes de muchos pueblos europeos y á todos ó casi todos los de ambas Américas, en la ocasión solemne de celebrarse el Gran Certamen Ibero Americano - espléndida manifestación de la cultura de la gloriosa España y del engrandecimiento de las progresivas repúblicas de allende el Atlántico - y porque de su comunicación íntima con unos y otras sacará provechosas enseñanzas y estrechará los lazos que con todas la unen; el Alcalde de Sevilla espera confiadamente de V.S. que secundando los altos fines, en parte realizados en las Juntas de Amsterdam y Duesseldorf y París, se asociará á esta grande obra de los pueblos civilizados, y que el Municipio de su digna presidencia tendrá representación cumplida en el IV Congreso Internacional de Ciudades, que se celebrará en esta durante los días 18 al 21 de Marzo de 1929.

Queda de V.S. con la mayor consideración

En Sevilla á uno de Diciembre de 1928

El Alcalde

EL DIARIO ESPAÑOL

BUENOS AIRES

Suplemento ilustrado dedicado a las Exposiciones de SEVILLA y BARCELONA

Fundador: LOPEZ GOMARA — Mayo de 1929

ALFONSO XIII — HIPÓLITO YRIGOYEN

NUESTRA OFRENDA

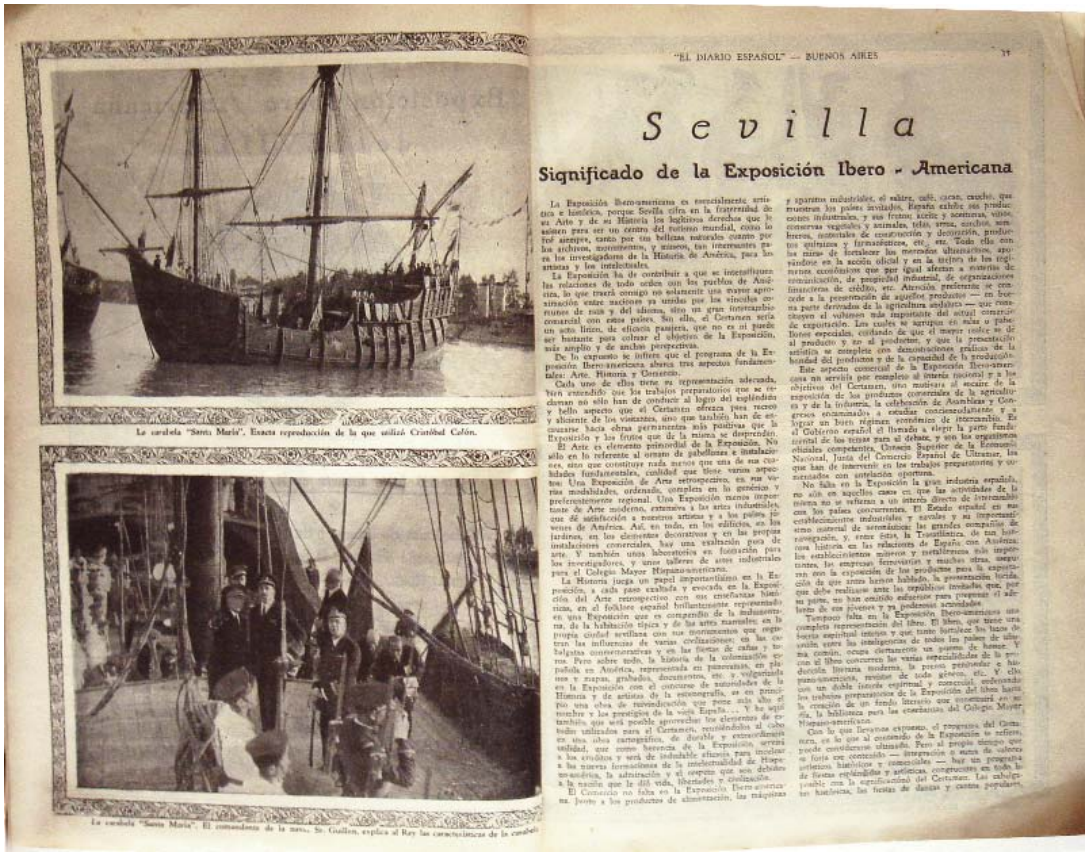
Dorso de la cubierta y primera página impar

orlas decoradas con motivos vegetales y en otros con composiciones lineales que emplean filetes y corondeles.

La cubierta emplea el cartel encargado por el Consejo de Enlace a Pascual Capuz, aunque se ha retocado la ilustración forzando el blanco y negro de los escudos de Sevilla y Barcelona, que en el original son grises, como el resto del dibujo. Sobre la ilustración, en su centro, se compone en una línea corta el título del periódico en letra de palo seco. La par que sigue a la cubierta se ocupa con una carta del alcalde de Sevilla en la que se invita a la participación en el IV Congreso Internacional de Ciudades, que se celebraría entre los días 18 y 29 de marzo de 1929. El diseño de la convocatoria se ajusta al de un pergamino conmemorativo caligrafiado y firmado. Está maquetado a un párrafo con letra de fuente gótica. La primera letra capitular es muy historiada y ocupa la altura de las siete primeras líneas del texto. Imaginamos, por el resto de la palabra, que se trata de una "E", en la que se incluye el escudo de la ciudad. A decir verdad, apenas conserva trazo alguno de esa letra: no tiene el asta transversal y tiene una voluta vertical que confunde el significado de la supuesta letra.

La portada lleva el título del periódico, aunque sin la cabecera tradicional completa. Debajo, al ancho de la caja, se disponen en una franja las fotografías del rey Alfonso XIII y del Presidente de la República Argentina. Ambos enmarcados por la representación de una arcada que se sostiene a ambos lados por sendas columnas. El título del artículo editorial se titula en mayúscula y en negrita, con una fuente romana. El texto va en párrafo ordinario, a dos columnas, con letras de fuente romana. Los subtítulos van en mayúsculas.

Las páginas dedicadas a la Exposición Ibero Americana llevan una portadilla enmarcada, con una fotografía recortada en círculo de Luis Rodríguez Caso, primer impulsor del certamen. Por debajo, en un párrafo en copa, anuncia el contenido del cuadernillo que



"EL DIARIO ESPAÑOL" — BUENOS AIRES

Sevilla

Significado de la Exposición Ibero - Americana

La Exposición Ibero-americana es esencialmente artística e histórica, porque Sevilla cifra en la fraternidad de las Artes y de la Historia los supremos derechos que le asisten para ser un centro del turismo mundial, como lo fué siempre, tanto por sus bellezas naturales como por los archivos, monumentos, y museos, tan interesantes para los investigadores de la Historia de América, para los artistas y los intelectuales.

La Exposición ha de contribuir a que se intensifiquen las relaciones de todo orden con los pueblos de América, lo que traerá consigo no solamente una mayor aproximación entre naciones ya unidas por los vínculos comunes de raza y del idioma, sino un gran intercambio comercial con estos países. Sin ella, el Certamen sería un acto lírico, de efímera pasajera, que no es ni puede ser bastante para colmar el objetivo de la Exposición, más amplio y de anchos perspectivas.

De lo expuesto se infiere que el programa de la Exposición Ibero-americana abarca tres aspectos fundamentales: Arte, Historia y Certamen.

Cada uno de ellos tiene su representación adecuada, bien entendido que los trabajos preparatorios que se realizan no sólo han de contribuir al logro del espléndido y bello aspecto que el Certamen ofrezca para recreo y aliciente de los visitantes, sino que también han de encaminarse hacia obras permanentes más positivas que la Exposición y los frutos que de la misma se desprendan.

El Arte es elemento primordial de la Exposición, no sólo en lo referente al ornato de pabellones e instalaciones, sino que constituye nada menos que una de sus características fundamentales, cualidad que tiene varios aspectos: Una Exposición de Arte retrospectivo, en sus varias modalidades, ordenado, completo en los períodos y preferentemente regional. Una Exposición menos importante de Arte moderno, extensiva a las artes industriales, que de satisfacción a nuestros artistas y a los países hermanos de América. Así, en todo, en los edificios, en los jardines, en los elementos decorativos y en las propias instalaciones comerciales, hay una exaltación pura de arte. Y también unos laboratorios en formación para los investigadores, y unos talleres de artes industriales para el Colegio Mayor Hispanoamericano.

La Historia juega un papel importantísimo en la Exposición, a cada paso exaltada y evocada en la Exposición del Arte retrospectivo en sus enseñanzas históricas, en el folklore español brillantemente representado en una Exposición que es certamen de la industria, de la habitación típica y de las artes manuales; en la propia ciudad sevillana con sus monumentos que registran las influencias de varias civilizaciones; en las colgaduras conmemorativas y en las fiestas de cañas y toros. Pero sobre todo, la historia de la colonización española en América, representada en panoramas, en planos y mapas, grabados, documentos, etc. y vulgarizada en la Exposición con el concurso de autoridades de la Historia y de artistas de la xilografía, es en principio una obra de reivindicación que pone alto el pabellón y los prestigios de la vieja España... Y he aquí también, que será posible aprovechar los elementos de todos utilizados para el Certamen, reintegrándolos al cabo en una obra cartográfica, de durable y extraordinaria utilidad, que como herencia de la Exposición servirá a los estudios y será de indudable alimento para incrementar a las nuevas formaciones de la intelectualidad de Hispanoamérica, la admiración y el cariño que son debidos a la nación que le dió vida, libertades y civilización.

El Comercio no falta en la Exposición Ibero-americana. Junto a los productos de alimentación, las máquinas y aparatos industriales, el calzado, café, cacao, caucho, que muestran los países invitados, España exhibe sus productos industriales, y sus frutos; aceite y aceitunas, vinos, conservas vegetales y animales, telas, vinos, azulejos, artículos, cerámicas de construcción y decoración, productos químicos y farmacéuticos, etc., etc. Todo ello con los fines de fortalecer los mercados ultramarinos, apoyándose en la acción oficial y en la técnica de los regímenes económicos que por igual afectan a materias de comunicación, de propiedad industrial, de organizaciones financieras de crédito, etc. Atención preferente se concede a la presentación de aquellos productos — en bruto o parte derivados de la agricultura andaluza — que representen el volumen más importante del actual comercio de exportación. Los cuales se agrupan en salas o pabellones especiales, cuidando de que el mayor interés se dé al producto y no al productor, y que la presentación artística se complete con demostraciones gráficas de la bondad del producto y de la especialidad de la producción.

Este aspecto comercial de la Exposición Ibero-americana no servirá por completo al interés nacional y a los objetivos del Certamen, sino mediante la ocasión de la exposición de los productos comerciales de la agricultura y de la industria, la celebración de Asambleas y Congresos encaminados a estudiar concienzudamente y a fondo el mejor régimen económico de intercambio. El Gobierno español el llamado a abrir la gran fuente mercantil de las tierras para el debate, y son los organismos oficiales competentes, Ordenación Superior de la Economía Nacional, Junta del Comercio Exterior de Ultramar, los que han de intervenir en los trabajos preparatorios y organizados con antelación oportuna.

No falta en la Exposición la gran industria española, no sólo en aquellos casos en que las actividades de la misma no se refieran a un interés directo de intercambio con los países concurrentes. El Estado español en sus establecimientos industriales y navales y su importante acervo material de aeronáutica, las grandes compañías de navegación, y, entre ellas, la Trasatlántica, de tan honrosa historia en las relaciones de España con América; los establecimientos mineros y metalúrgicos más importantes, las empresas ferroviarias y muchas otras, seguramente, han de exponer en la exposición de los productos para la exportación de que antes hemos hablado, la presentación lucida, digna de que realicen ante las repúblicas invitadas que, por que debe realizarse ante las repúblicas invitadas que, por que debe realizarse ante las repúblicas invitadas que, por que debe realizarse

titula como "Primeras notas gráficas de la Solemne Inauguración". El vértice de la copa se compone con una gracia tipográfica en forma de rombo.

Incluye 32 páginas seguidas dedicadas a fotografías, en forma de álbum. En cuanto a su contenido, podemos distinguir varios grupos: escenas de la inauguración de la Exposición, monumentos históricos y pabellones, escenas de la Semana Santa, fotografías de los cuadros de la Sección de Arte Moderno, y escenas costumbristas (estas últimas están compuestas con actores y con gestos teatrales, que recuerdan a las fotonovelas).

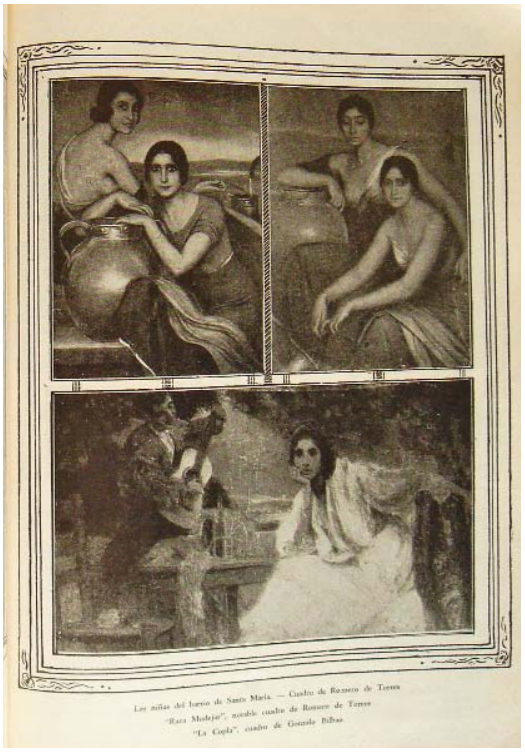
En cuanto a los anuncios, los más abundantes son las tarjetas comerciales de diseño pobre, que se enmarcan y apenas muestran en unas líneas el nombre de la empresa y una explicación del producto. En ocasiones se acompaña de alguna ilustración o del logotipo de la compañía. Más interesante es el de la tienda La Piedad, que da importancia gráfica a la imagen de una chica *Déco*, que ocupa la mitad izquierda del anuncio en una ilustración que juega con una forma texturada en tinta y con líneas diagonales, anchas y paralelas, que sustituyen el cuerpo de la joven. Emplea varias fuentes de letras que se agrupan en la mitad derecha. Por encima se anuncia de manera muy explícita que la tienda ofrece créditos, poniendo esta palabra a gran tamaño, en línea ascendente y empleando una fuente en negrita de inspiración caligráfica.

También emplea una ilustración *Déco* el anuncio de promoción turística de la provincia de Córdoba y Alta Gracia. Un dibujo muy sintético y en negativo, con muchas líneas de tinta, incluyendo las del sol, como era el gusto decorativo de la época. También cobra relieve la tipografía del título, muy gruesa y sin remates, y con el asta triangular de la "A" convertida en triángulo.

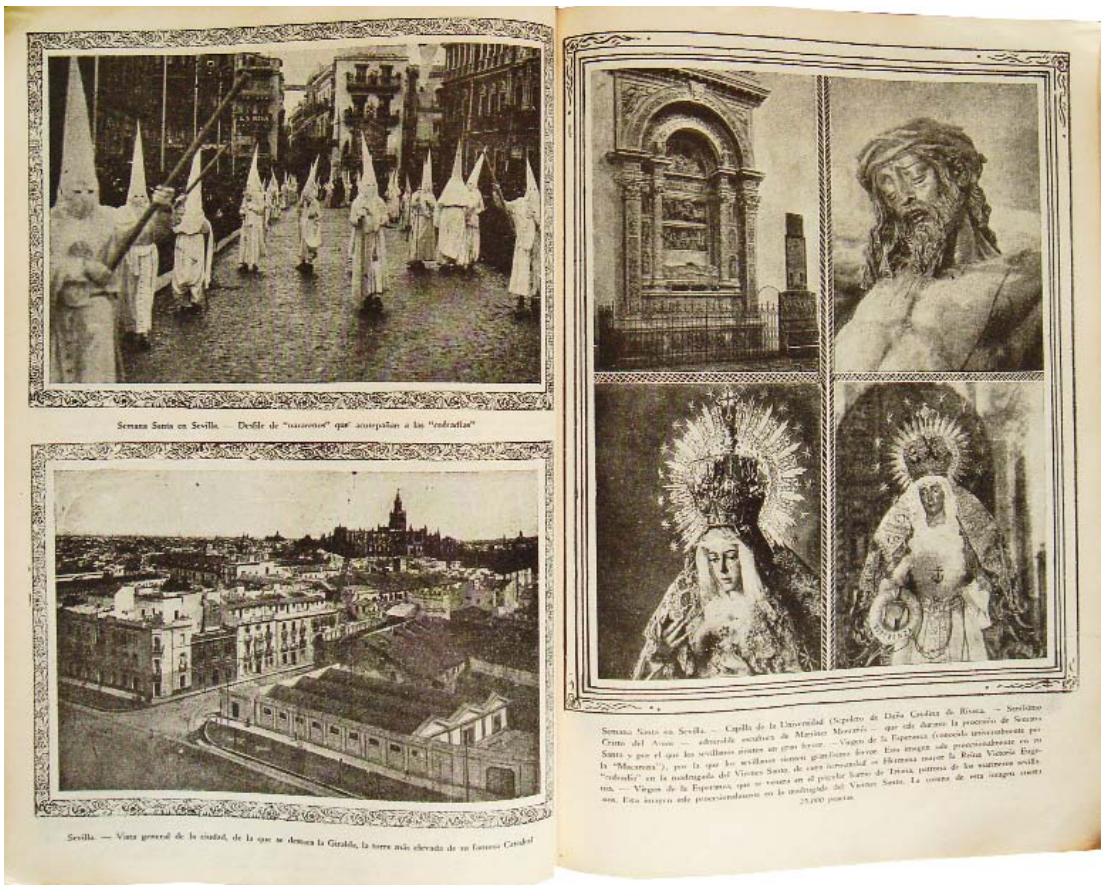
Otro anuncio original es el de Naranja Bilz, una ilustración de ambiente nocturno en la que se muestra la boda de dos naranjas humanizadas. La leyenda "El matrimonio



Maquetación de fotografías con escenas costumbristas



Maquetación de fotografías con los cuadros expuestos en la Sección de Arte Moderno

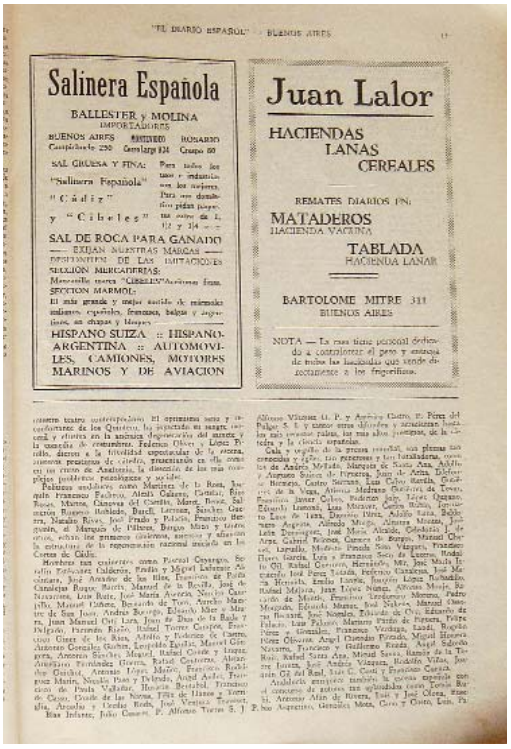


Maquetación de fotografías con monumentos de Sevilla y alusivas a la Semana Santa

más feliz del año", y el fondo con la estampa de dos haciendas, nos hace pensar que se habían unido dos empresas del ramo, pero el anuncio no explica nada más. El título emplea un tipo de inspiración caligráfica.

El anuncio de Ford Motor Company es de estilo norteamericano, con una composición sobria que incluye una ilustración de corte realista y un párrafo explicativo. Incluye el logotipo en el ángulo superior izquierdo y el nombre de la marca se pone en el faldón al ancho de la caja y empleando una fuente de letra perfilada. Toda la composición se enmarca con doble línea.

La contracubierta se completa con un anuncio en blanco y negro de la cerveza Quilnes en la que se hace una composición fotográfica con las tres variantes de la bebida, sobre las que se ponen las cabezas de tres muchachas con peinados *Déco*. Supuestamente el color del pelo de cada una de ellas se corresponde con los colores de la cerveza: tostada, rubia y negra. El tratamiento de la marca es original ya que está parcialmente solapada por las tres copas. Emplea un tipo de inspiración caligráfica, que se subraya con un trazo.


"EL DIARIO ESPAÑOL" — BUENOS AIRES

Salinera Española

BALLESTER y MOLINA
IMPORTADORES

BUENOS AIRES — ROSARIO

SAL GRUESA Y FINA: "Salinera Española" "Cádiz" y "Cibeles"

SAL DE ROCA PARA GANADO

SECCION MERCADERIAS:

SECTION MARMOL:

HISPANO SUIZA :: HISPANO-ARGENTINA :: AUTOMOVILES, CAMIONES, MOTORES MARINOS Y DE AVIACION

Juan Lalor

HACIENDAS
LANAS
CEREALES

REMATES DIARIOS EN:

MATADEROS
HACIENDA VACUNA

TABLADA
HACIENDA LANAR

BARTOLOME MITRE 311
BUENOS AIRES

NOTA — La casa tiene personal técnico...

Anuncios tipográficos



Anuncio de Tiendas La Piedad



Anuncio de promoción turística de una región argentina



Anuncio de Ford Motor Company



Anuncio de Naranja Bilz



Anuncio de la cerveza Quilnes

4.2.2. Suplemento del periódico *La Nación* de Buenos Aires

Éste es un número extraordinario de 40 páginas del periódico argentino *La Nación* dedicado a la Exposición Ibero Americana de Sevilla. Mantiene el formato de sábana tradicional del periódico. Su tamaño es de 400 mm. de ancho por 560 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 11 puntos pica y un medianil de 1 cm. En la cabecera sólo menciona el año 1929, pero no el día y mes exactos de publicación. En todo caso, debió de ser no mucho después de abril de ese año, cuando está fechado el artículo de Luis Montoto que abre la portada del periódico. Se trata de una edición muy decorada, con capitulares historiadas abriendo cada artículo y numerosas fotografías.

La cabecera se decora por debajo con una orla de serpentina que recuerda las olas del mar y el dibujo se completa con sendas viñetas a derecha e izquierda de la plana con carabelas colombinas y delfines saltando las olas. El primer título con la palabra "Sevilla" emplea para sus letras una fuente romana perfilada y sombreada. Cada una de las letras tienen una de sus astas decorada con puntillas blancas. Estas mismas capitulares se emplean para la firma del artículo, que se coloca por debajo de las dos columnas centrales, dejando blanco también para componer tres líneas y para colocar por debajo y en el centro el escudo de Sevilla. La primera capitular del texto principal está decorada dentro de una viñeta en la que se dibuja el escudo de Sevilla. El texto utiliza una fuente romana.

La maquetación de las páginas otorga el mayor peso visual a las líneas verticales, componiéndose la mayor parte de las páginas a seis columnas. No obstante, la primera página va a cuatro columnas. Entre ellas, apaisada, se incluye una gran fotografía de la Giralda y la catedral, que ocupa el ancho de las dos columnas centrales y parte de las que están en los extremos derecho e izquierdo.



Portada de *La Nación*



Detalle de la portada



La página dedicada al pabellón argentino se ocupa con fotografías

Paradójicamente la página con menos texto explicativo es la dedicada al pabellón argentino, que se compone a base de módulos enmarcados con líneas finas y en la que sólo se dedican al texto dos pequeñas cajas que se enfrentan a derecha e izquierda del tercio superior. El resto lleva fotografías. Se incluye en la maquetación un logotipo alegórico del hermanamiento de Argentina (dos manos que se estrechan bajo un gorro gaucho). Entre las fotografías llaman la atención, en los dos ángulos inferiores, las que muestran los bocetos que hizo Gustavo Bacarisas para los vitrales que decoraron el Pabellón Argentino, muy en el estilo de los personajes que este mismo autor compuso para el cartel oficial de la Exposición.

También hallamos otra página de composición modular en la que aparecen las fotografías de los principales monumentos de la Exposición y una reproducción de una partitura manuscrita de Manuel de Falla dedicada al periódico.

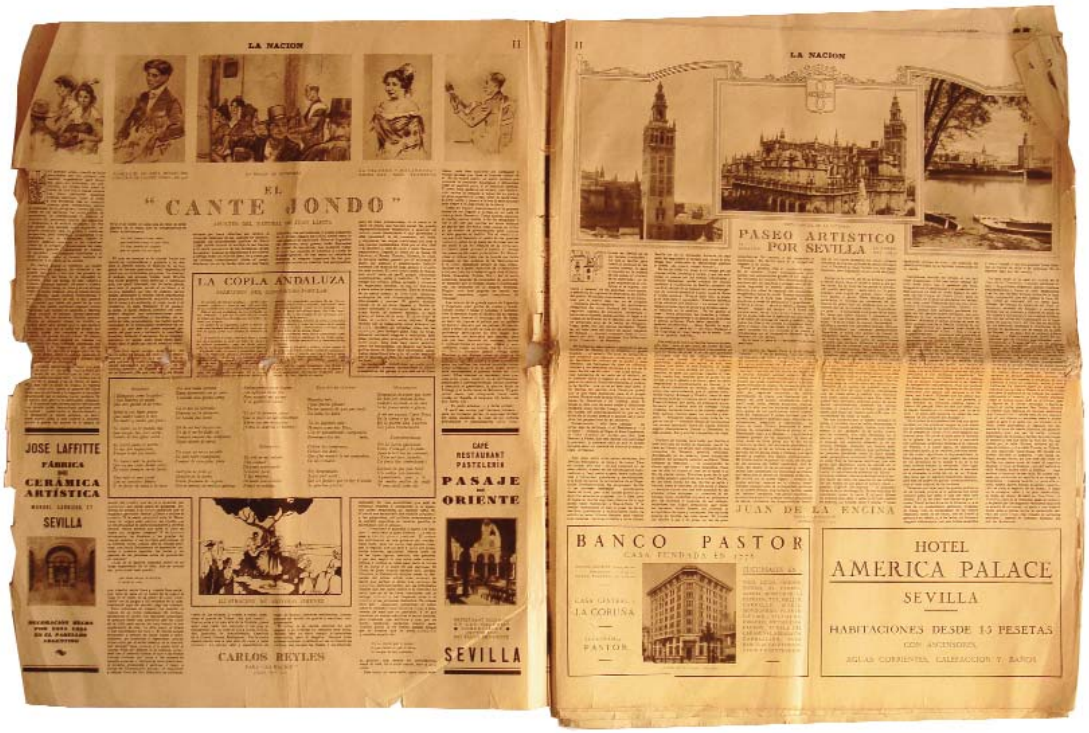
Las páginas dedicadas a distintas provincias andaluzas se maquetan a seis columnas y se ilustran con fotos que encabezan la página y que se justifican al ancho del texto. Los anuncios se maquetan al ancho de las columnas y en función de su relevancia ocupan una anchura de más o menos columnas.

El dedicado al Pabellón de la perfumería Gal ocupa la anchura de tres columnas y, por tanto, la vertical de media página. Se compone con la ilustración, por encima, y un artículo explicativo del Pabellón, por debajo, que va enmarcado y con mayor tamaño de letra que el resto del texto.

La página dedicada a las "Faenas y fiestas del campo andaluz" muestra tres bocetos de Sánchez Dalp encabezando la página. La primera capitular se adorna también con una viñeta alusiva.



Página con los principales monumentos de la Exposición y partitura manuscrita de Manuel de Falla



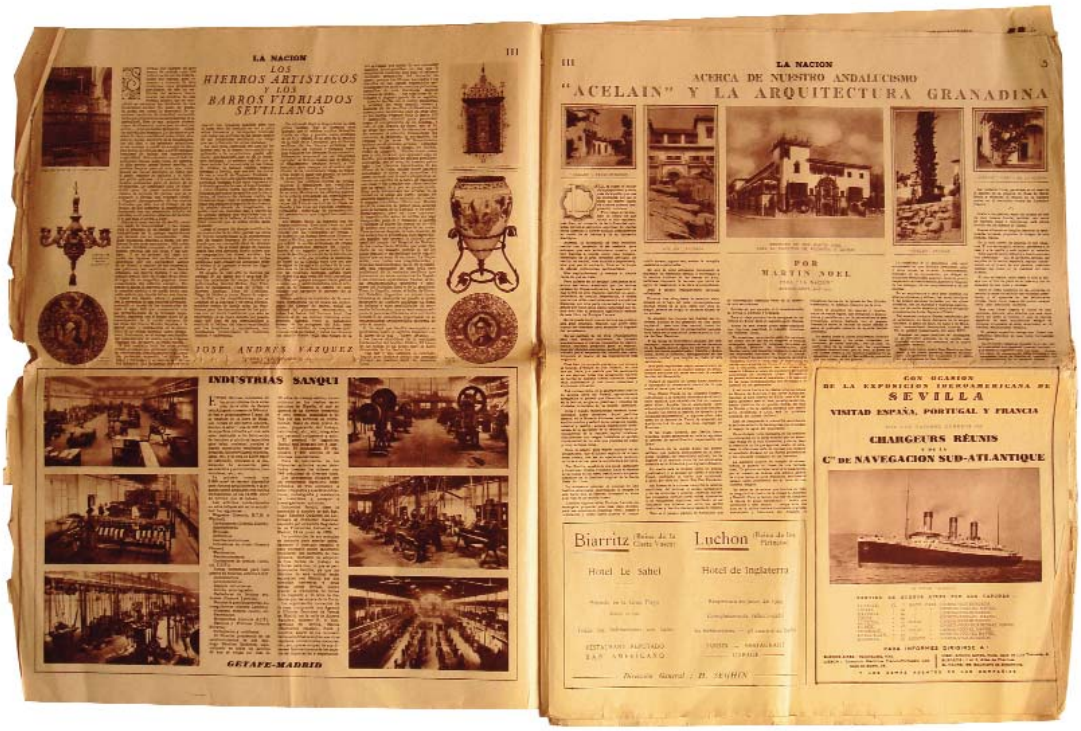
Páginas maquetadas a seis columnas con encabezamiento fotográfico

Pese a que está documentado[2] que el ayuntamiento de Sevilla destinó una partida para colocar una página de publicidad en *La Nación*, ésta no aparece como tal, aunque sí hay una página con un artículo firmado por Alfonso Lasso de la Vega sobre las "Casas Capitulares" de Sevilla.

El anuncio de mayor tamaño es el del producto medicinal Urodonal que ocupa más de la mitad de la plana con una ilustración de motivo taurino. Hay un anuncio de la compañía aceitera andaluza Carbonell que ocupa media plana. Su composición es sobria y equilibrada, con apenas texto y sendas fotografías de envases de aceite y aceitunas de la marca.

El periódico incluye un plano de la Exposición que ocupa media página de la plana.

2. Véase el capítulo dedicado a la propaganda y promoción de la Exposición.



Páginas dedicadas a los atractivos artísticos de las provincias andaluzas



Páginas dedicada a crónica taurina y a las Casas Capitulares de Sevilla



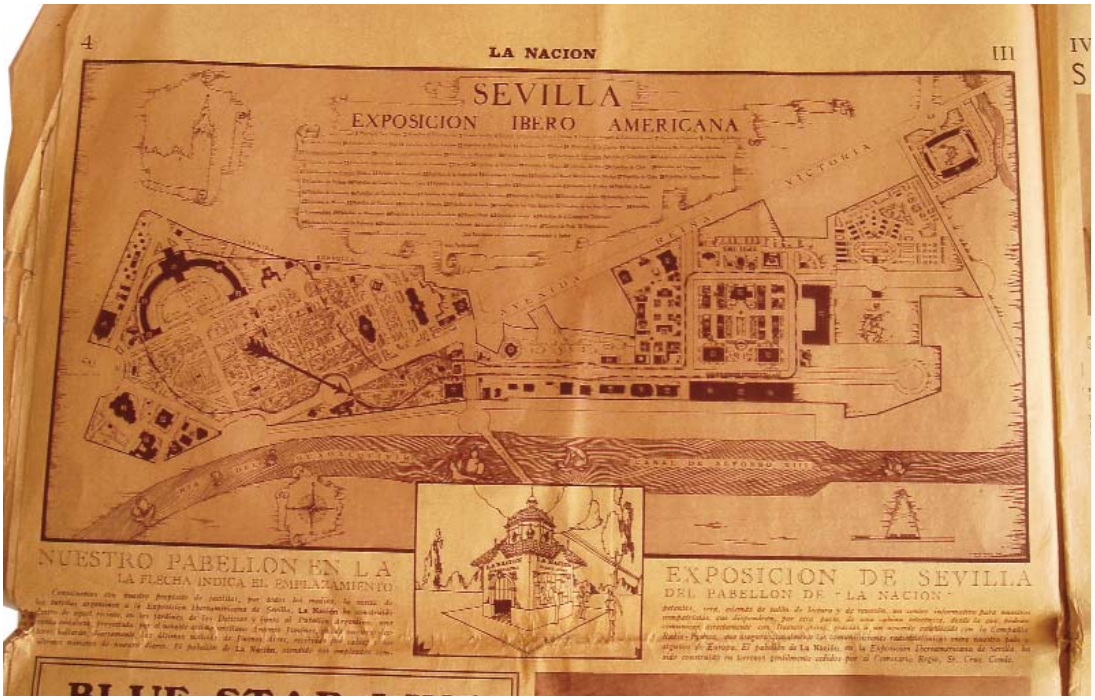
Anuncio de Gal ocupando la mitad derecha de la plana



Anuncio de Urodonal ocupando la mayor parte de la plana



El artículo “Las faenas y fiestas del campo andaluz” se encabeza con varios dibujos de Sánchez-Dalp



Plano detallado de la Exposición Ibero Americana

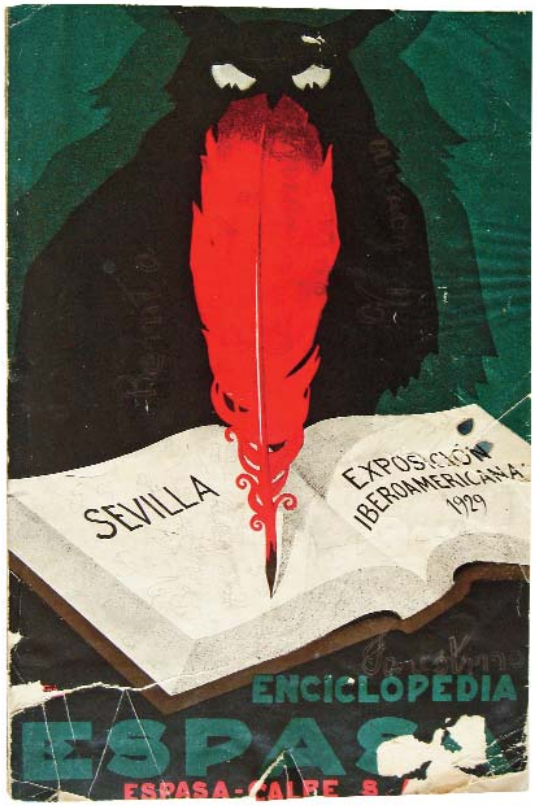
4.3. Otros

4.3.1. Suplemento de la *Enciclopedia Espasa Calpe*

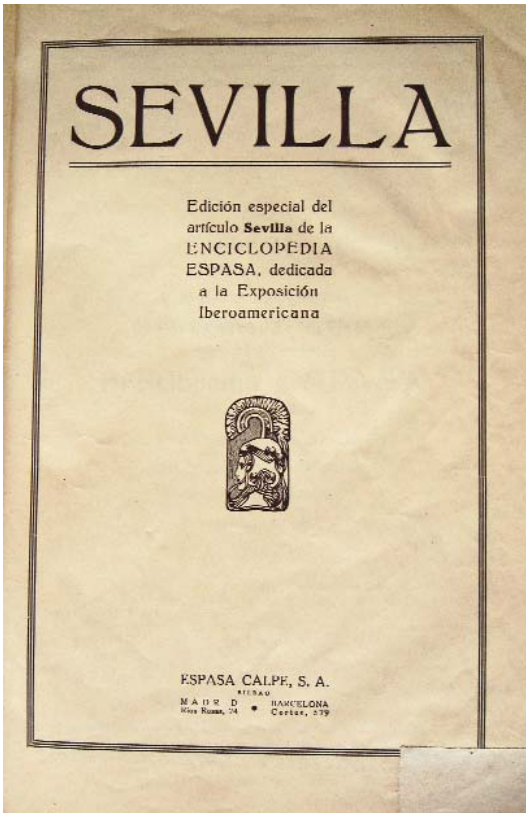
Este suplemento de 80 páginas fue publicado en 1929 por Espasa Calpe como separata de su *Enciclopedia*. Sus hojas están cosidas y la cubierta está encolada en el lomo. Su tamaño es de 125 mm. de ancho por 175 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 9 puntos, con un interlineado de 10 puntos pica.

La ilustración de la cubierta no está firmada. El dibujo es muy efectivo en cuanto a composición y color. El simbolismo de la composición, el fondo oscuro, el juego de doble sombra y el color puro en el elemento principal revela una inspiración en el cartelismo italiano de Federico Séneca, que en ese 1929 publicaba su célebre anuncio de Buitoni. En este caso, el autor muestra la sombra de un búho sobre un fondo de color verde oscuro observando la pluma que escribe el artículo dedicado a la Exposición en la *Enciclopedia Espasa*. El color rojo de la pluma hace que éste sea el elemento que más resalta de la composición, junto al blanco del papel.

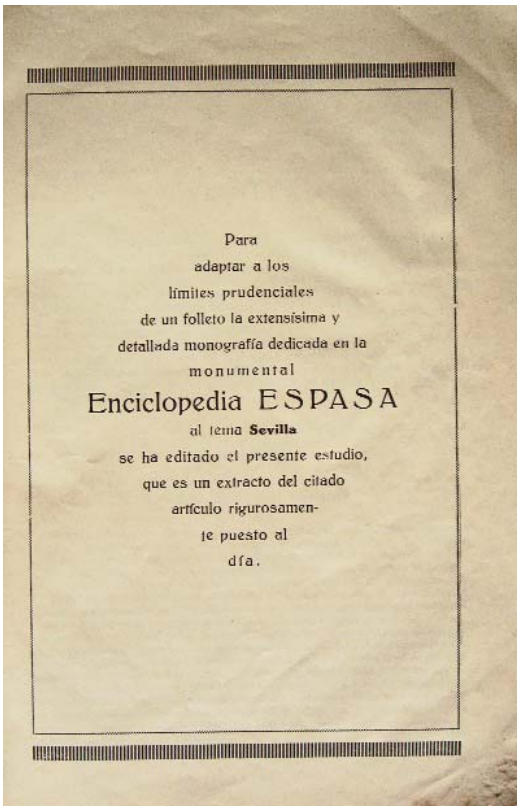
Las letras que se escriben en la *Enciclopedia* son de palo seco. También lo son las del título, que se recorta en color verde sobre fondo negro, así como el nombre de la empresa, Espasa-Calpe, que va en rojo. Para estos dos títulos se eligen letras condensadas sin remates de fuente similar a las familias de las Grotescas o las Futuras, muy de moda en aquella época en Alemania o Suiza para emplearlas en libros técnicos. Años después serían sustituidas por las Universe y las Helvéticas. Como particularidad de las que encontramos aquí, el asta transversal de la "E", que ocupa el ancho de la plana, tiene forma de rombo. Además, el tratamiento del arco de la "P" es exagerado y casi alcanza en su descendente el pie de la letra.



Cubierta del suplemento de Espasa Calpe



Portada



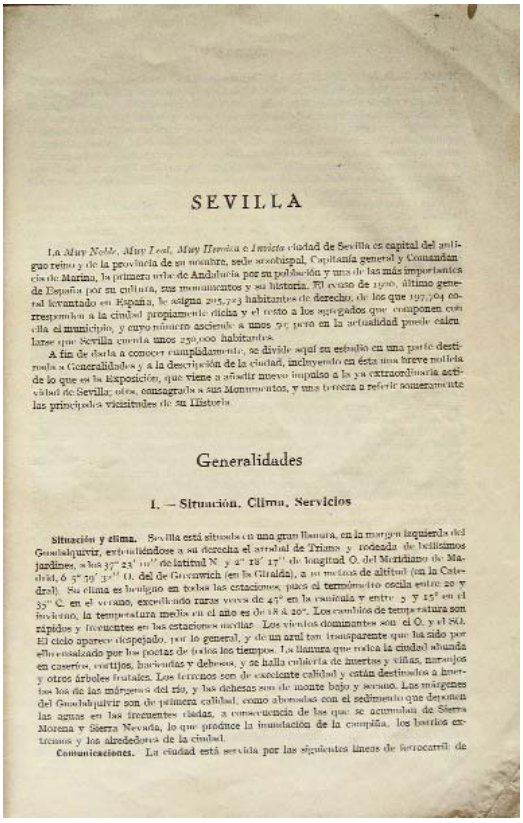
Página siguiente a la portada

La portada está enmarcada con tres líneas finas. Lleva en el centro el logotipo de la marca y por debajo las señas de la editorial. El nombre de la ciudad funciona como título en letras mayúsculas y se subraya con dos filetes. Por debajo lleva seis líneas explicativas que, como el título, emplea un tipo de letra romana.

La siguiente impar sirve de sencilla introducción. Se enmarca con filetes de serpentina y, por encima y por debajo del marco, se componen, en su longitud, sendas orlas tipográficas con secuencias de barras. El texto se maqueta en forma de rombo, con una fuente de letra romana.

En las páginas de texto, el título principal va en mayúscula y a mayor tamaño de cuerpo, y el resto de los títulos de cada apartado sólo con la primera letra en caja alta. Emplea una letra de fuente romana en una columna y en párrafo ordinario. La maquetación es muy sobria, sin concesión alguna a la ornamentación. Las fotografías horizontales se encajan al ancho de la caja, o a la derecha o izquierda de la columna; y las verticales también a derecha o izquierda, adaptando el ancho de la columna de texto. Incluye un plano apaisado de la Exposición y una relación de los principales contenidos que podían visitarse. Encarta, además, un plano de la ciudad de Sevilla, que va suelto.

La contracubierta está ocupada por una fotografía apaisada de la fachada del edificio de Espasa Calpe en Madrid.



SEVILLA

La *Muy Noble, Muy Leal, Muy Heroica* e *Invicta* ciudad de Sevilla es capital del antiguo reino y de la provincia de su nombre, sede arzobispal, Capitanía general y Comandancia de Marina, la primera urbe de Andalucía por su población y una de las más importantes de España por su cultura, sus monumentos y su historia. El censo de 1900, último general levantado en España, le asigna 205,703 habitantes de derecho, de los que 197,704 corresponden a la ciudad propiamente dicha y el resto a los agregados que componen con ella el municipio, y cuyo número asciende a unos 70 000 en la actualidad puede calcularse que Sevilla cuenta unos 250,000 habitantes.

A fin de darla a conocer cumplidamente, se divide aquí su estudio en una parte destinada a Generalidades y a la descripción de la ciudad, incluyendo en ésta una breve noticia de lo que es la Exposición, que viene a añadir nuevo impulso a la ya extraordinaria actividad de Sevilla; otra, encargada a sus Monumentos, y una tercera a referir someramente las principales vicisitudes de su Historia.

Generalidades

1. — Situación. Clima. Servicios

Situación y clima. Sevilla está situada en una gran llanura, en la margen izquierda del Guadalquivir, extendiéndose a su derecha el arrabal de Triana y rodeada de bellísimos jardines, a los 37° 23' 11" de latitud N. y 2° 18' 17" de longitud O. del Meridiano de Madrid, 6 5° 59' 30" O. del de Greenwich (en la Giralda), a 10 metros de altitud (en la Catedral). Su clima es benigno en todas las estaciones; pues el termómetro oscila entre 20 y 35° C. en el verano, excediendo raras veces de 42° en la canícula y entre 5 y 15° en el invierno, la temperatura media en el año es de 18 8 20°. Los cambios de temperatura son rápidos y frecuentes en las estaciones medias. Los vientos dominantes son el O. y el SO. El cielo aparece despejado, por lo general, y de un azul tan transparente que ha sido por ello ensalzado por los poetas de todos los tiempos. La llanura que rodea la ciudad abunda en caseríos, cortijos, haciendas y dehesas, y se halla cubierta de huertas y viñas, naranjos y otros árboles frutales. Los terrenos son de excelente calidad y están destinados a hortalizas los de las márgenes del río, y las dehesas son de monte bajo y secano. Las márgenes del Guadalquivir son de primera calidad, como abonadas con el sedimento que depositan las aguas en las frecuentes riadas, a consecuencia de las que se acumulan de Sierra Morena y Sierra Nevada, lo que produce la inundación de la campiña, los barrios extremos y los alrededores de la ciudad.

Comunicaciones. La ciudad está servida por las siguientes líneas de ferrocarril: de

Primera página impar



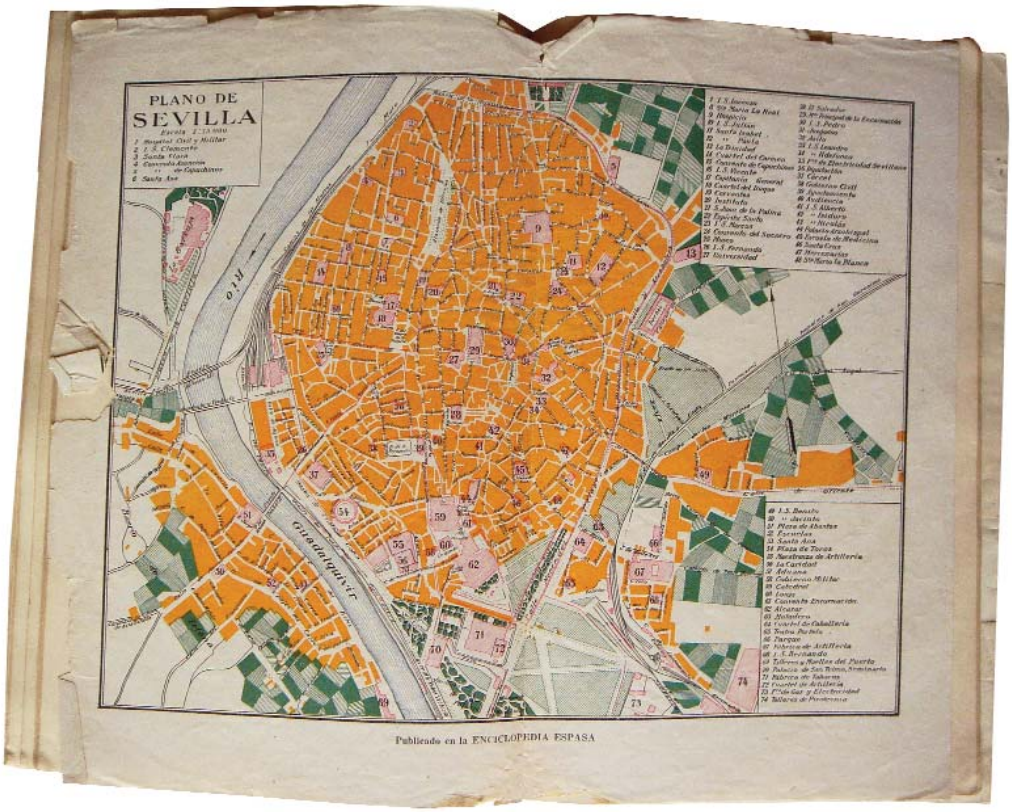
SEVILLA

Pilatos; la de Gerona, en la que nació Velázquez; la de Jesús, en la que se hallan unos subterráneos que se suponen fueron baños de las reinas moras; la de los Mármoles, en la que existen tres colosales bustos monolíticos de piedra granítica, que se ven hoy enterrados hasta más de la mitad de su altura en el que fué patio de la casa que hubo el vértice del ángulo con la calle del Agua y que, como sus dos compañeros, erigidos en la Alameda de Hércules, se suponen procedentes de un gigantesco templo romano; la de San Luis, en la que la tradición quiere que habitara doña María de Padilla cuando fué conocida por el sobrenombre de don Pedro; la de Santa Clara, con el convento de este nombre, en cuyo huerto se alza la torre de Don Fadrique; la de Santiago, notable por el popular Corral del Conde, de que se ha hablado; la de las Sierpes, centro de bulliciosa animación que persiste hasta altas horas de la noche, provista de bien instalados comercios, cafés y centros de recreo; la de Zaragoza, que hospeda en una de sus casas a Santa Teresa de Jesús; la de Murillo, Alcázares, Lista, Conde de Barajas, Arguijo y Ximénez de Enciso, que toman sus nombres de cédos personajes por haber vivido en ellas; y, finalmente, las de Feria, Menéndez Pelayo, Rálida, Arjona, Adriano, Rosario, Luis Montoto, Pajes del Coro, Santo Tomás, Reyes Católicos, Domicilio de los Ríos, Julio César y Jiménez de Cisneros, más espaciosas que las citadas y ornadas con espléndido arbolado. Merecen mención especial también los paseos de la Puerta de Jerez, de Felipe y de la Orilla del Río, inmediatos al palacio de San Telmo; el paseo y jardines de Cristina, frente al citado palacio, delante de las mejoras de esta ciudad, al asistente Arjona; su plano tiene aproximadamente la figura de un triángulo, cuyos lados corresponden al palacio de San Telmo, dirección del río y dirección del Tagarete. En su centro hay un magnífico salón, al que se entra por cuatro grandes espaciosas, y todo él se halla cerrado de un cinturón de hierro que sirve de resguardar a los asientos que le circundan; a los lados, entre diversas calles arboladas, se encuentran cuatro jardines de varias formas y tamaños, siempre cubiertos de flores. Uno de los jardines más hermosos y frecuentados es el de Catalina de Ribera, cercano al barrio de Santa Cruz, lindero con el Alcázar. El jardín de Catalina de Ribera fué reformado en 1900, levantándose en él un sencillo y elegante monumento a Cristóbal Colón y una fuente monumental dedicada a la ilustre dama

Ejemplo de maqueta con fotografía horizontal y vertical



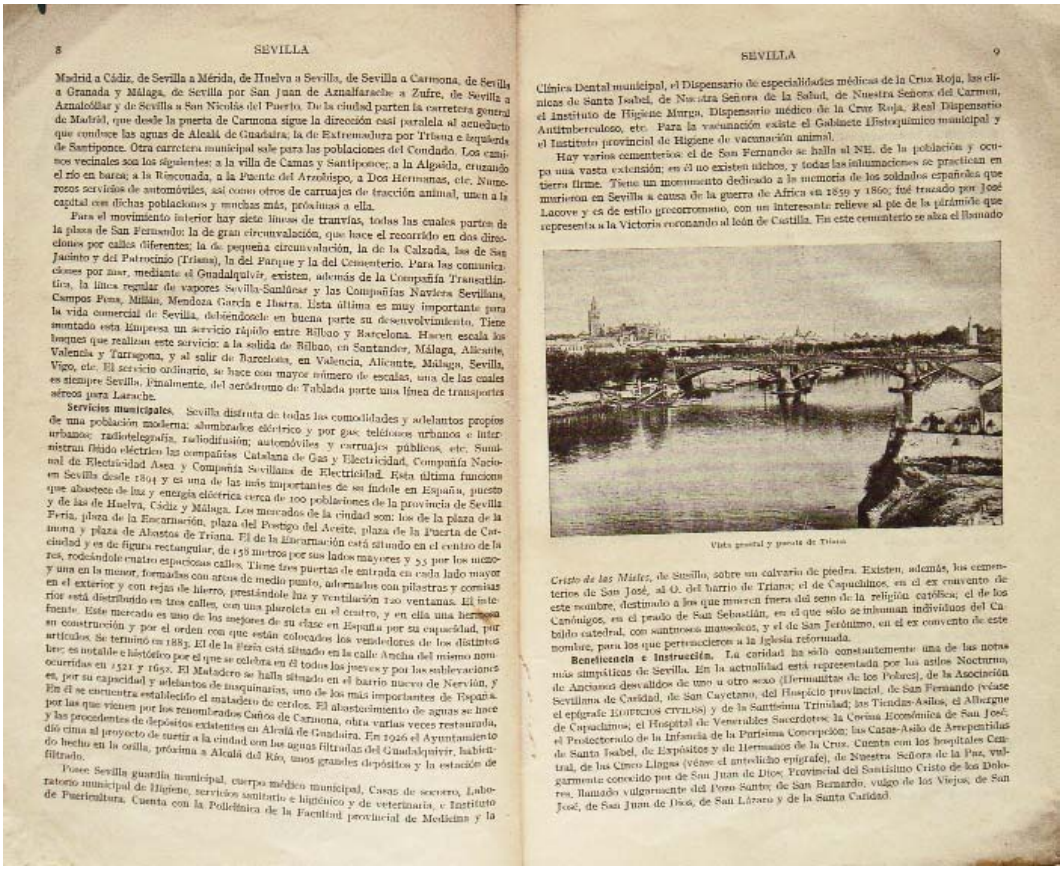
Encarte del plano de Sevilla



Plano de Sevilla



Plano de la Exposición Ibero Americana



8 SEVILLA

Madrid a Cádiz, de Sevilla a Mérida, de Huelva a Sevilla, de Sevilla a Carmona, de Sevilla a Granada y Málaga, de Sevilla por San Juan de Aznalfarache a Zufre, de Sevilla a Aznalcóllar y de Sevilla a San Nicolás del Puerto. De la ciudad parten la carretera general de Madrid, que desde la puerta de Carmona sigue la dirección casi paralela al acueducto que conduce las aguas de Alcalá de Guadaíra; la de Extremadura por Triana e izquierda de Santiponce. Otra carretera municipal sale para las poblaciones del Condado. Los caminos vecinales son los siguientes: a la villa de Camas y Santiponce; a la Algaida, cruzando el río en barca; a la Rinconada, a la Puente del Arzobispo, a Dos Hermanas, etc. Numerosos servicios de automóviles, así como otros de carruajes de tracción animal, unen a la capital con dichas poblaciones y muchas más, próximas a ella.

Para el movimiento interior hay siete líneas de tranvías, todas las cuales parten de la plaza de San Fernando: la de gran circunvalación, que hace el recorrido en dos direcciones por calles diferentes; la de pequeña circunvalación, la de la Calzada, las de San Jacinto y del Patrocinio (Triana), la del Parque y la del Cementerio. Para las comunicaciones por mar, mediante el Guadalquivir, existen, además de la Compañía Transatlántica, la línea regular de vapores Sevilla-Sanlúcar y las Compañías Navieras Sevillana, Campos Pena, Millán, Mendoza García e Ibarra. Esta última es muy importante para la vida comercial de Sevilla, debiéndosele en buena parte su desenvolvimiento. Tiene montado esta Empresa un servicio rápido entre Bilbao y Barcelona. Hacen escala los buques que realizan este servicio: a la salida de Bilbao, en Santander, Málaga, Alicante, Valencia y Tarragona, y al salir de Barcelona, en Valencia, Alicante, Málaga, Sevilla, Vigo, etc. El servicio ordinario, se hace con mayor número de escalas, una de las cuales es siempre Sevilla. Finalmente, del aeródromo de Tablada parte una línea de transportes aéreos para Larache.

Servicios municipales. Sevilla disfruta de todas las comodidades y adelantos propios de una población moderna: alumbrados eléctrico y por gas, teléfonos urbanos e interurbanos; radiotelegrafía, radiodifusión; automóviles y carruajes públicos, etc. Suministran fluido eléctrico las compañías Catalana de Gas y Electricidad, Compañía Nacional de Electricidad Asea y Compañía Sevillana de Electricidad. Esta última funciona en Sevilla desde 1894 y es una de las más importantes de su índole en España, puesto que abastece de luz y energía eléctrica cerca de 100 poblaciones de la provincia de Sevilla y de las de Huelva, Cádiz y Málaga. Los mercados de la ciudad son: los de la plaza de la Alfalfa y plaza de Abastos de Triana. El de la Encarnación está situado en el centro de la ciudad y es de figura rectangular, de 158 metros por sus lados mayores y 55 por los menores, rodeándole cuatro espaciosas calles. Tiene tres puertas de entrada en cada lado mayor y una en la menor, formadas con arcos de medio punto, adornados con pilastras y cornisamentos en el exterior y con rejas de hierro, prestándole luz y ventilación tres ventanas. El interior está distribuido en tres calles, con una plazoleta en el centro, y en ella una hermosa fuente. Este mercado es uno de los mejores de su clase en España por su capacidad, por su construcción y por el orden con que están colocados los vendedores de los distintos artículos. Se terminó en 1885. El de la Feria está situado en la calle Ancha del mismo nombre; es notable e histórico por el que se celebra en él todos los jueves y por las sublevaciones ocurridas en 1521 y 1652. El Matadero se halla situado en el barrio nuevo de Nervión, y es, por su capacidad y adelantos de maquinarias, uno de los más importantes de España. En él se encuentra establecido el matadero de cerdos. El abastecimiento de aguas se hace por las que vienen por los renombrados Caños de Carmona, obra varias veces restaurada, y las procedentes de depósitos existentes en Alcalá de Guadaíra. En 1926 el Ayuntamiento dió cima al proyecto de surtir a la ciudad con las aguas filtradas del Guadalquivir, habiéndolo hecho en la orilla, próxima a Alcalá del Río, unos grandes depósitos y la estación de filtrado.

Posee Sevilla guardia municipal, cuerpo médico municipal, Casas de socorro, Laboratorio municipal de Higiene, servicios sanitario e higiénico y de veterinaria, e Instituto de Puericultura. Cuenta con la Politécnica de la Facultad provincial de Medicina y la

SEVILLA 9

Clínica Dental municipal, el Dispensario de especialidades médicas de la Cruz Roja, las clínicas de Santa Isabel, de Nuestra Señora de la Salud, de Nuestra Señora del Carmen, el Instituto de Higiene Murga, Dispensario médico de la Cruz Roja, Real Dispensario Antituberculoso, etc. Para la vacunación existe el Gabinete Histoquímico municipal y el Instituto provincial de Higiene de vacunación animal.

Hay varios cementerios: el de San Fernando se halla al NE. de la población y ocupa una vasta extensión; en él no existen nichos, y todas las inhumaciones se practican en tierra firme. Tiene un monumento dedicado a la memoria de los soldados españoles que murieron en Sevilla a causa de la guerra de Africa en 1859 y 1860; fué trazado por José Lacove y es de estilo grecorromano, con un interesante relieve al pie de la pirámide que representa a la Victoria coronando al león de Castilla. En este cementerio se alza el llamado

Vista general y puente de Triana

Cristo de las Mieles, de Susillo, sobre un calvario de piedra. Existen, además, los cementerios de San José, al O. del barrio de Triana; el de Capuchinos, en el ex convento de este nombre, destinado a los que mueren fuera del seno de la religión católica; el de los Canónigos, en el prado de San Sebastián, en el que sólo se inhuman individuos del Cabildo catedral, con santuosas mausoleos, y el de San Jerónimo, en el ex convento de este nombre, para los que pertenecieron a la Iglesia reformada.

Beneficencia e instrucción. La caridad ha sido constantemente una de las notas más simpáticas de Sevilla. En la actualidad está representada por las astas Nocturna, de Ancianos desvalidos de uno u otro sexo (Hermanitas de los Pobres), de la Asociación Sevillana de Caridad, de San Cayetano, del Hospicio provincial, de San Fernando (véase el epígrafe BENEFICIOS CIVILES) y de la Santísima Trinidad; las Tiendas-Asilos, el Albergue de Capuchinos; el Hospital de Venerables Sacerdotes; la Cocina Económica de San José; el Protectorado de la Infancia de la Purísima Concepción; las Casas-Asilo de Arrepentidas de Santa Isabel, de Expósitos y de Hermanos de la Cruz. Cuenta con los hospitales Central, de las Cinco Llagas (véase el antedicho epígrafe), de Nuestra Señora de la Paz, vulgarmente conocido por de San Juan de Dios, Provincial del Santísimo Cristo de los Dolores, llamado vulgarmente del Pozo Santo, de San Bernardo, vulgo de los Viejos, de San José, de San Juan de Dios, de San Lázaro y de la Santa Caridad.

Ejemplo de maqueta a doble página. Ni el texto ni las fotografías llevan orlas ni marcos



Fachada del edificio de ESPASA-CALPE, S. A., en Madrid, calle de Ríos Rosas, núm. 24, en el que se hallan instalados sus oficinas, talleres y almacenes

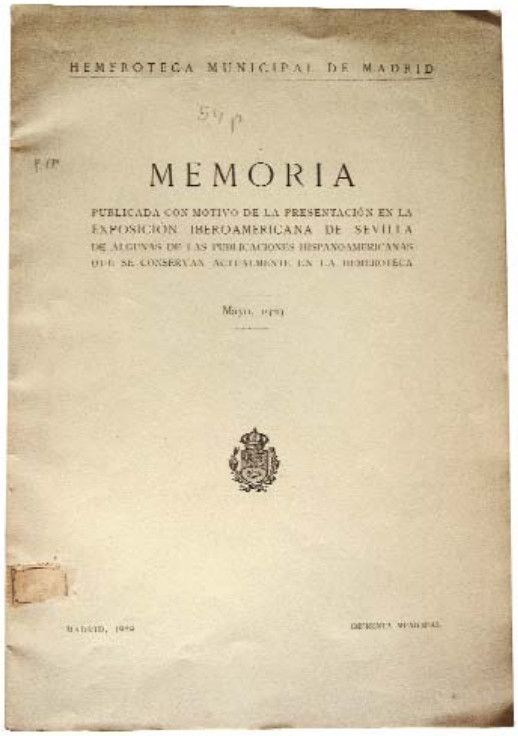
Contracubierta con fotografía de la fachada de la editorial

4.3.2. Suplemento de la Hemeroteca Municipal de Madrid

Se trata de la Memoria publicada por la Imprenta Municipal de Madrid con motivo de la Exposición Ibero Americana en mayo de 1929. Sus 54 páginas están cosidas y la cubierta pegada al lomo con cola. Su tamaño es de 190 mm. de ancho por 273 mm. de alto. La mayor parte del texto emplea un tamaño de letra de 12 puntos, con un interlineado de 14 puntos pica.

La cubierta es tipográfica a excepción del escudo. Emplea una letra de fuente romana y todas las líneas van en caja alta. La línea principal va en negrita, mientras el título de la hemeroteca se subraya con doble filete. En la orilla inferior va la fecha, la ciudad y la imprenta. La portada es idéntica.

El texto principal va a una sola columna con párrafo ordinario con fuente de letra romana. El título va en mayúscula a un tamaño de letra mayor. El prólogo emplea una fuente de letra que recuerda a las utilizadas en las imprentas primitivas del siglo XVI. La relación de publicaciones se enumera a dos columnas separadas por un corondel, con el texto justificado a la izquierda. El nombre de la ciudad se pone en mayúscula y en un cuerpo de mayor tamaño que los nombres de las publicaciones.



HEMEROTECA MUNICIPAL DE MADRID

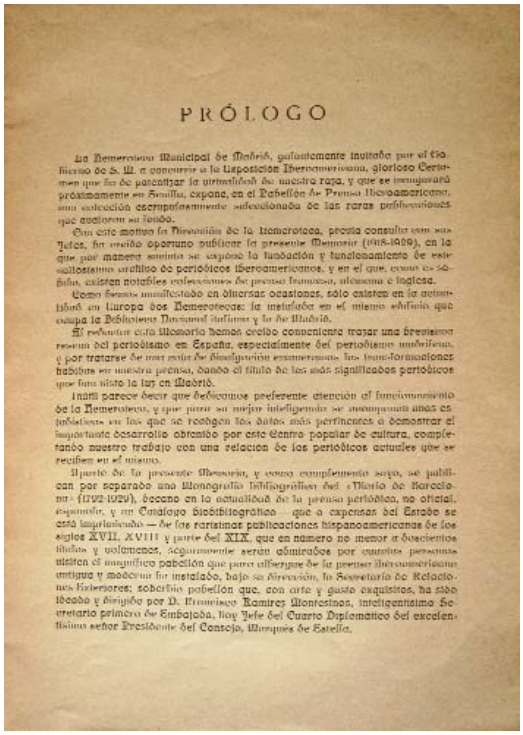
MEMORIA

PUBLICADA CON MOTIVO DE LA PRESENTACIÓN EN LA EXPOSICIÓN IBEROAMERICANA DE SEVILLA DE ALGUNAS DE LAS PUBLICACIONES HISPANOAMERICANAS QUE SE CONSERVAN ACTUALMENTE EN LA HEMEROTECA

Mayo, 1929

MADRID, 1929 IMPRENTA MUNICIPAL

Cubierta



PRÓLOGO

La Hemeroteca Municipal de Madrid, galantemente invitada por el Gobierno de S. M. a concurrir a la Exposición Iberoamericana, glorioso certamen que ha de patentizar la grandeza de nuestra raza, y que se inaugurará próximamente en Sevilla, capital en el Pabellón de Prensa Hispanoamericana, una selección escrupulosamente seleccionada de las raras publicaciones que atesoran su fondo.

Con este motivo la Dirección de la Hemeroteca, previa consulta con sus Jefes, ha creído oportuno publicar la presente Memoria (1918-1929), en la que por manera sucinta se expone la fundación y funcionamiento de este calificado archivo de periódicos iberoamericanos, y en el que, como es sabido, existen notables colecciones de prensa francesa, alemana e inglesa.

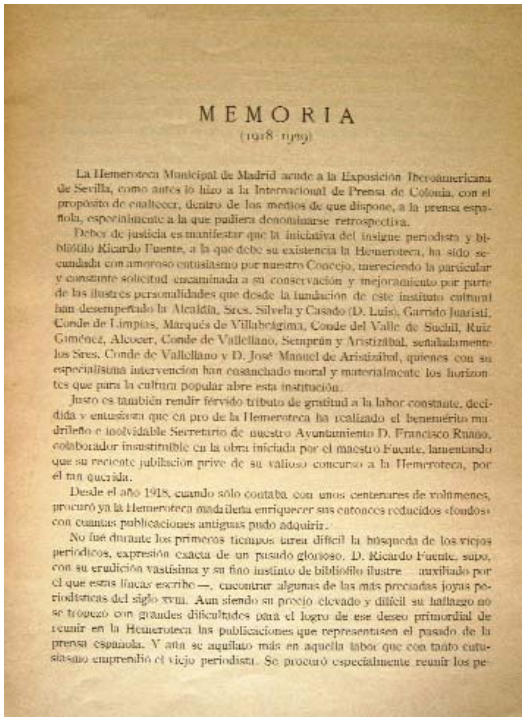
Como hemos manifestado en diversas ocasiones, sólo existen en la actualidad en Europa dos Hemerotecas: la instalada en el mismo edificio que ocupa la Biblioteca Nacional italiana y la de Madrid.

El redactar esta Memoria hemos creído conveniente trazar una brevísima reseña del periodismo en España, especialmente del periodismo madrileño, y por tratarse de una nota de divulgación examinamos las transformaciones habidas en nuestra prensa, dando el título de las más significados periódicos que han visto la luz en Madrid.

Inútil parece decir que dedicamos preferente atención al funcionamiento de la Hemeroteca, y que para su mejor inteligencia se acompañan unas estadísticas en las que se recogen los datos más pertinentes a demostrar el importante desarrollo obtenido por este Centro popular de cultura, completando nuestro trabajo con una relación de los periódicos actuales que se reciben en el mismo.

A partir de la presente Memoria, y como complemento suyo, se publican por separado una Monografía bibliográfica del «Diario de Barcelona» (1792-1929), decano en la actualidad de la prensa periódica, no oficial, española, y un Catálogo biobibliográfico —que a expensas del Estado se está imprimiendo— de las rarísimas publicaciones hispanoamericanas de los siglos XVII, XVIII y parte del XIX, que en número no menor a doscientos títulos y volúmenes, seguramente serán admiradas por cuantos peregrinos visiten el magnífico pabellón que para albergue de la prensa iberoamericana antigua y moderna ha instalado, bajo su dirección, la Secretaría de Relaciones Exteriores; soberbio pabellón que, con arte y gusto exquisitos, ha sido ideado y dirigido por D. Francisco Ramírez Montesinos, inteligentísimo Secretario primero de Embajada, hoy Jefe del Cuarto Diplomático del excelentísimo señor Presidente del Consejo, Marqués de Estella.

Página dedicada al prólogo



MEMORIA
(1918-1929)

La Hemeroteca Municipal de Madrid acude a la Exposición Iberoamericana de Sevilla, como antes lo hizo a la Internacional de Prensa de Colonia, con el propósito de enaltecer, dentro de los medios de que dispone, a la prensa española, especialmente a la que pudiera denominarse retrospectiva.

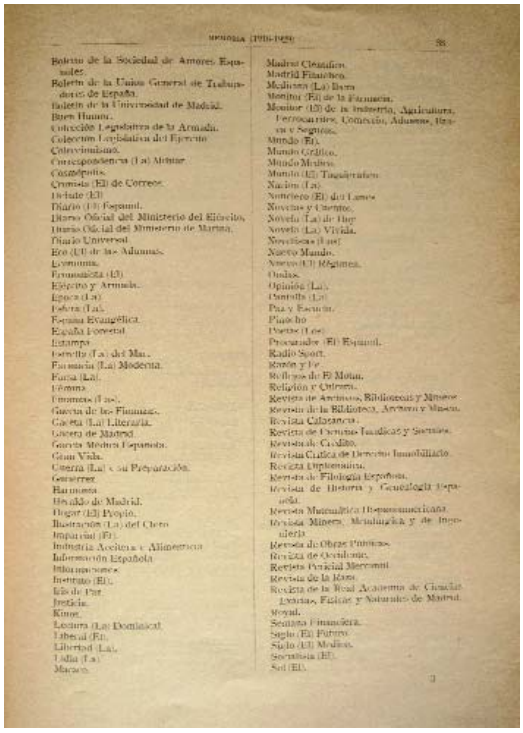
Deber de justicia es manifestar que la iniciativa del insigne periodista y bibliófilo Ricardo Fuente, a la que debe su existencia la Hemeroteca, ha sido secundada con amoroso entusiasmo por nuestro Concejo, mereciendo la particular y constante solicitud encaminada a su conservación y mejoramiento por parte de las ilustres personalidades que desde la fundación de este instituto cultural han desempeñado la Alcaldía, Sres. Silvela y Casado (D. Luis), Garrido Juaristi, Conde de Limpias, Marqués de Villabrágima, Conde del Valle de Suchil, Ruiz Giménez, Alcocer, Conde de Vallellano, Semprún y Aristizábal, señaladamente los Sres. Conde de Vallellano y D. José Manuel de Aristizábal, quienes con su especialísima intervención han contribuido moral y materialmente los horizontes que para la cultura popular abre esta institución.

Justo es también rendir férvido tributo de gratitud a la labor constante, decidida y entusiasta que en pro de la Hemeroteca ha realizado el benemérito madrileño e inolvidable Secretario de nuestro Ayuntamiento D. Francisco Ruano, colaborador insustituible en la obra iniciada por el maestro Fuente, lamentando que su reciente jubilación prive de su valioso concurso a la Hemeroteca, por el tan querida.

Desde el año 1918, cuando sólo contaba con unos centenares de volúmenes, procuró ya la Hemeroteca madrileña enriquecer sus entonces reducidos «fondos» con cuantas publicaciones antiguas pudo adquirir.

No fué durante los primeros tiempos tarea difícil la búsqueda de los viejos periódicos, expresión exacta de un pasado glorioso. D. Ricardo Fuente, supo, con su erudición vastísima y su fino instinto de bibliófilo ilustre —auxiliado por el que estas líneas escribe—, encontrar algunas de las más preciadas joyas periodísticas del siglo XVIII. Aun siendo su precio elevado y difícil su hallazgo no se tropezó con grandes dificultades para el logro de ese deseo primordial de reunir en la Hemeroteca las publicaciones que representasen el pasado de la prensa española. Y aún se aquilató más en aquella labor que con tanto entusiasmo emprendió el viejo periodista. Se procuró especialmente reunir los pe-

Primera página del texto principal



MEMORIA (1918-1929) 33

Boletín de la Sociedad de Amores Españoles.
Boletín de la Unión General de Trabajadores de España.
Boletín de la Universidad de Madrid.
Bien Humo.
Colección Legislativa de la Armada.
Colección Legislativa del Ejército.
Colleviniana.
Correspondencia (La) Militar.
Cosmópolis.
Cromista (El) de Correos.
Debate (El).
Diario (El) Español.
Diario Oficial del Ministerio del Ejército.
Diario Oficial del Ministerio de Marina.
Diario Universal.
Eco (El) de las Aduanas.
Economía.
Ecumenista (El).
Ejército y Armada.
Epoca (La).
Fabra (La).
Fenix Evangélico.
España Forestal.
Estampa.
Estrella (La) del Mar.
Farmacia (La) Moderna.
Faro (La).
Fémina.
Finanzas (Las).
Gaceta de los Ferrocarriles.
Gaceta (La) Literaria.
Gaceta de Madrid.
Gaceta Médica Española.
Gran Vida.
Guerra (La) y su Preparación.
Generrez.
Harmonía.
Heraldo de Madrid.
Hogar (El) Propio.
Ilustración (La) del Clero.
Imparcial (El).
Industria Aceitera e Alimenticia.
Información Española.
Ilustraciones.
Instituto (El).
Isla de Pan.
Justicia.
Kinor.
Lectura (La) Dominical.
Liberal (El).
Libertad (La).
Lidia (La).
Mercurio.
Madrid Científico.
Madrid Financiero.
Mediodía (La) Ibera.
Menina (El) de la Farmacia.
Monitor (El) de la Industria, Agricultura, Ferrocarriles, Comercio, Aduanas, Banca y Seguros.
Mundo (El).
Mundo Gráfico.
Mundo Médico.
Mundo (El) Taquigráfico.
Nación (La).
Noticiero (El) del Lunes.
Novelas y Cuentos.
Novela (La) de Hoy.
Novela (La) Vivida.
Novelistas (Los).
Nuevo Mundo.
Nuevo (El) Régimen.
Ondas.
Opinión (La).
Pantalla (La).
Paz y Fascismo.
Pueblo (El).
Puertos (Los).
Procurador (El) Español.
Radio Sport.
Ramón y Fe.
Reflexiones (El) Motor.
Religión y Cultura.
Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos.
Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo.
Revista Catalana.
Revista de Ciencias Jurídicas y Sociales.
Revista del Caudillo.
Revista Crítica de Derecho Inmobiliario.
Revista Diplomática.
Revista de Filología Española.
Revista de Historia y Genealogía Española.
Revista Municipal Iberoamericana.
Revista Minera, Metalúrgica y de Ingeniería.
Revista de Obras Públicas.
Revista de Occidente.
Revista Pericial Mercantil.
Revista de la Raza.
Revista de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales de Madrid.
Royal.
Semana Financiera.
Siglo (El) Futuro.
Siglo (El) Médico.
Socialista (El).
Sol (El).

Relación de publicaciones

5. Objetos promocionales

El material promocional que se lanzó, con motivo de la Exposición Ibero Americana fue variado y diverso. Aunque solamente hemos hallado algunas muestras, éstas van desde diversos juegos de postales, álbumes de estampas, juguetes, naipes, sellos o medallas, entre otros.

5.1. Fotografías: Postales, álbumes y vistas panorámicas.

Las postales, de 92mm. de alto por 135 mm. de ancho, recogían en su anverso vistas fotográficas e ilustraciones a color de los principales pabellones y de los monumentos principales erigidos con motivo de la Exposición. La mayor parte de las postales llevan fotografías en blanco y negro, pero también hallamos otras coloreadas. Hemos encontrado series que se vendían en cajas de 15 postales al precio de una peseta. Con motivo de la celebración de la Exposición Universal de 1992 se hizo una edición facsimil de una de estas series. Llama la atención que el recién creado Patronato de Turismo, a través de la imprenta Huecograbados Mumbrú ya editó postales en las que se incluía un cuestionario para que los visitantes respondiesen sobre la calidad de las carreteras, los hoteles de la ciudad y la Exposición en general. Curiosamente no se pretendía tener un control de calidad interno, sino que se invitaba a los turistas a que, a su vez, remitiesen esa postal a sus amigos. Una de las postales de la serie recuperada en 1992 muestra el tren de recreo que funcionó en el recinto de la exposición.

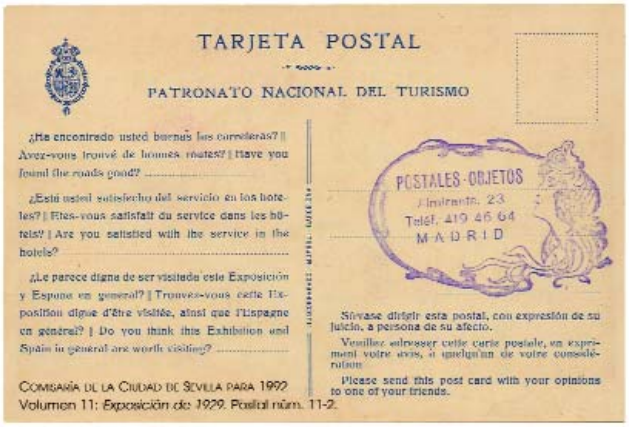
En el reverso de las postales se dejaba la mitad izquierda para el texto, encabezando, a veces, el blanco con el título "Correspondencia", y la derecha para la "Dirección". En otras ocasiones estos dos espacios van sin títulos. Por debajo del espacio derecho se disponen cuatro filetes (finos, gruesos o puntillados) para completar sobre ellos los datos. Encabezando el reverso, y en el centro, se dispone el título "Tarjeta postal". Los espacios derecho e izquierdo se separan con una línea vertical en la que figura el nombre y la ciudad de la imprenta.



Postal de la Inauguración de la Exposición en la que se incluye un cuestionario sobre la calidad de las carreteras



Postal realizada con el cartel de Francisco Hohenleiter, ganador de uno de los segundos premios para anunciar la Exposición General Española


TARJETA POSTAL

PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO

¿Ha encontrado usted buenas las carreteras? | Avez-vous trouvé de bonnes routes? | Have you found the roads good?

¿Está usted satisfecho del servicio en los hoteles? | Etes-vous satisfait du service dans les hôtels? | Are you satisfied with the service in the hotels?

¿Le parece digna de ser visitada esta Exposición y España en general? | Trouvez-vous cette Exposition digne d'être visitée, ainsi que l'Espagne en général? | Do you think this Exhibition and Spain in general are worth visiting?

POSTALES-OBJETOS
Almirante, 23
Telef. 419 46 64
MADRID

Sírvase dirigir esta postal, con expresión de su juicio, a persona de su afecto.

Veuillez adresser cette carte postale, en exprimant votre avis, à quelqu'un de votre considération.

Please send this post card with your opinions to one of your friends.

COMISARÍA DE LA CIUDAD DE SEVILLA PARA 1992
Volumen 11: *Exposición de 1929*. Postal núm. 11-2.

Cuestionario sobre la calidad de las carreteras



Postal con vista del Pabellón Real



Postal de Sevilla. Barrio Moro



Postal del pabellón de Teléfonos



Postal del Pabellón de Extremadura

También hemos hallado colecciones de tarjetas postales editadas como una serie de vistas panorámicas plegadas en 36 unidades; así como un álbum de mayor tamaño, también con fotografías de los monumentos de la ciudad y de los principales pabellones.

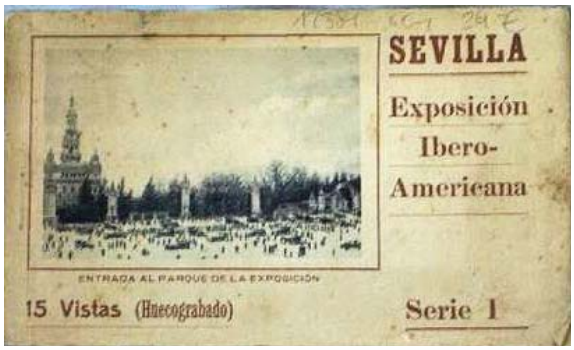
Hay que reseñar que desde la celebración de la Exposición Universal de París de 1900 las postales se habían convertido en uno de los objetos de recuerdo favorito de los viajeros. En ellas se mostraban fotografías con imágenes de monumentos y piezas artísticas, pero también se retrataban las costumbres y usos populares de cada pueblo. En la Exposición Ibero Americana las postales sirvieron para difundir la nueva arquitectura construida para albergar el certamen, pero también se multiplicaron las imágenes de los principales atractivos históricos de la ciudad[1].

Los editores de Sevilla, Barcelona y Madrid publicaron series que, en su mayor parte, fueron en blanco y negro y en sepia.

En la capital andaluza destacan los trabajos de los fotógrafos Joaquín Oña, Serrano, González Nieto, Alfonso Espinosa. Entre los editores locales de postales destacaron las series coloreadas que sacaron a la venta Carlos Rudé; Manuel Barreiro, que recurrió a la imprenta madrileña Hauser y Menet; o la empresa Tomás Sanz y Abelardo Linares.

En Barcelona sacaron tiradas de postales la fototipia Thomas, la imprenta Mumbrú, también responsable de buena parte de los carteles fotográficos en hueco grabado; o el editor y fotógrafo L. Roisín, que realizó series numeradas de postales que sumaron varios centenares de imágenes. Éstas mostraban tanto los pabellones como los monumentos o cualquier otro rincón del recinto de la Exposición. Además Roisín sacó a la luz talonarios de 20 postales coloreadas que constituyeron una novedad en el mercado. El también catalán Loty puso a la venta una serie coloreada con la plaza de España y la de América, el parque de María Luisa, los Jardines de Murillo y el Paseo de las Delicias.

1. Recogemos datos de la investigación de Ángel Vela sobre las postales de la Exposición publicada en: AA.VV., *Recuerdos de la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, Ayuntamiento de Sevilla, 1992.



Sobre donde se incluyen las 15 vistas de Sevilla



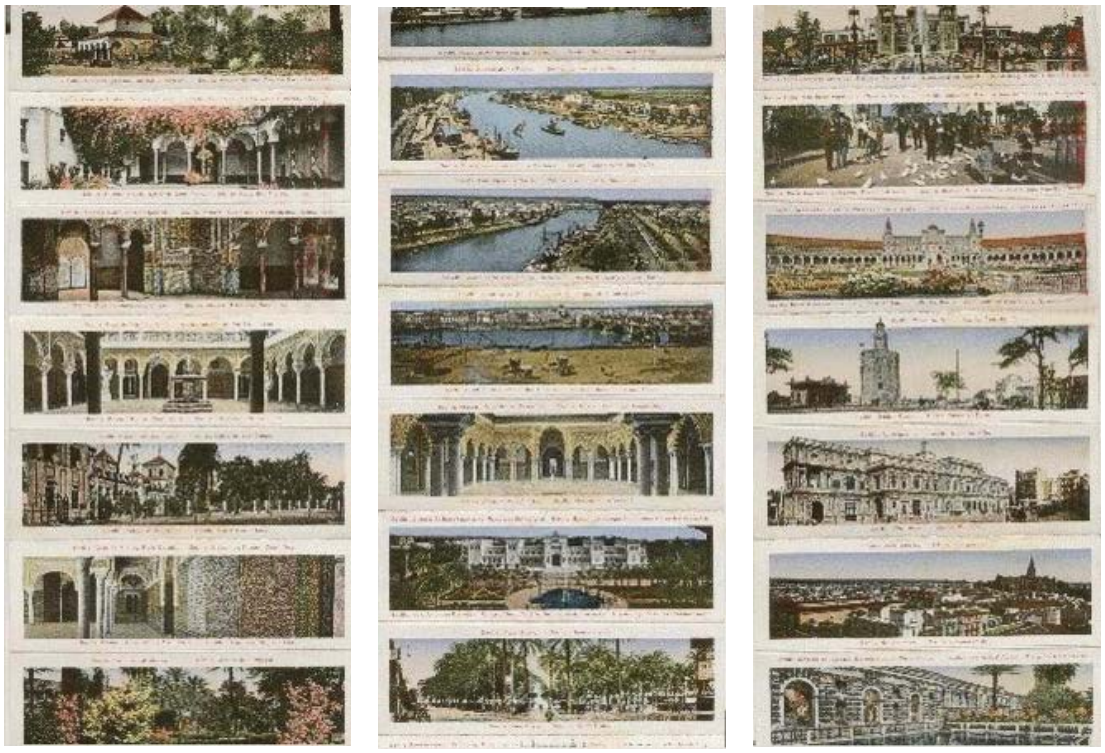
Reverso de las postales apaisadas



Postal de Sevilla. Torre del Oro



Sobre donde se guardan las postales panorámicas



Postales panorámicas de Sevilla y su Exposición

En Madrid, destacan las postales de lujo de R.R., así como las pulicadas por Ediciones Unique, que recogió el importante reportaje gráfico de Juan José Serrano, que rivalizó con el que firmó Eduardo Ramos. La imprenta G.H. Alsina se especializó en tarjetas postales que dejaban hueco para introducir anuncios de firmas comerciales locales, como el almacén de tejidos Ciudad de Londres.

Las postales se convirtieron en un medio para difundir los atractivos turísticos de la Exposición y de Sevilla, pero también en un soporte de publicidad para las empresas.

Las pequeñas cartulinas reprodujeron los carteles que anunciaron las Ferias de la Primavera de 1930 y también los pabellones de países como la República Dominicana o México; así como los edificios efímeros de empresas como Codorníu, Domecq o Longoria.

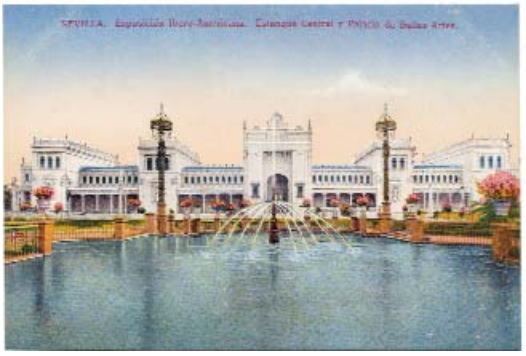
De manera singular, emplearon este reclamo los grandes hoteles, como el Alfonso XIII, el América Palace, el Cristina, el Majestic, el Inglaterra, el Eritaña, el Triana o los hoteles Guadalquivir. Todos ellos disponían en sus mostradores de postales que recogían imágenes de sus edificios.



Postal ilustrada de la Exposición. Plaza de España



Postal ilustrada de la Exposición. Detalle de la Plaza de España



Postal ilustrada de la Exposición. Estanque Central y Palacio de Bellas Artes



Postal ilustrada de la Exposición. Plaza de América y Pabellón Real



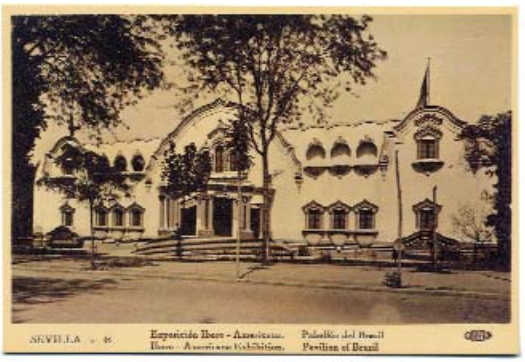
Postal ilustrada de la Exposición. Pabellón de Bellas Artes



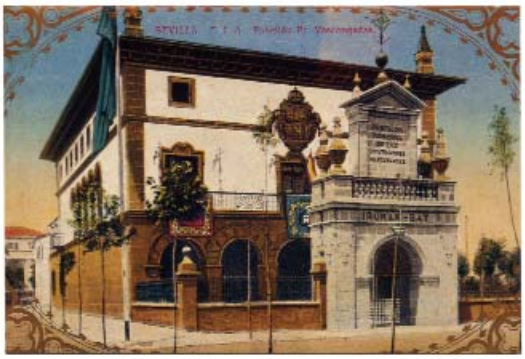
Postal de la Exposición. Pabellón del Turismo



Postal de la Exposición. Tren de recreo del recinto de la Exposición



Postal de la Exposición. Pabellón de Brasil



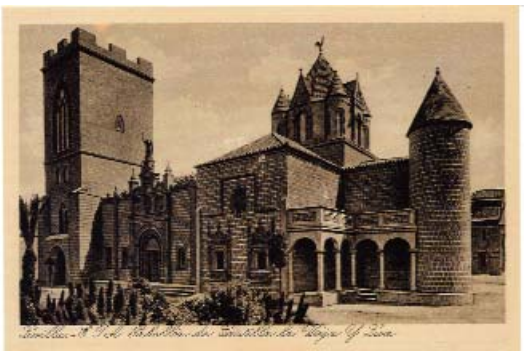
Postal del Pabellón de las provincias Vascongadas



Postal del Pabellón de Navarra



Postal del Pabellón de Madrid



Postal del Pabellón de Castilla la Vieja y León



Postal del Pabellón de Galicia



Postal del Pabellón de Cádiz



Postal del Pabellón de Canarias



Postal del Pabellón de las posesiones de Guinea



Postal ilustrada de la Exposición. Plaza de los Conquistadores



Postal ilustrada de la Exposición. Reloj solar en la Plaza de América



Postal ilustrada de la Exposición. Pabellón de Perú



Reverso de las postales



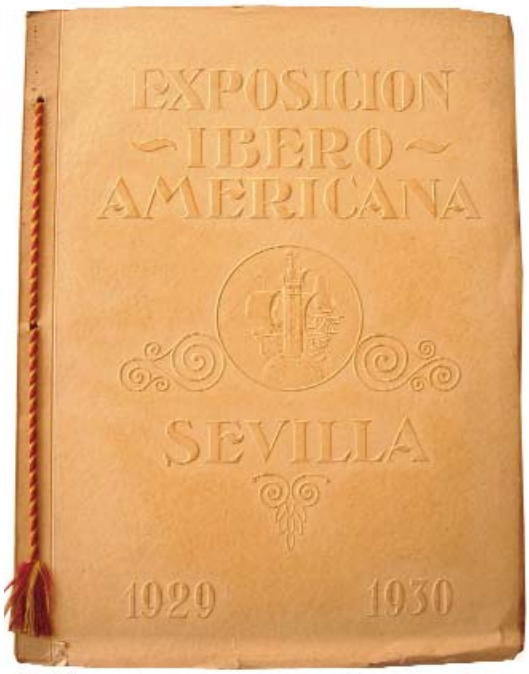
Reverso de las postales

5.2. Álbum con ilustraciones de Francisco Povo

Uno de los objetos promocionales más trabajados es la carpeta con 22 ilustraciones en color, de 160 mm. de ancho por 218 mm. de alto, relacionadas con la Exposición que fueron dibujadas por Francisco Povo e impresas en Barcelona por la imprenta Rieusset. Las páginas en las que se enmarcan los dibujos tienen una anchura de 215 mm. y de una altura de 305 mm. Aunque no tenemos constancia, la hipótesis más verosímil es que fue encargado directamente por el negociado de publicidad de la Exposición. A ello nos lleva pensar que la imprenta que ejecutó el trabajo era la que trabajaba habitualmente para Rudolf Mosse Ibérica, encargada de ese negociado oficial. Además, la carpeta lleva en su cubierta el símbolo oficial de la Exposición, cuyo empleo sólo hemos encontrado en impresos relacionados con la Comisión Organizadora. También apoya esta hipótesis que la colección se abre con una reproducción del cartel oficial de Bacarisas.

En los primeros años del siglo XX el pintor valenciano Francisco Povo cimentó su carrera en su taller de fabricación y estampación de abanicos en la calle Burjasot, que llegó a ser muy célebre en la época y en el que también trabajaban los pintores Antoni Esteve y Lluís García Falgás. Las ilustraciones de estas piezas fueron muy reconocidas por los coleccionistas e incluso los diseños de la moda de los personajes llegaban a crear tendencias. Años más tarde, en la década de los años veinte, Povo se trasladó a vivir en París, donde mantuvo estrecho contacto con los artistas españoles que residían en Francia en aquella época[1]. Formaba parte de un grupo de pintores valencianos a los que se les quedaba corta una mentalidad rural cerrada a la novedad, y que apenas permitía trabajar en determinados géneros de cartel, como el taurino o el de ferias y fiestas, que exigían un tratamiento casticista y estaban cerrados a las corrientes artísticas internacionales. Es por ello que los ar-

1. Sobre la biografía de Francisco Povo han trabajado, sobre todo, investigadores valencianos. PÉREZ ROJAS, J.-ALCAIDE, J.L., "Aproximación a la colección de carteles" en *Los Tesoros valencianos de la Universitat de Valencia*, Universidad de Valencia, 1999, pp. 163-176. PÉREZ ROJAS, J; ALCAIDE, J.L., Catálogo de la exposición *Del Modernismo al Art Déco. La ilustración gráfica en Valencia*, Universidad de Valencia, 1991.



Cubierta del cuaderno de ilustraciones



Portada del cuaderno de ilustraciones de Povo



Primera página, con cartel oficial de Gustavo Bacarisas



1. Glorieta del Cid: A la entrada de la Exposición, con el monumento al Campeador

tistas valencianos de la época eran casi todos pintores no demasiado bregados en el cartelismo moderno. Muchos de ellos se trasladaron a vivir a Madrid, Barcelona o París; entre ellos el mismo Povo, Pascual Capuz, Emilio Ferrer, Francisco de Cidón o José Mongrell. Como anécdota, el músico Joaquín Rodrigo, junto a su secretario, Rafael Ibáñez, se alojaron en la casa parisina de Francisco Povo en 1927, y fue éste quien les presentó a numerosos artistas y empresarios franceses[2].

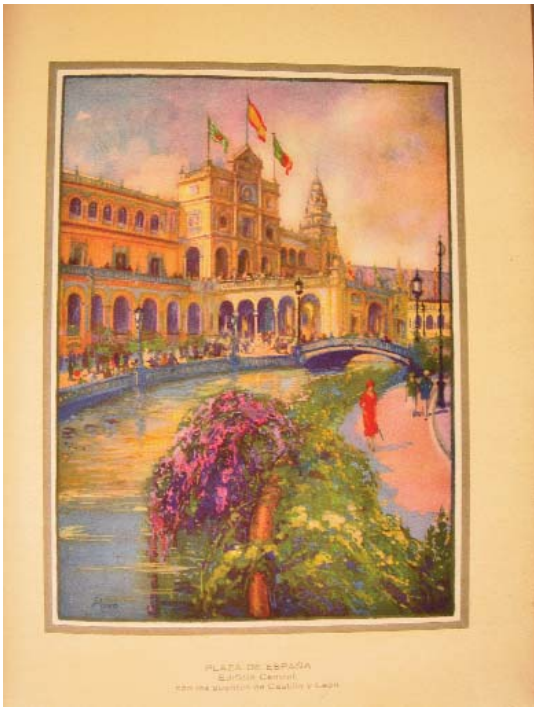
Las imágenes de Francisco Povo recogen algunos de los pabellones y lugares principales de la Exposición, pero a diferencia de otras imágenes de postal, en sus ilustraciones hay personajes de hombres y mujeres que transitan y dan vida al recinto. Los dibujos son coloridos y expresivos. Tal y como ocurría con sus célebres abanicos, el conjunto de estampas ofrece una muestra única de la moda que se lucía en la época, trajes de día y de noche, de fiesta y de calle, actuales y de flamenca.

La cubierta de la carpeta es de cartón de color hueso, 31 cm.de alto por 23 cm. de ancho. Las páginas están unidas por un cordón con los colores de la bandera nacional que queda a la vista y atraviesa con dos perforaciones la orilla de cartón junto el lomo. Curiosamente las letras no están tintadas, y se aprecian sólo por su marca en relieve (golpe en seco). Están en mayúsculas y emplean una fuente romana antigua en la que se han tratado de forma curvilínea las astas transversales, el cierre del anillo inferior de la "B" y la descendente de la "R". En el centro de la página lleva el símbolo oficial de la Exposición y debajo, justificados a derecha e izquierda respectivamente, los años de inicio y finalización del certamen. La composición lleva algunas gracias tipográficas a ambos lados de la primera palabra, debajo de la palabra "Sevilla" y a derecha e izquierda del símbolo. Tras la página de cortesía, la primera impar la ocupa un escudo circular de la ciudad de Sevilla, impreso con una tinta gris, que ofrece muy poco contraste a la imagen, es muy poco visible, y se confunde con el fondo del papel. La siguiente impar lo ocupa una reproducción del cartel de

2. PÉREZ ROJAS, J-ALCAIDE, J.L., *Catálogo...op. cit.*



2. Entrada principal de la Exposición



3. Plaza de España. Edificio central con los puentes de Castilla y León



4. Plaza de España. Torre Sur, con la ría y el puente de Navarra



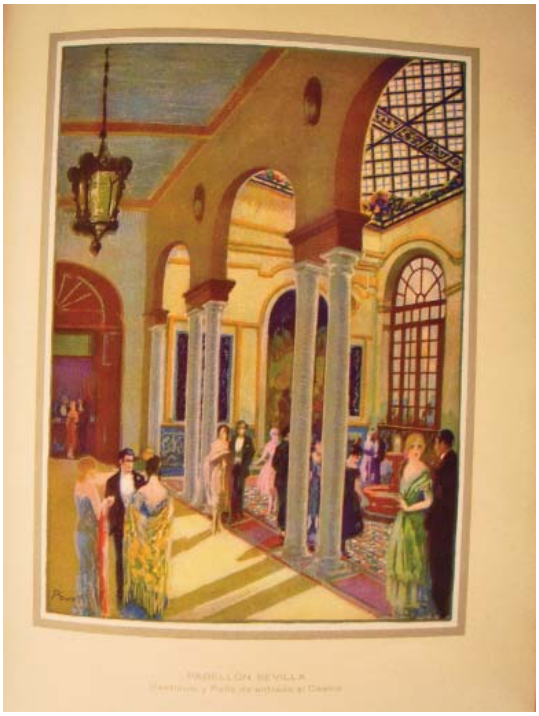
5. Plaza de España. Fuente central con las iluminaciones

Gustavo Bacarisas. Cada una de las ilustraciones de Povo está enmarcada con líneas gruesas de color gris. La serie está sin numerar, y en orden de paginación la componen los dibujos titulados:

1. Glorieta del Cid: A la entrada de la Exposición, con el monumento al Campeador
2. Entrada principal de la Exposición
3. Plaza de España. Edificio central con los puentes de Castilla y León
4. Plaza de España. Torre Sur, con la ría y el puente de Navarra
5. Plaza de España. Fuente central con las iluminaciones
6. Pabellón Sevilla. Rotonda y Gran terraza de fiestas
7. Pabellón Sevilla. Vestíbulo y patio de entrada al Casino
8. Pabellón Sevilla. Gran salón de fiestas del Casino
9. Pabellón Sevilla. Sala del teatro
10. Plaza de América. Palacio Renacimiento con la Exposición de Arte Antiguo
11. Plaza de América. Pabellón Real, con las Exposiciones de la Real Armería y Caballerizas
12. Plaza de América. Palacio Mudéjar con la Exposición de Arte Antiguo
13. Parque de Maria Luisa
14. Parque de Maria Luisa con la iluminación artística
15. Palacio del Aceite. Semblanza de los caseríos del campo andaluz
16. Pabellones de las Industrias agrícolas y ganaderas
17. Pabellón de Turismo
18. Gran restaurante con iluminación artística
19. Parque de atracciones
20. Campo de deportes
21. Galerías comerciales y gran escalinata en el sector sur
22. Plaza de los Conquistadores. Gran fuente y escalinata



6. Pabellón Sevilla. Rotonda y Gran terraza de fiestas



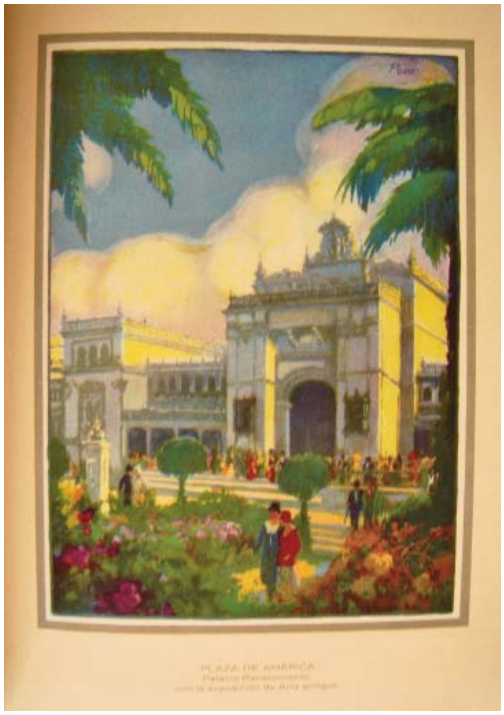
7. Pabellón Sevilla. Vestíbulo y patio de entrada al Casino



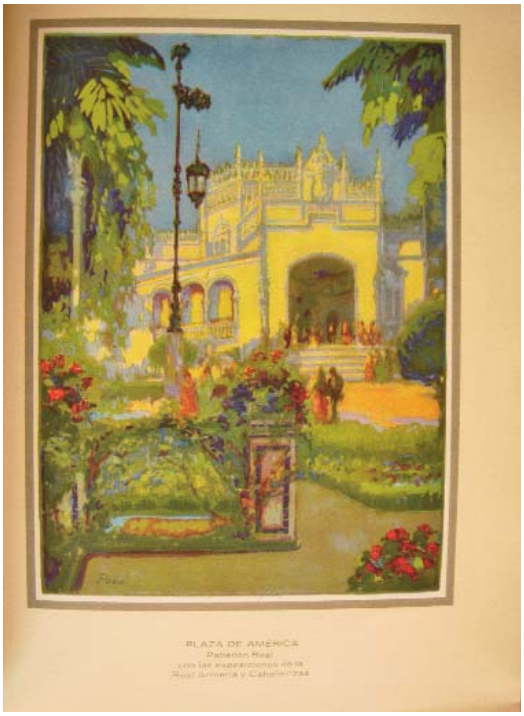
8. Pabellón Sevilla. Gran salón de fiestas del Casino



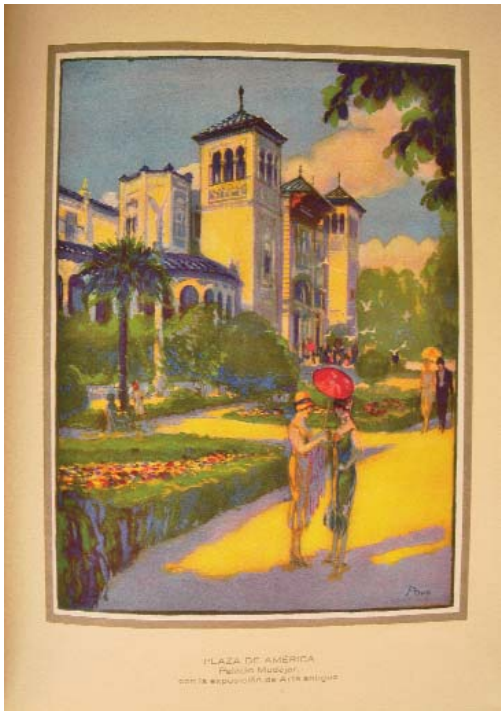
9. Pabellón Sevilla. Sala del teatro



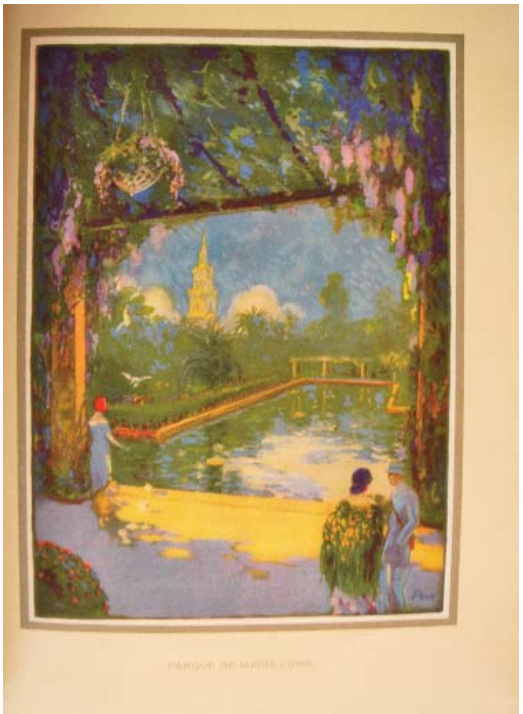
10. Plaza de América. Palacio Renacimiento con la Exposición de Arte Antiguo



11. Plaza de América. Pabellón Real, con las Exposiciones de la Real Armería y Caballerizas



12. Plaza de América. Palacio Mudéjar con la Exposición de Arte Antiguo



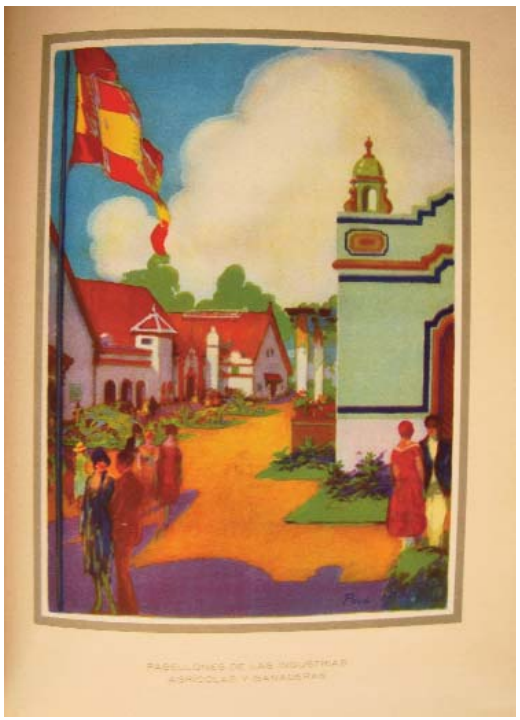
13. Parque de María Luisa



14. Parque de María Luisa con la iluminación artística



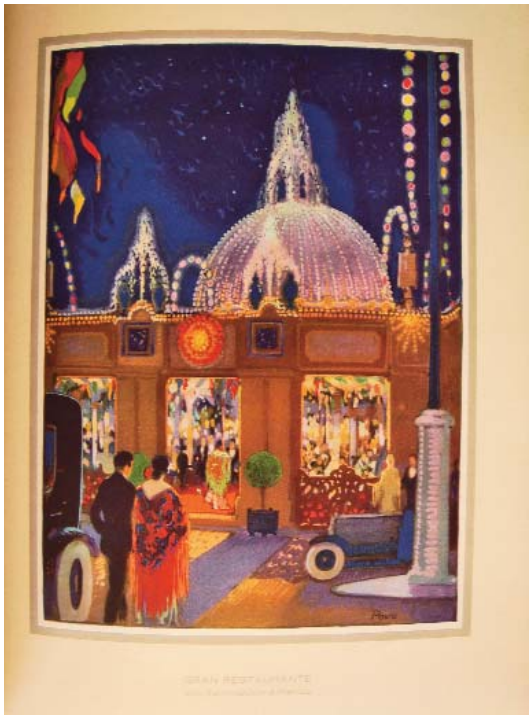
15. Palacio del Aceite. Semblanza de los caseríos del campo andaluz



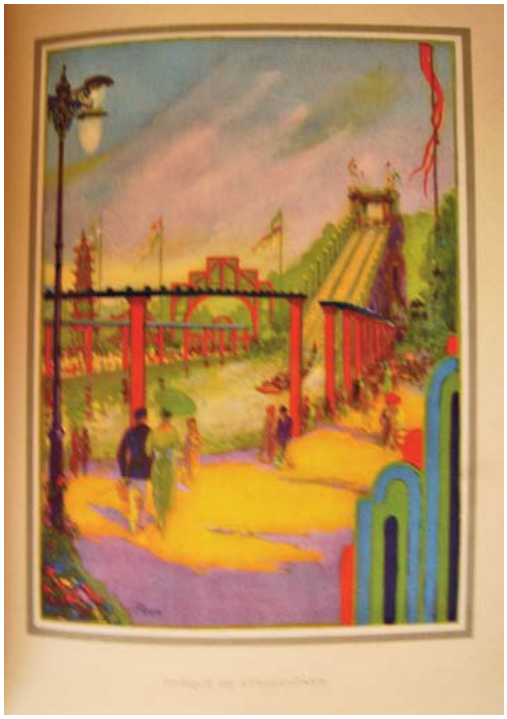
16. Pabellones de las Industrias agrícolas y ganaderas



17. Pabellón de Turismo



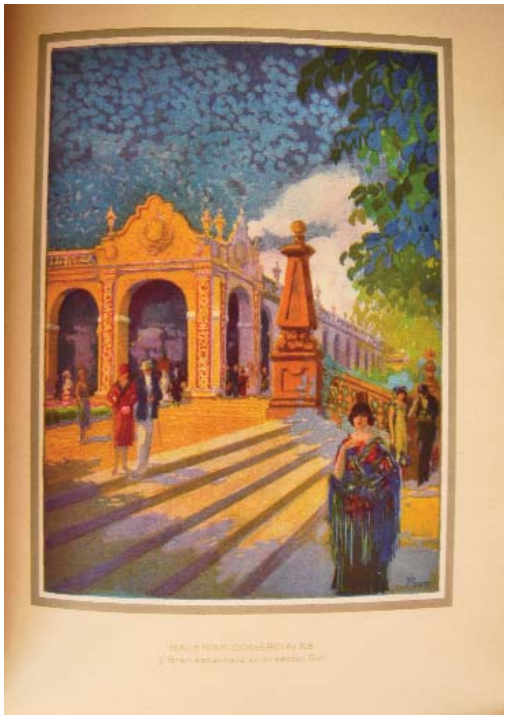
18. Gran restaurante con iluminación artística



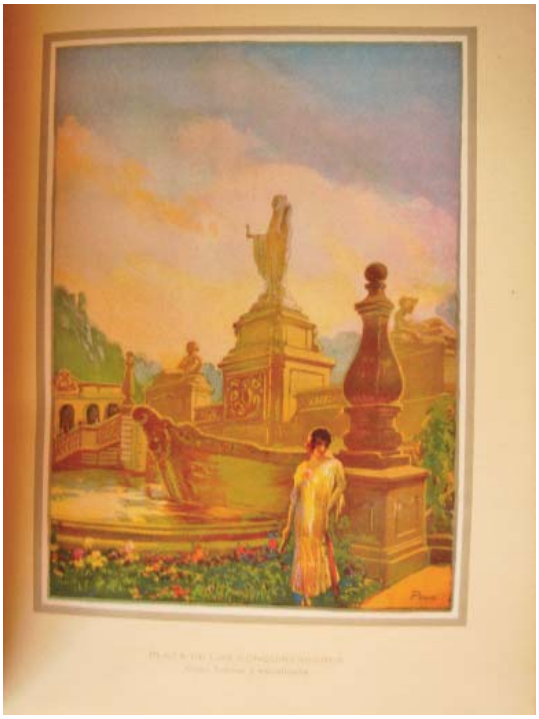
19. Parque de atracciones



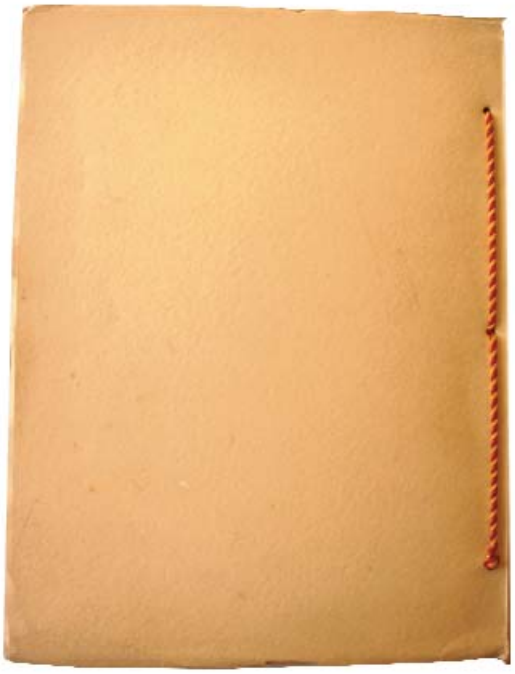
20. Campo de deportes



21. Galerías comerciales y gran escalinata en el sector sur



22. Plaza de los Conquistadores. Gran fuente y escalinata



Contracubierta

5.3. Sellos conmemorativos[3]

Desde el punto de vista filatélico, en el periodo comprendido entre 1926 y 1930 se abusó de forma especulativa de las ediciones conmemorativas, poniéndose en circulación nueve series con un total de 256 sellos distintos. El sistema de emisión era siempre el mismo. Se ponían a la venta durante unos días, generalmente tres, en una o dos poblaciones. Una vez perdida su validez postal se entregaba el sobrante a una entidad o asociación benéfica que, a su vez, lo ponía en manos de un comerciante filatélico que habitualmente había sido el impulsor en la sombra de la serie. Éste lo lanzaba al mercado de manera escalonada, primero con su valor nominal con un pequeño recargo, después con un ligero descuento sobre el valor, y por último, a cualquier precio, que podía bajar hasta a una cuarta parte de su valor facial. Habitualmente entraba en juego la picaresca del comerciante que asesoraba la emisión, que encargaba al establecimiento que realizaba la impresión distintas variantes de los ejemplares de los que podía obtener más rendimiento, tales como sellos sin dentar, con perforaciones parciales o con los colores cambiados. En relación con la Exposición Ibero Americana el Estado autorizó cuatro emisiones supuestamente benéficas: La de las "Exposiciones Sevilla Barcelona", promovida por el Consejo de Enlace; la de "La Quinta de Goya", destinada a absorber el déficit económico de este pabellón de la Exposición; la del "Descubrimiento de América", a beneficio de un empresario que se sintió defraudado por el Ministerio de Marina; y la "Pro Unión Ibero Americana", a beneficio de la Casa de Expósitos y Tuberculosos de Sevilla.

La serie de las Exposiciones Sevilla-Barcelona se creó en virtud de un Real Decreto de 15 de febrero de 1928. En su preámbulo se establece que el Consejo de Enlace de la Exposición General Española solicita la autorización para lanzar una emisión de sellos para la propaganda y conmemoración de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona. Se au-

3. Para este apartado nuestra fuente es el filatélico sevillano Álvaro Martínez Pinna. MARTÍNEZ PINNA, A.; *Los sellos relacionados con la Exposición de Sevilla de 1929*, Sociedad Filatélica Sevillana, 1990.







Pro Exposiciones de Sevilla y Barcelona, 1929. Motivos: Galeón y vista de Sevilla; Cartel Oficial Barcelona; Plaza de España de la Exposición de Sevilla; Alfonso XIII y vistas de Barcelona; Urgente: antílope







Pro Exposiciones de Sevilla y Barcelona. 1929. Motivo: Avión "Spirit of St. Louis" de Charles A. Lindbergh



Matasellos de la Quinta de Goya



Quinta de Goya en la Exposición de Sevilla. 1930. Motivos: Retrato de Goya por Vicente López; La maja desnuda













Quinta de Goya en la Exposición de Sevilla. 1930. Motivos: Buen viaje; Disparate volante; Manera de volar; Volaverunt. Urgente: Buen viaje habilitado

torizó su circulación durante tres días, el 14, 15 y 16 de febrero, y los sellos se encargaron a la Fábrica de Moneda y Timbre. Se numeraron las series y se hizo constar en la autorización estatal que el Consejo de Enlace debía entregar a la autoridad las planchas originales de la emisión, debidamente inutilizadas, cuando ésta lo requiriese, juntamente con un certificado en el que se certificase el número y clase de sellos fabricados. La serie se compuso de 13 sellos de correo ordinarios comprendidos en cuatro diseños, dos para cada Exposición. Los de Sevilla fueron grabados de José Sánchez Toda, con una alegoría de la nao Santa María anclada en el Guadalquivir y una vista de la Plaza de España. El diseño de correo urgente fue grabado por Camilo Delhom y el del correo aéreo, también de Sánchez Toda, representa un avión en vuelo.

La serie de "La Quinta de Goya" fue la primera dedicada en exclusiva a la Exposición Ibero Americana. La solicitud de autorización al Ministerio de Hacienda la hizo a principios de 1930 Carlos Muñoz Rocatallada como responsable del Pabellón que llevaba ese nombre, "La Quinta de Goya", y buscaba resarcirse económicamente de los gastos que les había supuesto la iniciativa. Pedía que se le dejase reproducir en una emisión de sellos la efigie de Goya y la reproducción de algunos de sus cuadros, para distribuirlos durante la semana de Goya que, decía, pensaban celebrar en el mes de abril siguiente, ya que el día 16 de ese mes era el aniversario de la muerte del pintor. Muñoz se comprometía a asumir los gastos de la emisión de los sellos. Hacienda le contestó de forma positiva en un Real Decreto de 22 de marzo de 1930, donde se alegaba que "en lo solicitado no se alienta la idea de lucro, sino el legítimo afán de resarcirse de sus gastos". Se concedió la emisión de 13 valores, más el de urgencia. El profesor de la Escuela Nacional de Artes Gráficas, José Sánchez Gerona, fue nombrado director artístico de la emisión y eligió el retrato de Goya de Vicente López para la serie ordinaria y para los de Correo Aéreo, cuatro grabados incluidos en las series "Caprichos" y "Disparates". Todos ellos los grabó en acero José Sánchez Toda, que los llevó a Londres para que fuesen impresos calcográficamente por la casa Waterlow and Sons.



Descubrimiento de América. 1930. Motivos: Monasterio de La Rábida; Martín Alonso Pinzón; Vicente Yáñez Pinzón; Colón en su Cámara



Descubrimiento de América. 1930. Motivos: Cristobal Colón; Cristobal Colón y Hermanos Pinzón



Descubrimiento de América. 1930. Motivos: Nao Santa María; Las tres carabelas: Salida de Palos; Desembarco de Colón en Guanahaní





Pro Unión Iberoamericana. 1930. Motivos: Santos Dumont; Teodoro Fels; Dagoberto Godoy; Cabral y Coutinho; Sidar; Lindbergh; Jiménez e Iglesias; Los Reyes y Colón

Una vez en Londres, Sánchez Toda añadió por su cuenta una grabación más, la de la "Maja desnuda", que realizó en la capital británica en 13 días. El Ministerio de Hacienda detectó irregularidades en estas emisiones al fabricarse más sellos de los autorizados, y la propia Casa Waterlow emitió una nota interior en la que manifestaba que «Por una inexplicable razón muchos valores han tenido una tirada adicional de 20 hojas en colores diferentes». El 6 de junio de 1930 el gobierno suspendió la autorización y requirió las planchas originales, pero después se retractó y volvió a autorizar la emisión durante los días 15, 16 y 17 de junio de ese año, aunque con el compromiso de entregar las planchas a la Fábrica de Moneda y Timbre antes de agosto de ese año.

El compromiso no se cumplió y se hicieron reimpresiones en la empresa londinense después de septiembre y en marzo de 1931. Además se crearon falsos matasellos para dar valor a los ejemplares. Como curiosidad, en Estados Unidos se prohibió la circulación del sello de la "Maja desnuda" por inmoral, y también en España el *ABC* de 31 de julio de 1930 calificó de inmoral la estampa.

La serie del "Descubrimiento de América" o "Colón" fue promovida por el empresario Herminio Álvarez Miaja para resarcirse de las pérdidas que había tenido en su Pabellón, dedicado a la venta de reproducciones de fotografías y maquetas de la carabela "Santa María", cuya réplica estaba fondeada en el Guadalquivir. La autorización para emitir sellos se justificó en que la Junta del Museo Naval le había vendido a este comerciante los derechos exclusivos de reproducción de la nave; mientras el Ministerio de Marina autorizó, por su cuenta, a que esta imagen fuese tomada libremente en fotografía y película por todos aquellos que así lo quisieran.

El Ministerio de Hacienda concedió la licencia de los sellos en una orden del 23 de marzo de 1930, y permitió su puesta en circulación los días 29 y 30 de septiembre y 1 de octubre, esto es, una vez clausurada la Exposición. La fabricación debía correr por cuenta


CORREOS ESPAÑA
PRO UNIÓN IBEROAMERICANA
PRO UNION IBEROAMERICANA
CORREOS ESPAÑ

del empresario y debían venderse en las expendidurías de Tabacos y en las oficinas de Correos, y no en su Pabellón. Camilo Delhom fue autor de dos grabados con recreaciones de la salida de Colón de Palos y de su llegada a América; aunque el primero contenía una errata, la despedida de Colón fue el 3 y no el 2 de agosto de 1492, como figura en la leyenda del sello. José López Toda realizó la serie con dibujos de los Hermanos Pinzón, una composición denominada "Inquietudes de Colón en ruta" y un sello triangular representativo de la flota colombina con la inscripción "Por España y el Nuevo Mundo halló Colón", que no era la frase célebre, pero que era la que figuraba en el Pabellón del Ministerio de Marina en la Exposición Ibero Americana. La Casa Waterlow and Sons también se encargó de las reproducciones y también se emitieron series de más, con tiradas en agosto, septiembre, octubre, e incluso el 14 de marzo de 1933. Muchas de las series se hicieron con los colores cambiados.

La serie de sellos "Pro Unión Iberoamericana" fue promovida durante la celebración de la Exposición por Luis Taviel de Andrade, Diputado Provincial y Delegado Inspector de la Casa de Expósitos de Sevilla. Quería con la serie conmemorar la Unión Iberoamericana y destinar los beneficios a la Casa de Expósitos y al Sanatorio de Tuberculosos. El promotor se comprometía a sufragar los gastos de la emisión y pedía su puesta en circulación ya clausurada la Exposición, en los días 10, 11 y 12 de octubre coincidiendo este último con la Fiesta de la Raza. La autorización se dio cuatro días después de la clausura de la muestra, el 25 de junio de 1930 y permitía la circulación de los sellos esos tres días en Madrid y en Sevilla. Los sellos fueron impresos en huecograbado, excepto el de valor de diez pesetas que se hicieron en calcografía. Se encargaron a cuatro socios: Martín, Cabrera, Pulido y M. Orbe, que pusieron en marcha con el dinero de dos comerciantes filatélicos –el madrileño Miralles y Aurioles y el sevillano Gómez Cepeda– unos talleres a los que denominaron con sus iniciales M.A.G., donde pretendían seguir imprimiendo otras series de sellos una vez que consiguiesen nuevas autorizaciones. La serie fue un fiasco y, contra lo que





Sellos Pro Unión Iberamericana



Matasellos de la Exposición General Española. Cuando la Exposición de Sevilla estaba prevista para 1928



Sello de la Exposición General Española con imagen de Rafael Penagos, ganador del primer premio de carteles convocado para anunciar la Exposición General Española

dictaba la ley, las planchas no se destruyeron ni se entregaron al Estado y durante años siguieron sacando emisiones apócrifas. Las estampas eran de muy mala calidad, eran recargadas y tenían erratas. Uno de los sellos representaba a los reyes de España en un medallón, la silueta geográfica de España y América del Sur, la Giralda y un León; otro a los reyes, Colón, la Santa María, un avión y la Torre del Oro; otro de ellos los escudos de Bolivia y Paraguay; y otros una vista de la plaza de España y de otros monumentos relacionados con la Exposición. En los de correo aéreo se representó a diversas figuras de la aviación.

5.4. Naipes

La empresa vitoriana Heraclio Fournier también editó en 1929, con motivo de la Exposición, una baraja denominada "Naipe Histórico Ibero-Americano". Según consta en una nota en la propia baraja, las ilustraciones son acuarelas realizadas por L. Palao. El palo de oros representa a Cristóbal Colón en su primer viaje, en el año 1492, con monedas de oro de los Reyes Católicos, así como de Carlos I y de Felipe II.

Las figuras principales representan a Fernando el Católico, Pinzón y Hernán Cortés. El palo de Espadas reproduce famosas espadas de la época y las figuras representan a Felipe II, Magallanes y López de Legazpi. El palo de Bastos se dedica a la civilización Azteca, a Venezuela y a Perú.

Las figuras representan a Moctezuma, Atahualpa y al cacique Canoabo. El palo de Copas reproduce copas de la época. Las figuras representan al rey Carlos I, a Pedro de Mendoza y a Francisco Pizarro.

El reverso reproduce el escudo de España en la época de Carlos I, con el Toisón de Oro. La orla exterior está formada por los 22 escudos de las repúblicas americanas, más el escudo de Portugal. En los cuatro ángulos se estampan los escudos de Castilla, Navarra, León y Aragón.

▼ Reverso de la baraja



Algunos de los naipes que se incluyen en la baraja

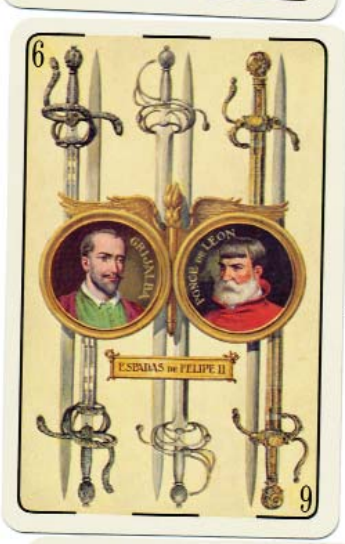




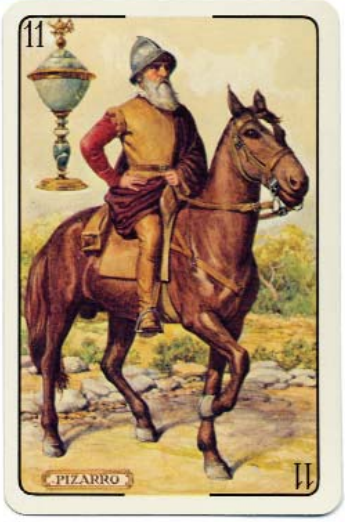
DESCRIPCION DE LOS PALOS

El palo de Oros.—En este palo se representa a Cristóbal Colón en su primer viaje, año 1492. Monedas de oro de los Reyes Católicos, de Felipe II y de Carlos I.
Las figuras principales son Pinzón, Hernán Cortés y Fernando el Católico (1452-1516).
El palo de Copas.—Reproduce diversas copias de la época, conservadas en diferentes Museos.
Las figuras representan a D. Pedro de Mendoza (fundador de Buenos Aires), D. Francisco Pizarro (fundador de Lima-Perú) y al rey Carlos I (1500-1558).
El palo de Espadas.—Reproduce espadas famosas de la época.
Las figuras representan a Magallanes, a don M. López de Legazpi (fundador de Manila) y al rey de España y Portugal Felipe II (1527-1598).
El palo de Bastos.—Está dedicado a la Civilización Azteca (México), a Perú y a Venezuela.
Las figuras representan al cacique Caonabó, al caudillo Atahualpa de Perú y al rey Moctezuma (1466-1520), emperador de México.

REVERSO: Reproduce el escudo de España en la época de Carlos I, con el Toisón de Oro. La orla exterior está formada por los 22 escudos de las repúblicas americanas, más el escudo de Portugal. En los cuatro ángulos van estampados los escudos de Castilla, Navarra, León y Aragón.



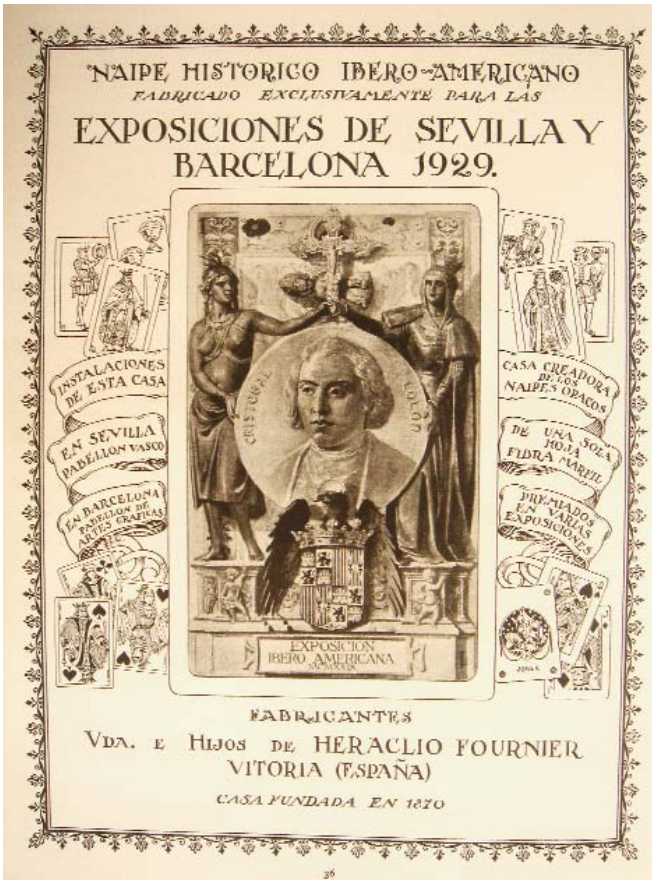












Anuncio de la baraja "Naipe Histórico Ibero-Americano" que aparece en el *Libro de Oro* y en el *Anuario* de Comercio Internacional

5.5. Otros

El papel no fue el único soporte para reproducir vistas de los monumentos principales de la Exposición. Hemos hallado un ejemplar de pañuelo de seda con cinco estampas de otros tantos motivos relacionados con la Exposición. En la orla decorativa se lee en su línea superior: "La España Industrial, S.A. Barcelona" y en los flancos "Exposición Ibero Americana. Sevilla. MCMXXIX". La letra es de fuente gótica, y toda la composición está recargada de adornos florales y arabescos. Las dos composiciones superiores se separan por sendos arcos mudéjares lobulados, muy decorados. Este pañuelo debió de venderse en el Pabellón de la Seda, aunque no tenemos constancia de ello.

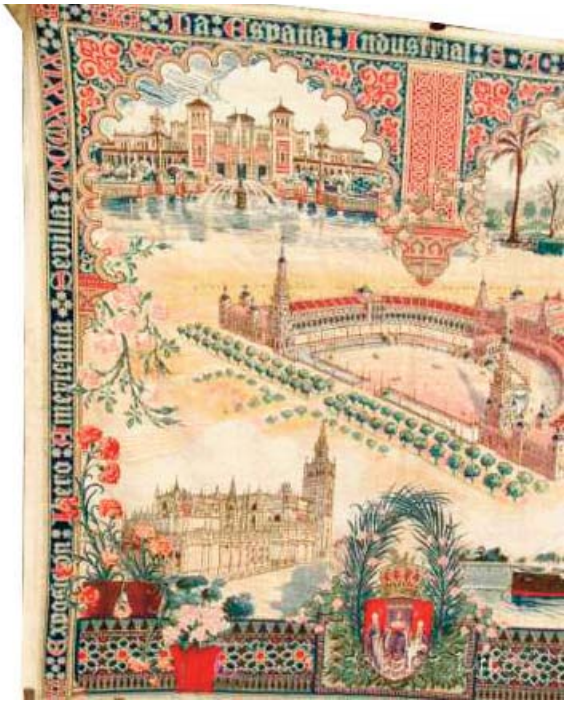
También hemos hallado un tapete de hilo que reproduce una vista de la plaza de España y que lleva en su falda el lema: "Recuerdo de la Exposición Ibero Americana". En este caso el tratamiento de los colores es muy *fauve,* y no corresponden a la realidad, siendo muy llamativos.

Además hemos encontrado en nuestra investigación una reproducción en placa de esmalte del cartel de Bacarisas y otra en chapa del cartel de la Exposición General Española firmado por Vila de Nori. Según hemos ido comprobando en el transcurso de este trabajo, la placa de esmalte sería una de las pocas adaptaciones del cartel oficial de la Exposición utilizado como imagen corporativa de la misma.

También la hojalata sirve de espacio para reproducir imágenes de la plaza de América y de la Giralda en un juguete que reproduce la Torre del Oro. La gracia del juego está en que de su vértice gira un alambre del que cuelgan dos aviones también de hojalata.



Pañuelo de Seda con motivos de la Exposición





En el interior de la tapa de una caja de metal del papel de fumar Bambú también hallamos una inscripción alusiva a la Exposición. Además, en conmemoración del certamen la empresa Sociedad Andaluza de Cementos Portland sacó una medalla conmemorativa con el escudo de la compañía en el anverso y el título de la Exposición en el reverso. Desconocemos si otras instituciones públicas o privadas llevaron a cabo esta misma iniciativa.

En los productos promocionales, no encontramos ningún rasgo de unidad, variando las tipografías, los motivos, etc. De hecho, el símbolo creado por Santiago Martínez, no aparece en ningún objeto. Hoy en día, sería impensable una promoción de estas características.

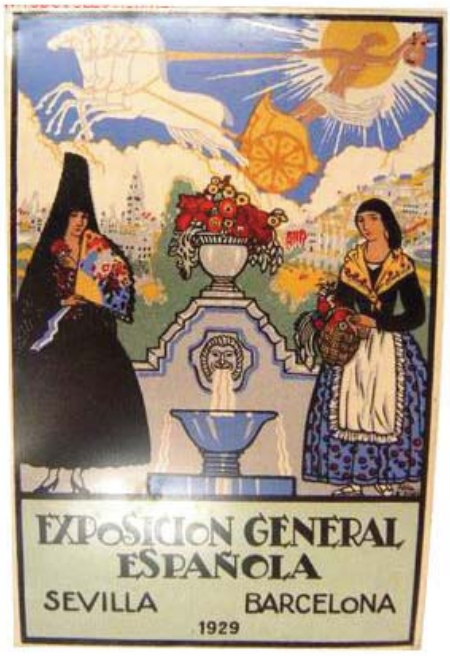




Tepete recuerdo de la Exposición Ibero Americana de Sevilla. 1929. Terciopelo estampado. 55x55 cm.



Placa de Esmale. Sobre el cartel Oficial de Gustavo Bacarisas. 35x27 cm



Reproducción del cartel de Vila de Nori sobre chapa

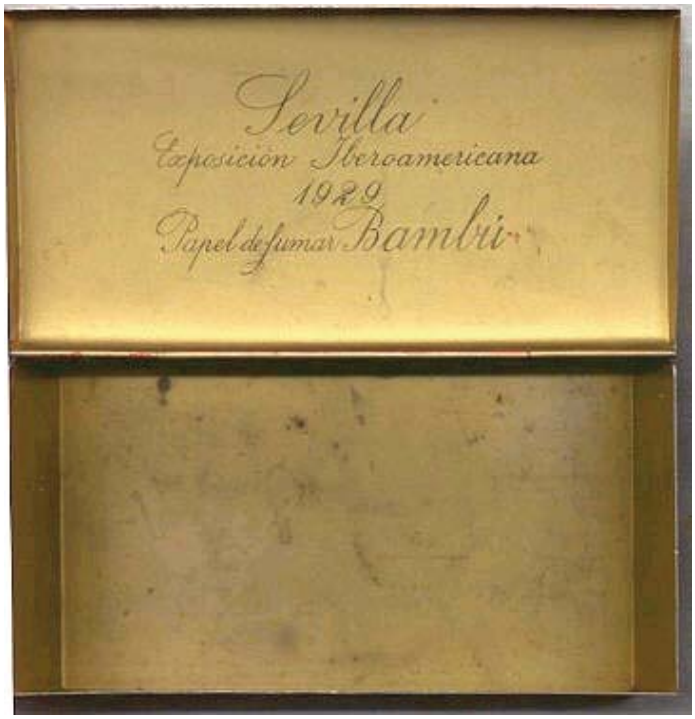








Diferentes vistas de un juguete recuerdo de la Exposición Ibero Americana de Sevilla



Caja para guardar papel de fumar, con inscripción recuerdo de la Exposición Ibero Americana





Medalla conmemorativa de la Exposición

6. Conclusiones

Conclusiones

1. Hemos reunido y analizado por primera vez, de manera conjunta y desde la perspectiva del diseño gráfico, los carteles y la principal documentación gráfica que sirvió de promoción y propaganda a la Exposición Ibero Americana de Sevilla de 1929.

2. El certamen se celebró en un contexto político y económico muy tenso, que coincidió en España con la monarquía de Alfonso XIII y la Dictadura de Primo de Rivera a punto de extinguirse y dar paso en 1931, a la II República. En el ámbito internacional, la Exposición se produjo en paralelo a la profunda crisis económica, abierta en 1929 en todo el mundo, a raíz del desplome de la bolsa de Nueva York. No obstante, en los años previos a su celebración, fue vigorosa la actividad de los intelectuales españoles, que habían cimentado, desde principios del siglo XX, un profundo proyecto de regeneración social y cultural, liderado primero en Cataluña, por Eugenio d'Ors, y más tarde en toda España, por José Ortega y Gasset. El espíritu *novecentista* proponía una revolución cultural desde el poder, que cimentase valores como el orden, el civismo, el cultivo de la ciencia y el poder de la inteligencia. Tanto las iniciativas intelectuales nacionales, como las artísticas que llegaban del extranjero, con las vanguardias y el nuevo orden racionalista, encontraron a partir de 1923, el freno político del gobierno conservador, empeñado en un patriotismo de viejo cuño que recuperase artificiosamente la grandeza perdida de la España Imperial.

3. Desde el punto de vista del diseño gráfico, esa tensión política y cultural nos ha dejado un legado, que probablemente puede señalarse como la primera campaña masiva de turismo y, al tiempo, de propaganda política, realizada por España como Estado. Gracias al impulso del Patronato Nacional de Turismo, creado el 25 de abril de 1928, la promoción de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona sirvió como vehículo para desarrollar el primer plan estratégico de comunicación, en el que un gobierno español trataba de crear lo que

los teóricos actuales de mercadotecnia definen como *marca-país*[1], ofreciendo dentro y fuera de nuestras fronteras una determinada imagen de España, que subrayaba el potencial estratégico de su pasado imperial. Este proyecto requirió un gran trabajo de diseño gráfico para la edición de carteles, folletos, libros, revistas monográficas, *souvenirs* y *merchandising*. Sus símbolos más relevantes los distinguimos en el cartel oficial de la Exposición Ibero Americana, en la serie de carteles que anunciaron la Exposición General Española y en el *Libro de Oro de la Exposición Ibero Americana*. Los carteles, muestran el perseguido ideal de la unidad de España, así como su papel relevante en la historia a través de la gesta colombina. El *Libro de Oro* aprovecha los mejores intelectuales de la época para componer un voluminoso libro de propaganda, que recoge minuciosamente lo mejor del Arte, la Cultura, la Historia, la Economía y la Industria de España como país, y de todas y cada una de sus regiones y ciudades.

4. Llama la atención que la utilización del símbolo alegórico y el cartel oficial de la Exposición Ibero Americana fuese muy limitada, restando unidad y coherencia al conjunto de la propaganda. No obstante, hay que tener en cuenta que el empleo de un símbolo corporativo puede considerarse una iniciativa novedosa en la época, ya que fue a partir de los años 30 del siglo XX cuando empezó a implantarse, tanto en el ámbito institucional como en el privado, el concepto de Identidad Corporativa, coincidiendo con el pleno desarrollo de la economía de consumo y de la industria moderna[2].

5. El contexto artístico oficial en el que se desarrolló el proyecto de la Exposición Ibero Americana fue muy conservador. Prueba de ello es que se eligió levantar el recinto siguiendo premisas arquitectónicas histórico-regionalistas. Pese a ello, el conjunto de documentos de promoción y propaganda reunidos en esta investigación, revela que el control no fue tan estricto en el campo del diseño gráfico, y coexistieron muestras tan conservadoras y costumbristas, como las ilustraciones firmadas por Santiago Martínez para la cu-

1. MEMELSDORFF, F., "Imagen-País. España como producto", *Tipográfica, 38*, Buenos Aires, 1998.
2. GONZÁLEZ, J., *Identidad Visual Corporativa*, Síntesis, Madrid, 2002

biertas del catálogo o del himno oficial, con numerosas expresiones de gran modernidad estética. Entre estas últimas, merecen citarse expresamente la maquetación de las cajas de texto y las cabeceras del *Libro de Oro*, que llevó a cabo la imprenta santanderina Aldus, el cartel oficial de la Exposición Ibero Americana, firmado por Gustavo Bacarisas, o la serie de carteles que anunciaron la Exposición General Española.

6. En cuanto a los carteles, con París como capital internacional del Arte de la época, la influencia francesa se traduce, sobre todo, en el reiterativo protagonismo de las figuras de mujeres, que se convierten en el símbolo de España, tanto en el cartel oficial de la Exposición, firmado por Gustavo Bacarisas, como en el de Rafael de Penagos, que ganó el concurso de la Exposición General Española. Los dibujos de mujeres también representaron a las ciudades de Sevilla y Barcelona en varios de los carteles que anunciaron la Exposición General Española. Además las imágenes de mujeres, vestidas de flamencas, fueron el motivo principal de los carteles anunciadores de las Fiestas de la Primavera de Sevilla, en los años en los que se celebró la Exposición.

7. Conceptualmente, tanto la imagen del cartel oficial de la Exposición Ibero Americana, como las premiadas para promover la Exposición General Española, comparten con el *Noucentisme* y con el Novecentismo la intención por fijar ideales sociales y políticos, a través de la cultura gráfica. Mientras las mujeres de los carteles de Francesc d'Asis Galí para la Exposición Internacional de Barcelona vuelan sobre una ciudad industrial, los carteles premiados de Bacarisas, Penagos, Hohenleitter, Fábregas, Sánchez, Bartolozzi, Vila de Nori o Téllez adaptan el mensaje al ámbito de una propaganda que reivindicaba la unidad nacional y el retorno a la grandeza del pasado Imperial español. Los carteles se habían convertido, unos años antes, durante la I Guerra Mundial, en un arma de propaganda para ambos bandos. España, ausente en la contienda, aprovechó la cita civil de las Exposiciones de 1929 para estrenarse en el empleo masivo de los carteles como instrumento político.

8. En cuanto a los carteles que promovieron las Fiestas del Primavera de Sevilla en los años 1929 y 1930, aunque repiten la imagen costumbrista de la mujer vestida de flamenca, encontramos rasgos de modernidad formal en la inspiración cubista de los carteles de Juan Miguel Sánchez de 1929 y en los de Juan Balcera y León Astruc de 1930, donde los planos, se superponen mostrando elementos estilizados de gran cromatismo. También se aprecia libertad *fauve* en el uso del color del cartel de Juan Parrilla de 1930 y un elegante estilo *Déco*, inspirado en los figurines de las revistas internacionales de moda, en la ilustración de Roberto Martínez Baldrich, afincado ya en esa época en Nueva York como ilustrador de algunas de las principales revistas norteamericanas, como *Vogue*, *Harper´s* o *Smart Sert*. La Exposición sirvió, pues, de revulsivo para renovar durante esos dos años la estética de los carteles de las fiestas tradicionales sevillanas. Hay que anotar que en los carteles de esos dos años desaparecieron las referencias explícitas a la Semana Santa, que tan sólo se adivinan en el uso de las peinetas, mantillas y colgantes con cruces que lucen algunos de los personajes femeninos. El eco de esta renovación formal se mantuvo hasta la guerra civil con carteles que volvieron a ser firmados por Juan Miguel Sánchez (1931) y Juan Balceras (1932,1935, 1937), además de los realizados por Enrique Estela Antón (1933, 1936), Francisco Hohenleitter (1934)[3].

9. Si bien la imagen ideológica que mostraban los carteles que sirvieron como propaganda de la Exposición Ibero Americana y de la Exposición General Española transmitían el conservadurismo oficial, técnicamente la mayor parte son plenamente modernos para su tiempo y siguen la estela, aún viva, del cartelismo comercial internacional que se había iniciado en Alemania a principios de siglo con el *Plakastil* y que consolidó con los ilustradores *Déco*. Se caracterizan por un alto impacto visual, predominio de los colores planos, economía de medios y la legibilidad tipográfica. Hay que subrayar que, al concurso convocado para anunciar la Exposición General Española, acudieron algunos de los representantes de la élite de la ilustración nacional de la época, en un certamen en el que Rafael de Penagos

3. AAVV., *Los carteles en Sevilla. Fiestas de la Primavera*, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, GRAFSUR, Granada, 1989.

consiguió el primer premio. En este contexto de modernidad formal, el cartel del gaditano Juan Miguel Sánchez sorprende por su concepción *fauve*, empleando libremente colores que no se corresponden con la realidad, una práctica poco frecuente en el cartelismo de la época. Gustavo Bacarisas fue un poco más allá en la innovación, asumiendo en el cartel oficial de la Exposición Ibero Americana ecos de las vanguardias y componiendo un cartel con acusadas muestras de geometrización del espacio e influencia del cubismo, unos rasgos formales que coincidían con el *Déco* internacional más avanzado. Sin llegar al radicalismo tipográfico ni geométrico de la *Bauhaus*, el cartel de Bacarisas estilizó los fondos, geometrizó las figuras y dio mayor envergadura a los tipos. En el contexto internacional fue el francés Cassandre quien, en los años veinte del siglo XX, dio el espaldarazo definitivo a un nuevo cartelismo comercial, en el que primaba la imagen sintética y el simbolismo geométrico estrictamente bidimensional. En esta corriente estética hay que situar la ilustración de Eduard Jener en la cubierta del *Anuario* de Comercio internacional. La imagen es puramente *Déco*, cargada de geometrizaciones de raíz cubista. En este caso, Jener esquematiza al máximo una representación femenina que sostiene en cada una de sus manos monumentos representativos de las Exposiciones de Sevilla y Barcelona.

10. En los títulos de los carteles analizados predominan las fuentes decorativas, en general gruesas y sin remates, en las que se modifican, de una u otra manera, tipos ya establecidos. En aquellos que tienen más pretensión de vanguardia, como el cartel de Bacarisas, la inspiración es geométrica, con un tipo ancho y grueso sin remates, con fuerte contraste y una abrupta transición entre sus astas. Con este elemento del cartel, el autor asumió un rasgo de modernidad tipográfica, que había nacido internacionalmente a principios del siglo XX con el movimiento futurista y su reivindicación de la intensificación geométrica de las formas, y que se había prolongado en el tiempo influyendo notablemente en la tipografía de la *Bauhaus*. Hay que anotar que en la época que hemos analizado era habitual emplear diferentes y variadas fuentes tipográficas en los títulos. Las exigencias comerciales obligaban

a las imprentas de los países industrializados a disponer de gran variedad de fuentes de letra, muchas de ellas efímeras, cuya principal función era la de atraer la atención, en las que se denominaban "tipografías de titular". La primera letra gruesa se diseñó en 1790, la primera *sans serif* apareció en el mercado en 1816, y un año más tarde lo hicieron las egipcias[4].

11. En cuanto a la maquetación de los folletos, catálogos y suplementos, predomina la columna única o doble, con párrafo ordinario. Suelen emplearse capitulares al comienzo de los artículos, muchas de ellas floridas, y es frecuente el uso de elementos decorativos como viñetas, gracias tipográficas, orlas, filetes y corondeles. Para la tipografía general de los textos se eligen, fundamentalmente, tipos de fuente romana y para los títulos se reservan tipos gruesos de palo seco o fuentes decorativas de toda clase. El palo seco se emplea también para titular y para los contenidos más técnicos como mapas, planos, gráficos, cuadros, etc.

La mayor parte del material español que promovió la Exposición es perfectamente homologable al que se diseñó en Nueva York, así como al catálogo de la República de Panamá, que fue realizado en Hamburgo. En general, se aprecia en las maquetas el gusto por facilitar la legibilidad y el orden en la disposición del texto y las fotografías, aunque sin renunciar a emplear elementos decorativos. La singularidad española se identifica en las cubiertas y portadas, en las que se aprecia una mayor profusión de orlas recargadas, así como ilustraciones con imágenes costumbristas y referencias gráficas a la familia Real y a símbolos de raíz histórica, como los escudos y las alegorías relacionadas con el descubrimiento colombino.

Los folletos realizados para la Exposición en Estados Unidos y Alemania, y los suplementos monográficos editados en Argentina, nos revelan que las imprentas extranjeras también empleaban en sus composiciones elementos decorativos y que era muy limitada la práctica de los juegos tipográficos propuestos, en primer lugar, por las vanguardias artísticas y después por la *Bauhaus*. Hay que considerar que fue muy pocos años antes, a partir de 1923,

4. BAINES, P., *op. cit.*, p. 48.

con el traslado de esta Escuela a Dessau, cuando se otorgó más importancia a la racionalidad y a la funcionalidad en la composición de textos, unos criterios que sólo adquirieron relevancia decisiva a partir de la publicación, en 1928, de *La Nueva Tipografía*, de Jan Tschichold[5], que ya propuso explícitamente la erradicación de cualquier ornamento, así como el empleo de tipografía de palo seco y de minúsculas para favorecer la legibilidad. Además, proponía aprovechar las líneas verticales y diagonales para la organización interna de los textos. En el diseño de revistas la revolución llegaría de la mano de los diseñadores europeos que emigraron a Estados Unidos. Mehemmed Fehmy Agha (conocido como Dr. Agha), asumió en 1929 la dirección artística de *Vogue* y más tarde de *Vanity Fair*, introduciendo, por primera vez, la premisa, después extendida, de que la articulación visual de una revista debía formar parte de todo el proceso editorial[6].

Es por ello, que no sorprende, que los suplementos monográficos de las revistas que hemos analizado mostraran, en 1929, escaso riesgo en sus composiciones y apenas difieran en sus estructuras gráficas de aquellas que se utilizaron en los folletos, catálogos o libros que se publicaban en la época. Se editaban con cubiertas, portadas, textos a una o dos columnas y con profusión de elementos decorativos y fotografías, muchas veces superpuestas.

Pese a ser una referencia de éxito en aquella época[7], el diseño del monográfico de *Blanco y Negro* muestra el gusto por la vieja práctica modernista del uso de latiguillos, tanto en elementos ornamentales como formando parte de la tipografía de los títulos. Esta costumbre también se aprecia en el suplemento de *Vida Gráfica Española*. En contraste, *Nuevo Mundo* lleva en su cubierta una moderna ilustración de Rafael de Penagos y su portada podría ser la de un periódico, con una sobria cabecera, texto a dos columnas, recuadro y ninguna fotografía. Más arriesgada es la maquetación del periódico *La Nación*, de Buenos Aires, que alterna el formato a cuatro columnas de su portada, con páginas a seis columnas e, incluso, diseñando una composición modular en una de sus planas.

5. TSCHICHOLD, J., *op. cit.*

6. SATUÉ, E., *El diseño gráfico. Desde...op. cit.* pp. 259-260.

7. SATUÉ, E. *El diseño gráfico en España...op. cit.* pp. 180.

Si atendemos a la funcionalidad como criterio de modernidad de la época, hemos de concluir que los documentos más anticuados que hemos analizado, son aquellos más recargados de adornos, como el folleto promocional del Colegio Mayor Hispano Americano de la imprenta madrileña Juan Tejada; el folleto de la Exposición, cuando estaba prevista su inauguración en 1927, que fue realizado por la imprenta madrileña Mateu y Mateu; la cubierta, la portada y las primeras páginas del folleto oficial de la Exposición de la imprenta barcelonesa Oliva de Vilanova; la cubierta costumbrista del *Himno Oficial de la Exposición*; el folleto del Pabellón Real, realizado en la propia imprenta de la Exposición; el catálogo de la Sección de Arte Antiguo; el folleto del Pabellón Colonial, de la imprenta madrileña Gráficas Reunidas; la cubierta del folleto de la Exposición de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir y el folleto del Congreso Mariano Hispano Americano de 1929; éstos dos últimos realizados por la Litografía sevillana Luis Gómez Hermanos.

En contraste, hay que hacer mención expresa a la innovación estética que aportó la maquetación del *Libro de Oro Ibero Americano*. La composición de maquetas asimétricas y los juegos tipográficos en los encabezamientos, sólo pueden ser calificadas como de absoluta vanguardia en su época, un riesgo formal que es especialmente llamativo por tratarse del Catálogo Oficial y Monumental de la Exposición, un proyecto respaldado explícitamente en una de sus primeras páginas por el Rey y por Primo de Rivera y en el que participaron los más destacados intelectuales de la época.

Nos asombra que fuese una imprenta de Santander, Aldus, la encargada de realizar este trabajo. No obstante, hay que anotar que Madrid y Barcelona, no siempre han capitalizado los mayores progresos en la historia del diseño grafico del primer tercio del siglo XX, y ciudades más pequeñas como Málaga o Santander, estuvieron ligadas a los movimientos de vanguardia literaria y artística con la publicación de revistas como *Litoral*, en la primera o *Carmen*, en la capital cántabra. También en Santander se había publicado, en 1923, la novela

Hampa, de José del Río, con una de las primeras cubiertas vanguardistas españolas, firmada por Pancho Cossío[8].

Hay que señalar, por su modernidad funcional, la ilustración de la cubierta del Pabellón de Navarra, firmada por la imprenta de Pamplona Bengaray. En ella se cumplen estrictamente los criterios de la *Gestalt*[9], convirtiendo en símbolo esquemático la portada de su pabellón, que a su vez representaba la portada de la iglesia de San Miguel, de la localidad de Estella. Con pocos trazos se sintetiza una imagen compleja, predominando la funcionalidad, la simetría, el contraste y la pregnancia, empleando en la composición, incluso, un juego tipográfico. Completamente funcional es también el folleto de la Sección del Libro, editado en Barcelona por Oliva de Vilanova. Las ilustraciones están plenamente justificadas por estar relacionadas con la historia del Libro, y el impreso carece de cualquier elemento decorativo superfluo. Se pone especial cuidado en facilitar a los visitantes la identificación de cada una de las piezas que reúne la muestra, con planos minuciosamente señalizados, entre los que destaca el que reproduce, en perspectiva, la planta de honor.

También son sobrios, funcionales y carecen de ornamentación, los diseños de los suplementos monográficos más técnicos: los editados por la Enciclopedia Espasa Calpe y por la Hemeroteca de Madrid. En cuanto al grueso catálogo que sirvió de *Anuario* a la empresa Comercio Internacional, destaca en su maquetación la variada muestra de portadillas de los capítulos, la maquetación a dos columnas, cada una de ellas en un idioma, inglés y español, y el variado uso de los elementos decorativos, con proliferación de viñetas y orlas, algunas de ellas muy recargadas.

12. En los anuncios de publicidad predominan los compuestos en las imprentas, bien puramente tipográficos o con alguna ilustración; aunque también hallamos muestras, firmadas o no por agencias, que son más elaboradas conceptual y gráficamente. En Europa, en la

8. TRAPIELLO, A., *op. cit.*, pp. 152, 158-159.

9. Los rasgos característicos de la Gestalt en: COSTA, J., *La imagen de marca. Un fenómeno social*, Paidós, Barcelona, 2005. p. 99.

época de la Exposición Ibero Americana, los carteles publicitarios ya constituían los grandes soportes de las "marcas-producto" y de las "marcas-empresa". Se exigía la síntesis y la comunicación instantánea del anuncio, que mantenía una fuerte vocación artística, aunque se fue haciendo cada vez más funcional y minimalista, con guiños, en ocasiones, a la ironía y al humor[10]. Mientras, en Estados Unidos existían, desde 1846, agencias de publicidad que se orientaban a crear trabajos para la prensa. El estilo era más prosaico, recurrían con mayor frecuencia a la fotografía y solían estar confeccionados por directores artísticos y redactores de textos publicitarios, que trataban de aprovechar las investigaciones en psicología experimental para componer anuncios con mensajes que se programaban minuciosamente para incentivar la compra de los productos[11].

El *Anuario* de Comercio Internacional de 1929, es un verdadero muestrario de los anuncios españoles de la época, y ofrece ejemplos de las más variadas influencias, que van desde los humildes faldones tipográficos, a las ilustraciones modernistas que evocan el regionalismo español, como las del aceite de oliva barcelonés G. Sensat, o el gallego de Aguas de Mondáriz. También el cartelismo comercial *Decó* se hace presente en el anuncio de Federico Ribas para el pabellón de Gal, o en los anuncios de casas de moda, como el de la zapatería madrileña Ángel Vallejo o el de los almacenes Blanco y Negro de Gijón.

La influencia italiana de Leonetto Cappiello también se deja sentir en los anuncios españoles recogidos en el *Anuario*. Baste mencionar los del jerez y coñac Valdespino o el de Agua de Solares. Entre los de corte más sintético de influencia centro europea, caben citarse los renovados anuncios de Anís del Mono, que modernizaron la propuesta de Ramón Casas, o el de la juguetería madrileña Medel.

El estilo norteamericano de publicidad, de impacto inmediato y con empleo de fotografías, se plasma en el anuncio de la joyería madrileña Brooking, o en el más modesto del

10. *Ibidem*, p. 86-87.

11. SATUÉ, E., *El diseño gráfico. Desde... op. cit.*, pp. 253-255.

Garaje Moderno de Gijón. Incluso las vanguardias artísticas tuvieron eco en la publicidad española de 1929. Hallamos anuncios expresionistas como el del fotógrafo, N. Coll Salieti de Barcelona o el de la industria de fundición de hierro y metales de Bilbao Jemein, Errazti y Zenitagoya.

También hay inspiración cubista en el diseñado por Jener para Myrurgia que aparece en el *Libro de Oro*. Este ilustrador también ofrece una imagen *Déco* con evocaciones cubistas en la cubierta del *Anuario*.

Es llamativo que apenas haya anuncios de la propia Exposición Ibero Americana y, los que hay son, en general, pobres en su concepto y resolución. Hallamos faldones tipográficos promocionando el certamen sevillano en el *Anuario* de Comercio Internacional, donde también encontramos un abigarrado y colorido cartel sin firma, de corte regionalista, que se denomina "Sevilla y la Exposición Ibero Americana". El único anuncio de la Exposición que, dentro del estilo general que encontramos, destaca por su sencillez y elegancia, es el que aparece en el *Anuario* mostrando una ilustración del Salón de Fiestas y el texto en inglés y español.

13. Además de los carteles, los catálogos, los folletos o la contratación de suplementos monográficos en revistas y periódicos, la promoción de la Exposición Ibero Americana, también aprovechó las iniciativas que se realizaron con fines comerciales, a través de la venta de numerosos objetos promocionales, como tarjetas postales, álbumes artísticos, la edición de sellos conmemorativos, naipes, monedas, juguetes, etc.

Pese a ello, con 820.000 visitantes, la Exposición no cubrió sus expectativas, lo que la prensa llegó a achacar a una propaganda mal organizada y tardía; así como al precio elevado de las entradas, a la crisis económica internacional, a la falta de infraestructuras y a la inseguridad política que vivía España[12].

12. RODRÍGUEZ BERNAL, E., *Historia... op.cit*, pp. 385-387.

14. Por último, después de conocer los relativamente escasos fondos sobre el tema en los archivos de instituciones públicas de Sevilla, la escasa mentalidad de su personal de que tienen un material que deben conservar y difundir para el desarrollo cultural de la sociedad que ha creado y mantiene esas instalaciones y, por último, el celo en obstaculizar la reproducción y no permitir la fotografía digital para vender unas imágenes escaneadas a precios abusivos (pues se encuentran aún los mismos documentos en libro de viejo más baratos que lo cobrado por algunas de las imágenes), se entiende cómo no se habían hecho hasta ahora más estudios, incluso un estudio global de este interesante tema.

7. Bibliografía

Bibliografía general:

- AA.VV., *Diseño en España. Antecedentes históricos y realidad actual*, Ministerio de Industria y Energía y Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, 1985.
- AAVV., *Litoral. Travesía de una revista, 1926-2006*, Diputación de Málaga, 2006.
- AAVV., *Los carteles en Sevilla. Fiestas de la Primavera*, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, GRAFSUR, Granada, 1989.
- AA.VV., *The Thames and Hudson dictionary of Graphic Design and designers*; Thames and Hudson, London, 1996.
- AA.VV., *Diseño gráfico en Andalucía. 1980-2000*, Consejería de Obras Públicas y Transportes, 2000.
- AA.VV., *Ramón Casas y el cartel*, Diputación de Valencia, Valencia, 2006.
- AA.VV., *Ooolé! Los diseñadores españoles interpretan la fiesta taurina*, Límite/Design, Madrid, 2002.
- AA.VV., *Ramón Casas y el cartel*, Diputación de Valencia, Valencia, 2005.
- AMBROSE, G.–HARRIS, P., *Fundamentos del diseño creativo*, Parramón, Barcelona, 2004.
- ANDEL, J., *Avant-Garde page design 1900-1950*. Delano Greenidge Editions, New York, 2002.
- ARNHEIM, R., *Arte y percepción visual*, Alianza, Madrid, 1981.
- BAINES, PH.–HASLAM, A., *Tipografía: Función, forma y diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 2005.
- BARNICOAT, J., *A concise history of posters,* Thames and Hudson; London, 1972.
- BARNICOAT, J., *Los carteles, su historia y su lenguaje*; Gustavo Gili; Barcelona, 1995.
- BARONI., D.–VITTA., M., *Storia del Design Grafico*, Longanesi & C, Milano, 2004.
- BASCUÑAN, F.–PELTA, R., *Sobre el arte tipográfico*, Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana, Valencia, 2004.
- BASS, S.–RAND, P. *et alt*., *Ensayos sobre diseño. Diseñadores Influyentes de la AGI*, Infinito, Buenos Aires, 2001.
- BAYLEY, S., *Guía Conran del diseño*, Alianza Forma, Madrid, 1992.
- BLAS, J. *et alt.*, *Diccionario del dibujo y la estampa: Vocabulario y tesauro sobre las artes del dibujo, grabado, litografía y serigrafía*, Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Madrid, 1996.
- BONET, J.M., *Diccionario de las Vanguardias Artísticas en España 1907-1936*, Alianza, Madrid 1995.
- BONSIEPE, G., *El diseño de la Periferia*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

- BRIHUEGA, J., *Las Vanguardias Artísticas en España*, Istmo, Madrid, 1981.
- BOZAL, V., *El realismo plástico en España 1900-1936*, Península, Madrid, 1966.
- BURKE., CH., *Paul Renner, maestro tipógrafo*, Campgráfic, Valencia, 2000.
- CABEZAS, L., *Los nombres del dibujo*, Cátedra, Madrid, 2005.
- CASADO, P., *Diccionario biográfico de ilustradores españoles del siglo XIX*, Ollero y Ramos, 2006.
- CALVERA, A., *La formació del pensament de William Morris*, Destino, Barcelona, 1992.
- CALVERA, A., *Historiar desde la periferia: historia e historias del diseño*; Actas de la I Reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño, Universidad de Barcelona, Barcelona, 2001.
- CALVERA, A., *Arte ¿? Diseño: nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*, Gustavo Gili, 2003.
- CAMPÁS, J., *L'Art Modernista*, Ajuntament de Barcelona, 1993.
- CARMONA, J.M., "Folletos Impresos", en *Carel*, I, 1, Sevilla, 2003.
- CARRETE, J.–VEGA, D., "Grabado y creación gráfica", *Historia del Arte,* 48, Colección Historia 16, Madrid, 1993.
- CARULLA, J., *España en 1.000 carteles*, Postermil, Barcelona, 1995.
- CARULLA, J., *El color de España. 1890-1940*, Postermil, Barcelona, 1999.
- CARULLA, J., *Cataluña en 1000 carteles: desde los orígenes hasta la Guerra Civil*, Postermil, Barcelona, 1994.
- CARULLA, J., *El color del ocio. 1890-1940*, Postermil, Barcelona, 2000.
- CHAVES, N., *La imagen corporativa*, Gustavo Gili, Barcelona, 1988.
- CHAVES, N., *El oficio de diseñar*, Gustavo Gili, Barcelona, 2001.
- CONDE, J., *Lo tengo, no lo tengo. Los cromos, historia de una ilusión*, Espasa, Madrid, 1993.
- CONTRERAS, F.–SAN NICOLÁS, C., *Diseño Gráfico, Creatividad y Comunicación*; Blur, Madrid, 2001.
- CORONADO, D., *La metáfora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario*; Alfar, Sevilla, 2002.
- COSSÍO, J.M., *Los toros. Tratado técnico e histórico*, II, Espasa Calpe, Madrid, 1982.
- COSTA, J., *La imagen de marca. Un fenómeno social*, Paidós, Barcelona, 2005.
- COSTA, J., "De la economía de producción a la economía de información", en *Razón y palabra*, México, 2003.

- DE ANDA, E., "El Art Déco: Formas y Razones", en *Art Déco. Un país nacionalista, un México cosmopolita*, Museo Nacional de Arte, México, 1998.
- DEL RÍO MAPELLI, S.–DEL RÍO MAPELLI, P..–DEL RÍO MAPELLI, M. *Historia gráfica de las diversiones en Málaga durante el diglo XIX*, Ayuntamiento de Málaga, Málaga, 2005.
- DIAZ PLAJA, G., *Un periodo por estructurar: el novecentismo español*, Madrid, Fundación Universitaria Española, 1975.
- DONDIS, D.A., *La sintaxis de la Imagen: Introducción al alfabeto visual*; Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- D'ORS, E., *La bien plantada*, Planeta, Barcelona, 1981.
- DOW, A.W., *Composition*, University of California Press, Los Angeles, 1997.
- DROSTE., M., *Bauhaus 1919-1933*, Taschen, Madrid, 2006.
- DUNCAN, A., *Encyclopedia of Art Déco*, Quantum Books, Londres, 1988.
- EGUÍZABAL, R..–GARCÍA-OCHOA, M.L., "La publicidad y los libros", en *Documentos de trabajo,* 1, Universidad Complutense, 2001.
- ENEL, F., *El cartel: lenguaje, funciones, retórica*, Fernando Torres, Valencia, 1977.
- ESQUEDA, X., *Una puerta al Art Déco*, U.N.A.M. Centro de Investigación y Servicios Museológicos, México, 1980.
- ESQUEDA, X. *Art Déco. Retrato de una época*, U.N.A.M. Centro de Investigación y Servicios Museológicos, México, 1986.
- FERNÁNDEZ, V., "Un siglo que pudo ser de oro", en *Cien años de Ilustración Infantil*, Instituto Virtual Cervantes, Alicante, 2006.
- FERNÁNDEZ FUSTER, A., *Costumbrismo: su proyección en la pintura*, Goya Reaseguros, Madrid, 1978.
- FONDEVILA, M., *Myrurgia. Belleza y glamour. 1916-1936*, Lunwerg, Barcelona, 2003
- FRASCARA, J., *Diseño gráfico para la gente*, Infinito, Buenos Aires, 1997.
- FRASCARA, J., *Diseño y comunicación visual*, Infinito, Buenos Aires, 1998.
- FRASCARA, J., *Diseño Gráfico y Comunicación*, Infinito, Buenos Aires, 2000.
- FRANCÉS, J., *Los dibujantes e ilustradores españoles contemporáneos*, Publicaciones de la Escuela de Artes y Oficios, Madrid, 1945.
- FRANCO, A., "Pérez Rubio: El Arte Nuevo y las Exposiciones Nacionales (1926-1932)", en *Roma y la Tradición de lo Nuevo, Diez Artistas en el Gianicolo (1923-1927)*, Residencia de Estudiantes, Madrid, 2004.

- GALLO, M.., *The Poster in History*, Hamlyn, Middlesex, 1974.
- GARCÍA, J.M., Catálogo: *De Gaudí a Tapies, Maestros Catalanes del siglo XX*, Caja España, 2000.
- GARCÍA GARRIDO, S., *El diseño heráldico como lenguaje visual. Heráldica nobiliaria de la ciudad de Ronda*, [I+Diseño] Universidad de Málaga, Málaga, 1998.
- GARCÍA GARRIDO, S., *Armas de la Ciudad de Ronda. Estudio, rehabilitación y diseño del escudo municipal*, Ayuntamiento de Ronda, Fundación Unicaja Ronda, Ronda, 2007.
- GIRALT-MIRACLE, D., "Cien años de Diseño Gráfico en España", en *Descubrir el Arte,* 14, abril 2000.
- GONZÁLEZ, J., *Identidad Visual Corporativa*, Síntesis, Madrid, 2002.
- GUBERN, R., *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*; Gustavo Gili, Barcelona, 1994.
- GUBERN, R., *Medios icónicos de masas*, Historia 16, Madrid ,1997.
- HERNÁNDEZ CAVA, F.–PELTA, R.–SARDÁ, M., *Libro blanco de la ilustración gráfica en España*, Federación de Asociaciones de Investigadores Profesionales, Madrid, 2004.
- HOLLIS, R., *Graphic design: a concise history*, Thames and Hudson, London, 1996.
- HOLLIS, R., *El diseño gráfico*, Destino, Barcelona, 2000.
- LACOMBA, J.A., *Regionalismo y Autonomía en la Andalucía contemporánea (1835-1936)*, Confederación de Cajas de Ahorros, Madrid, 1988.
- LE COULTRE, M.–PURVIS, A., *Un siglo de carteles*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.
- LEDESMA, R., "Qué es el *Art Déco*?", en *Laberintos*, Universidad de Monterrey, México, 2003.
- LEZAMA, J., "La vanguardias en las revistas del siglo XX", en *Luke,* 75, junio 2006.
- LUIDL, PH., *Tipografía Básica*, Campgráfic, Valencia, 2004.
- LUPTON, E.–MILLER, J., *El abc de la Bauhaus y la teoría del diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 1994.
- MAINER, J.C., *La edad de Plata (1902-1939). Ensayo de interpretación de un proceso cultural*, Cátedra, Madrid, 1981.
- MALTESE, C., *Las técnicas artísticas*, Cátedra, Madrid, 1987.
- MARTÍN, D., *El diseño en el libro*, Pirámide, Madrid, 1994.
- MATEO DE LOS SANTOS, G., *Los carteles en Sevilla*, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 1989.

- McLEAN, R., *Manual de Tipografía*, Tursen, Madrid, 1993.
- MEGGS., P., *Historia del diseño gráfico*, Mc Graw Hill, México, 2000.
- MEMELSDORFF, F., "Imagen-País. España como producto", en *Tipográfica*, 38, Buenos Aires, 1998.
- MIJKSEENAR, *Diseño de la información*, Gustavo Gili, México, 2001.
- MOLES, A.–JANISZEWSKI, L., *Grafismo Funcional*, Ceac, Barcelona, 1992.
- MOLES, A.–COSTA, J., *Publicidad y Diseño*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999.
- MORENO, F., V*einte ilustradores españoles 1898-1936*, MECD, 2004.
- MUNARI, B., *Diseño y Comunicación Visual*, Gustavo Gili, Barcelona, 2000.
- MUT, M.; BREVA, E., *De la Identidad Corporativa a la indentidad Visual, un camino necesario*, Universitat Jaume I, Castellón, <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/5.pdf>
- NIEVA, F.–BONET, J.M., *Un siglo de ilustración española en las páginas de Blanco y Negro*, Focus, Sevilla,1992.
- NOBLE, I.–BESTLEY, R.., *Visual Research. An introduction to research methodologies in Graphic Design*, AVA Publishing, Switzerland, 2005.
- NUBIOLA, J., "La revolución de la filosofía en Eugenio d'Ors", en *Anuario Filosófico*, 30, 1997.
- PATAU, J.–GARCÍA, D.-PENELA, J.R., *Unos tipos duros. Teoría y práctica de la tipografía*, <http://www.unostiposduros.com>, 02/09/2005.
- PELTA, R., "Una parte esencial de la identidad barcelonesa", en *Barcelona, metrópolis mediterrània*, Barcelona, 2003.
- PELTA, R., *Diseñar hoy: temas contemporáneos de diseño gráfico (1998-2003)*, Paidós, Barcelona, 2004.
- PELTA, R.–RALLO, F.–ROMERO, A., *Sin límites: visiones del diseño actual*, Diputación de Zaragoza, 2003.
- PERALES, F., *El cartel cinematográfico*, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, Sevilla, 1999.
- PÉREZ, J., *Art Déco en España*, Cátedra, Madrid, 1990.
- PÉREZ, M.A., *La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios (1850-1950)*, Fragua, Madrid, 2001.
- PÉREZ ROJAS, J.–ALCAIDE, J.L., Catálogo de la exposición *Del Modernismo al Art Déco. La ilustración gráfica en Valencia*, Universidad de Valencia, 1991.
- PÉREZ ROJAS, J.–ALCAIDE, J.L., "Aproximación a la colección de carteles" en *Los Tesoros valencianos de la Universitat de Valencia*, Universidad de Valencia, 1999.

- POZO, R., *Diseño e Industria Gráfica*, Elisava, Barcelona, 2000.
- PURVIS., A., *Un siglo de carteles*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.
- REBOLLO, F.; "El periodismo literario de los ensayistas y narradores novecentistas", en *Espéculo. Revista de Estudios literarios*, Madrid, 2001.
- RENAU, J., *Función social del cartel*, Fernando Torres, Valencia, 1976.
- RENNER., P., *El Arte de la Tipografía*, Campgrafic, Valencia, 2000.
- RUDER, E., "Sobre la tipografía de la Bauhaus", en *Typographische Monatsbläter*, 2, 1952.
- RUDER, E., "La Univers en la tipografía", en *Typographische Monatsbläter, 1,* 1961.
- ROSSI, A., *Posters; Hamlym Publishing Group*, Middlesex, England, 1969.
- SAMARA, T., Diseñar con y sin retícula, Gustavo Gili, Barcelona, 2002..
- SATUÉ, E., *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*, Alianza Forma, Madrid, 1997.
- SATUÉ, E., *El diseño de libros del pasado, del presente y, tal vez, del futuro*, Fundación Germán Sánchez Rupérez, Madrid, 1998.
- SATUÉ, E., *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*; Alianza Forma, Madrid, 1999.
- SATUÉ, E., *Los años del diseño. La década Republicana (1931-1939)*, Turner, 2003.
- SATUÉ, E., *La Vanguardia. Más de cien años de anuncios en prensa*, La Vanguardia, Barcelona, 1989.
- SAUSMAREZ, M., *Diseño Básico*, Gustavo Gili, Barcelona, 1995.
- SOLÁ-MORALES, I., *Eclecticismo y vanguardia*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- SPENCER, H., *Pioneros de la tipografía*, Gustavo Gili, Barcelona, 1995.
- STERNAU, S., *Art Déco. Flights of artistic fancy*, Nueva York, Smithmark, New York, 1997.
- TAMBINI, M., *El diseño del siglo XX*; BSA, Barcelona, 1997.
- TRAPIELLO., A, *Imprenta moderna. Tipografía y literatura en España, 1874-2005*, Campgrafic, Valencia, 2006.
- TSCHICHOLD, J., *Typographische Gestaltung*, Benno Schwabe & Co., Basilea, 1935.
- VELA, D., *Salvador Bartolozzi (1881-1950). Ilustración Gráfica. Escenografía. Narrativa y Teatro para niño*s, Biblioteca digital Miguel de Cervantes, 1996.
- VELASCO, C., *100 recuerdos en color. Carteles de publicidad comercial en España [1870-1960]*, Cabildo de Gran Canaria, Canarias, 2002.

- VILLAFAÑE, J.–MÍNGUEZ, N., *Principios de Teoría General de la Imagen*, Pirámide, Madrid, 2000.
- VICARY, R., *Manual de litografía*, Tursen, Hermann Blume, Madrid, 1993.
- VIVES, R., *Del cobre al papel. La imagen multiplicada*, Icoria, Barcelona, 1994.
- ZIMMERMANN, Y., *Del Diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 1998.

Bibliografía específica

- AAVV., "75 años Sevilla y ABC en 1929", en *ABC*, Sevilla, 18/01/2004.
- AAVV., *Iconografía de Sevilla. 1869-1936*, Focus, Sevilla, 1993.
- AA.VV., *Recuerdos de la Exposición Ibero Americana: 1929-1930*, Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1992.
- BRAOJOS, A., *Alfonso XIII y la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 1992.
- BRAOJOS, A., "La Exposición Iberoamericana en la pensa local", en *La Exposición Iberoamericana de 1929,* Fondos de la Hemeroteca Municipal de Sevilla, Obra Cultural del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla, 1987.
- BRAOJOS, A., *La Exposición Iberoamericana de Sevilla en el sentir de un peroidista sevillano: José Laguillo*, Boletín de la Real Academia de la Historia, Sevilla, 184, 1987.
- CABEZA MENDEZ, J.M., *La Exposición Iberoamericana y los aparejadores*, Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Sevilla, Sevilla, 2004.
- DEL RÍO, S.–*et.alt.*, *Historia gráfica de las diversiones en Málaga durante el siglo XIX. Recorrido a través de una colección familiar*, Ayuntamiento de Málaga, Málaga, 2005.
- DOMÍNGUEZ PELÁEZ, C., "La Exposisicón Ibero-Americana de Sevilla 1929. J.C.N. Forestier y la jardinería del certamen", en *Andalucía y América en el siglo XX, Actas de lasVI Jornadas de Andalucía y América*, Publicaciones de la Escuela de Estudios Hispano Americanos, Sevilla, 1987.
- GARCÍA BELLIDO, M.L., *Participación de Córdoba en la Exposición Iberoamericana de 1929*, Universidad de Córdoba, 1994.
- GARCIA-SAUCO, L., "Patrimonio artístico albacetense en la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929", en *Al-Basit, Revista de Estudios albacetenses*, segunda época, año XV, número 25, julio 1989.

- GIMÉNEZ FERNÁNDEZ, M., *Sevilla y la Exposición de 1929. Controversias y problemas*, Universidad de Sevilla, 1989.
- GONZÁLEZ, E.–LAVÍN, M.J., *La imprenta en Cantabria. Dos siglos de historia*, Fundación Marcelino Botín, Santander, 1994.
- FERNÁNDEZ FUSTER, A., *Costumbrismo: su proyección en la pintura*, Goya Reaseguros, Madrid, 1978.
- JIMÉNEZ FERNÁNDEZ, M., *Sevilla y la exposición de 1929: controversias y problemas*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1989.
- LEMUS, E., *La Exposición Iberoamericana a través de la Prensa (1923-1929)*, Mercasevilla, Sevilla, 1987.
- LEMUS, E., *Participación de Extremadura en la Exposición Iberoamericana 1929*, Editora Regional de Extremadura, Mérida, 1980.
- LEMUS, E., *Canarias y la exposición iberoamericana de 1929*, Caja Insular de Ahorros de Canarias, Las Palmas de Gran Canaria, 1988.
- MÁRQUEZ ORTIZ, M., *Ornamentación y Decoración en la Exposición Ibero Americana. Sevilla 1929*, Tesis Doctoral no publicada, Facultad de Bellas Artes de Sevilla, 1992.
- McLEAN, R., *Manual de tipografía*, Tursen, Madrid, 1993.
- MARTÍNEZ PINNA, A., *Los sellos relacionados con la Exposición de Sevilla de 1929*, Sociedad Filatélica Sevillana, 1990.
- MELERO OCHOA, F., *América en Sevilla: Exposición Ibero-Americana de 1929*, Escuela Libre de Historiadores, Sevilla, 2004.
- OCAÑA, E., *Toledo en la exposición Ibero-Americana de Sevilla de 1929*, Caja de Ahorros Provincial de Toledo, Toledo, 1985.
- PÉREZ ESCOLANO, V., *Aníbal González. Arquitecto (1876-1929)*, Diputación de Sevilla, Sevilla, 1974.
- PÉREZ ESCOLANO, V.; "Sevilla y Barcelona. Las Exposiciones de 1929 en España", en *Homenaje al profesor Antonio Bonet Correa*, Universidad Complutense, Madrid, 1994.
- RINCÓN, M.A., *Sevilla y su Exposición, 1929*, Ábaco, Sevilla, 1992.
- RODRIGUEZ BERNAL, E., *La exposición Iberoamericana en la prensa local*, Padura, Sevilla, 1981.
- RODRIGUEZ BERNAL, E., *Historia de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929*, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1994.

- RODRIGUEZ BERNAL, E., *La Exposición Ibero-Americana de Sevilla*, Ayuntamiento de Sevilla, Icas, Sevilla, 2006.
- SALAS, N., *Sevilla en tiempos de la Exposición Iberoamericana*, RD Editores, Sevilla, 2004.
- SOLÁ, I., *Exposición Internacional de Barcelona 1914-1929*, Feria de Barcelona, Barcelona, 1985.
- SOLANO, M.T., "Antecedentes históricos de la Exposición Iberoamericana de Sevilla", en *Cuadernos de Historia Moderna y Contemporánea,* VII, Universidad Complutense, Madrid, 1986.
- TRILLO DE LEYVA, M., *La Exposición Iberoamericana. La transformación urbana de Sevilla*, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1980.
- VILLAR, A., *La Arquitectura del Regionalismo en Sevilla (1900-1935)*, Tesis Doctoral de la Universidad de Sevilla, 1979.

Fuentes primarias

- CHAMBONNAUD, L. –CARNICERO, A., *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos (Primera parte)*, Labor, Barcelona, 1926.
- CHAMBONNAUD, L. –CARNICERO, A., *Teoría y Práctica del anuncio en los periódicos (Segunda parte)*, Labor, Barcelona, 1927.
- CHAMBONNAUD, L. –CARNICERO, A., *Arte de preparar catálogos, prospectos e impresos atractivos*, Labor, Barcelona, 1927 nº de ésta del '33.
- PRAT, P., *Publicidad Racional*, Labor, Barcelona, 1934.

Propaganda promovida por el Estado, a través de la Unión Ibero Americana, el Patronato de Turismo y el Consejo de Enlace.

- Catálogo Oficial: *Libro de Oro de la Exposición Ibero Americana*, Tomo I, editado por la Unión Ibero-Americana, Imprenta Aldus, Santander, 1929.
- Catálogo Oficial: *Libro de Oro de la Exposición Ibero Americana*, Tomo II, editado por la Unión Ibero Americana, Imprenta Aldus, Santander, 1932.
- Pequeño folleto de la *Exposición General Española*, Imprenta Mateu, Madrid, 1929.
- Folleto de la *Exposición General Española*, Gráficas Reunidas, Madrid, 1929.
- Folleto *Patronato Nacional de Turismo para la Compañía de Ferrocarriles*, Talleres Voluntad, Madrid, 1929.
- *Guía de Sevilla* del Patronato Nacional de Turismo, Espasa Calpe, Madrid, hacia 1931.
- Guia de *Seville* [editado en inglés en Nueva York (I)], The International Telephone and Telegraph Corporation Bureau of Information, New York, 1929.
- Guía de *Sevilla* [editado en inglés en Nueva York (II)], The International Telephone and Telegraph Corporation Bureau of Information, New York, 1929.
- Folleto del proyecto de *Colegio Mayor Hispano Americano de Sevilla*, Imprenta Juan Tejada, Madrid, 1924.

Propaganda promovida desde Sevilla por el Comité Permanente de la Exposición y por otras entidades locales.

- Folleto del *Bosquejo del Proyecto de la Exposición*, El Correo de Andalucía, Sevilla, 1909.
- Folleto con la *Memoria del Proyecto de la Reforma de la Ciudad con motivo de la celebración de la Exposición*, Imprenta E. Piñal, Sevilla, 1926.
- Folleto de la *Exposición Ibero Americana* [editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para 1927], Imprenta Mateu y Mateu, Madrid, 1923.
- Folleto de la *Exposición Ibero Americana,* [editado cuando la inauguración de la Exposición estaba prevista para el 15 de marzo de 1929], Talleres Tipográficos Padura, Sevilla, 1929
- *Catálogo Oficial de la Exposición Ibero Americana*, editado por Rudolf Mosse Ibérica, [Imprenta Rieusset], Madrid, 1929.
- *Guía Oficial de la Exposición Ibero Americana*, Editado por Rudolf Mosse Ibérica, [Imprenta Rieusset], Madrid, 1929.
- Folleto oficial de la *Exposición Iberoamericana*, Oliva de Vilanova, Barcelona, 1929.
- Partitura con el *Himno oficial de la Exposición*, Imprenta Rieusset, Madrid, 1929.
- Folleto sobre los primeros trabajos de la *Exposición Ibero Americana*, Tipografía Española, Sevilla, 1929.
- Plano de bolsillo de la *Exposición Ibero Americana*, Industria del Papel, Barcelona, 1929.
- Folleto de la *Cabalgata histórica de la raza Hispano-Americana*, Imprenta de la Sección del Libro de la Exposición Ibero Americana, Sevilla, 1929.
- Guía de *Sevilla* [editada por el Ayuntamiento de Sevilla en idioma alemán], Imprenta Mejías y Susillo, Sevilla, 1929.

Folletos y catálogos de los pabellones.

- Folleto *Catálogo del Pabellón Real*, Imprenta de la Sección del Libro de la Exposición Ibero Americana, Sevilla, 1930.
- Catálogo de la *Sección de Arte Antiguo* (la imprenta no consta), *s.l.* 1929.
- Folleto de la *Sección del Libro*, Oliva de Vilanova, Barcelona, 1929.
- Catálogo de la *Guía de la Exposición Histórica y Cartográfica del Descubrimiento de América*, Padura, Sevilla, 1929.
- Folleto del *Pabellón Colonial*, Gráficas Reunidas, Madrid, 1929.

- Folleto de la *Exposición de la Confederación Sindical Hidrográfica del Guadalquivir*, Gómez Hermanos, Sevilla, 1929.
- Folleto *Catálogo del Pabellón de Navarra*, Bergaray, Pamplona, 1929.
- Folleto del *Pabellón de la Seda*, Nagsa, Barcelona, 1929
- Catálogo de *Estados Unidos de Venezuela*, Imprenta Sucesores de Rivadeneyra, Madrid, 1929.
- Catálogo de la *República de Panamá*, Kiebn & Biermann, Hamburg, 1929.
- Folleto *Catálogo de Pinturas y Esculturas del Pabellón de Chile*, Imprenta de la Sección del Libro de la Exposición Ibero Americana, 1929.

Propaganda promovida por empresas privadas.

- Catálogo *Comercio Internacional. Anuario Seleccionado de la Producción Mundial. 1929*, Apolo, Barcelona, 1929.
- *Guía de Sevilla*, Rápido, Barcelona, hacia 1929.
- *Guía de Sevilla COB*, Imprenta Sucesores de Rivadeneyra, Madrid, 1929.
- Folleto del *Congreso Mariano Hispano Americano*, Luis Gómez Hnos., Sevilla, 1929.

Suplementos extraordinarios publicados en revistas y periódicos con motivo de la celebración de la Exposición Ibero Americana.

- *Álbum dedicado a la Exposición Ibero-Americana de Sevilla y a la Exposición Internacional de Barcelona*, International Telephone and Telegraph Corporation, New York, 1929.
- Suplemento de la revista *Laboratorio*: "España. Sus Exposiciones: Barcelona Sevilla. 1929-1930", Borrás, Barcelona, 1929.
- Suplemento de la revista *Blanco y Negro*, Madrid, 5 de mayo de 1929.
- Suplemento de la revista *Vida Gráfica Española*, San Sebastián, octubre de 1929.
- Suplemento de la revista *Nuevo Mundo*, Madrid, 17 de mayo de 1929.
- Revista comercial editada por las *Escuelas Profesionales Salesianas*, Sevilla, 1930.
- Suplemento de *El Diario Español*, Buenos Aires, mayo de 1929.
- Suplemento del periódico *La Nación*, Buenos Aires, 1929.
- Suplemento de la Enciclopedia Espasa Calpe, Madrid, 1929.
- Suplemento de la Hemeroteca Municipal de Madrid, Imprenta Municipal, Madrid, mayo de 1929.

8. Apéndice

Discursos Inaugurales de la Exposición Ibero Americana

Los discursos inaugurales de la Exposición revelan claramente el espíritu de propaganda patriótica que perseguía el gobierno español con esta cita, cuya carga ideológica impregna todo el material analizado en esta investigación.

■ Del Director de la Exposición José Cruz Conde

Señor:

Permitid que las primeras palabras que por obligación ineludible de mi cargo debo pronunciar en el recinto de la Exposición Ibero-Americana resuenen hoy para exteriorizar la intensa alegría que conmigo comparten los que por Vuestra voluntad y por la confianza con que nos honra Vuestro Gobierno, fuimos designados inmerecidamente para llevar a buen término la noble empresa que congrega ahora en este pedazo del viejo solar español, marco el más noble del grandioso espectáculo que se ofrece a Vuestra vista, y que considerar como una visión exaltada y firme de las ansias de fe en los destinos de la Patria. De esta Patria, Señor, acariciada felizmente, en estos momentos, por el flamear de más de veinte de otras tantas Naciones libres, que se llaman hermanas, y que lo son, cuando hablan, en el lenguaje cálido de sus sentimientos de la mayor raigambre, y cuando callan, con la elocuencia muda de sus más íntimas devociones.

No pudo imaginar el benemérito sevillano que esbozó hace cuatro lustros el proyecto de Exposición Hispano-Americana, ni pudieron presentirlo tampoco los ilustres convecinos que intervinieron en las primeras etapas de proselitismo, de captación de voluntades y de recursos cooperadores, que la realidad luego, rebasando los límites

modestos de los planes primitivos, había de alcanzar la consistencia, la envergadura, la intensidad espiritual que atesora el Certamen que V.M. se dispone a abrir a la contemplación del Mundo entero.

Porque es bien cierto, Señor, que siendo tan valiosa y meritoria la obra arquitectónica que el genio y las exquisiteces de los alarifes, ha sabido crear, dando forma a edificios de bella traza y depurado refinamiento; siendo tan admirable y magnífico el conjunto de manifestaciones de nuestro arte pretérito, de los recuerdos y de los hechos gloriosos de la vieja España, el heroísmo que resplandece en las reliquias de lo exploradores del siglo XVI, esto es, lo que en cuantioso acerbo simboliza el contenido espiritual de este gran Certamen, acrecentando la riqueza incomparable de los Palacios de esta Exposición, todo palidece ante el hecho más grande y más significativo de la asistencia de los pueblos de América, que llegan a la vieja Península de cuya savia vivificadora se saturaron, para animarla, como ahora lo hacen, con el perfume de su juventud exuberante, y para reverenciar los lares ibéricos, con ofrendas de gratitud y de amores filiales que Sevilla tiene la suerte de recibir agradecida en nombre de la Patria Española.

¡Ciertamente, Señor, desde la fecha del 12 de Octubre de 1492, no hubo un sólo día en la Historia de América, de mayor trascendencia ni de más alta significación espiritual qye éste de hoy, en que comienza el gran Certamen Ibero-Americano! ¡Ayer, al conjuro de la fe y de las más nobles ansias de gloria, surgió un Nuevo Mundo ante las proas de las inmortales carabelas! ¡Hoy, más de veinte países hijos de la inmortal epopeya, se congregan en el solar hispano, para entonar con las naciones progenitoras, el Himno de la Raza...!

Así, Señor, comprenderéis nuestra legítima alegría, pues que habiendo de unirse en el mismo homenaje la consagración espiritual de las grandezas pasadas de la Patria

y la promesa venturosa de nuevas prosperidades en lo porvenir, lo que menos cuenta, lo que menos debe importarnos, es el acierto que ha podido acompañar en su gestión a la labor perseverante y modesta de unos cuantos hombres de buena voluntad.

En nombre, pues, de todos mis compañeros de trabajo os suplico, Señor, que aceptéis el testimonio de nuestra más honda y sincera devoción y gratitud.

Fue siempre Vuestra Majestad el augusto y esforzado Paladín y el más resuelto propulsor de la Exposición Ibero-Americana; y el concurso personal que nos prestáis en este acto, cuando aún está reciente el luto de Vuestro corazón habla más alto que yo pudiera hacerlo de cuanto es lo que os debemos y cuán justificado es nuestro hondo reconocimiento. A Su Majestad la Reina que con vos comparte la estimación, el respeto y el cariño de todos los españoles, nuestra rendida y respetuosa gratitud.

He de testimoniar luego nuestra devoción agradecida al Gobierno de V.M. sin cuyo apoyo ilimitado, y menos aun sin su consejo, jamás hubiéramos podido dar cima a nuestra obra. El ardiente y exaltado patriotismo que informa y alienta la benemérita política del Gobierno de V.M. simbolizada en la ilustre figura del Marqués de Estepa, vuestro Presidente del Consejo, tocó nuestros corazones de hombres enamorados del ideal y de la Patria, y arrastrados por la virtualidad de su ejemplo pudimos culminar esta empresa, pródiga, como todos los grandes esfuerzos, en asperezas, sinsabores y amarguras.

He de agradecer también la cooperación recibida de la Ciudad de Sevilla, que supo apreciar lo que para su honor, su gloria y su provecho significa el Certamen, así como, de modo especial, las que nos otorgara la noble Ciudad de Barcelona, que se dispone a culminar su empeño patriótico de ofrecer al mundo su grandiosa Exposición Internacional, y todas las demás provincias y comarcas españolas, que han cooperado con sus espléndidas aportaciones al éxito de este Certamen Ibero-Americano.

No he de terminar, Señor, sin rendir el debido tributo de justicia a todos los honorables sevillanos que antes que nosotros trabajaron en este noble empeño de la Exposición Ibero-Americana; por sus indiscutibles merecimientos ganaron rectamente la sincera gratitud de todos los ciudadanos de buena voluntad.

Y por último, Señor, he de rendir a la noble República Portuguesa y a las Repúblicas todas de América, aquí representadas por sus dignísimos diplomáticos y por sus Delegados extraordinarios cerca del Comité de mi Presidencia, el fervoroso homenaje a que son acreedores todos ellos por el mérito indiscutible de sus actividades progresivas, a nuestros hermanos de la América española, todo el cariño que sentimos a los que saben hacer honor a la Vieja Madre Patria. ¡Patria amplia y bien amada de todos los pueblos que hoy legítimamente orgullosos de su soberana independencia y de su historia, se exaltan y se honran a sí mismos al rendir el homenaje de sus más puros amores al viejo y noble solar, cuna de una raza que por sus excelsas virtudes, será siempre un guión de la humanidad por los austeros caminos de la Paz, del Trabajo, del Progreso y del Honor!

Discurso del jefe del gobierno

Señor:

La visible emoción que V.M. expresaba ayer, al visitar la nave evocadora de la que condujo a Colón y a sus bravos compañeros al descubrimiento del mundo americano, se reproducirá hoy más viva e intensa, al inaugurar este gran Certamen y al oír cómo el estampido de sus cañones, saluda a través de los siglos la hazaña gloriosa, hoy plasmada en este cuadro de luz y gloria, en que os veis rodeado de gran parte de vuestra Real Familia, de embajadores y de altos dignatarios de países amigos y del pueblo español.

Y es, Señor, que al discurrir el tiempo y sus vicisitudes agitadoras, España, la vieja España, la que por sus esfuerzo y el de la fe de su insuperable Reina Isabel, la también España de Lepanto, acoge hoy en la sin par Sevilla a sus hijas de América y a su hermana Portugal, para mostrar al mundo cómo los años no han marchitado la lozanía de su espíritu ni las esencias de su vigor artístico y cultural, manifestado con exuberancia en este Certamen, producto de la voluntad, motora de la virtud primordial: el trabajo. El trabajo, por el cual se remedian con decoro todas las indigencias y se acrece la fortuna de los pueblos o se estudia, restaura y ordena su tesoro artístico, de atento valor y tradiciones entre nosotros.

La Ciudad del Betis, de aromadas arboledas y policromados jardines; la de los claveles gigantes, la de la Giralda enhiesta y gallarda que lanza hacia el cielo la plegaria de las mujeres sevillanas de ojos centelleantes y gracioso garbo, tiernas y piadosas, hoy, riente y satisfecha al ver su gran empeño culminado, abre sus puertas al mundo entero y muestra no sólo su tesoro, sino el que de Portugal nos vino en forma de geniales edificaciones, de valiosos objetos y de ricos productos.

Ciencia, arte y trabajo son los dulces lazos por los que España quiere estar unida al mundo; pero toda nacionalidad es una sociedad constituida a base de principios fundamentales: El patriotismo, el sentido religiosa y su historia. El primero impone los deberes ciudadanos, el segundo los deberes morales y la tercera los deberes de la continuidad. A estos principios quiere España ser fiel en su modernización convencida de que sirve a su fortaleza y a la de la humanidad cristiana, cuya civilización pasa por momentos angustiosos.

Presentémonos hoy, pues, al mundo como somos, sin tapujos ni disfraz, como es la raza de que somos raíz y verbo; alentada y progresiva, pero de sólida moral cristiana, de severa reflexión, consciente del papel que la providencia nos asigna y del deber que la historia nos señala.

Y vos Señor, Rey de un pueblo grande hasta en los días de mayor desgracia, madurado en la larga experiencia del reinar, afligido por recientes y grandes penas, sabed que cuando al fin de mis palabras os toque pronunciar las que han de poner digno remate a esta solemnidad de alto valor histórico para el mundo Ibérico, ellas habrán de volar, a través de las ondas, comunicando a la humanidad el apretado abrazo de hermanos y de hijos que se dan en este momento en Sevilla los pueblos de una raza que conocen su misión y su fuerza y quieren ponerla toda lealmente al servicio del honor y de la paz.

Esta
Tesis Doc-
toral se terminó
de imprimir el 18 de
junio de 2007, en la
imprenta Aldus
de Sevilla