



ISBN 978-84-96906-10-5

El cartel en Asturias

'A

El cartel **en Asturias**

**Colección del
Muséu del Pueblu d'Asturies**

El cartel **en Asturias**

**Colección del
Muséu del Pueblu d'Asturies**



Gijón / Xixón
2009

AYUNTAMIENTO DE GIJÓN

Paz Fernández Felgueroso
Alcaldesa

Jesús Montes Estrada
Concejal de Cooperación, Cultura Tradicional y Política Lingüística

Justo Vilabrille Linares
Concejal de Educación y Cultura

Pilar González Lafita
Directora de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular

EXPOSICIÓN

Centro de Cultura Antiguo Instituto
C/ Jovellanos, 21. Gijón/Xixón
Del 28 de enero al 12 de abril de 2009

Proyecto
Museo del Pueblo de Asturias

Coordinación
Juaco López Álvarez
Sonia Gayo Arias

Diseño y coordinación técnica del montaje
Fernando Fernández Redruello

Secretaría
María José Priesca Balbín

Conservación y restauración
Gema Puente Peinador

Marcos
Marcos y molduras Félix

CATÁLOGO

Coordinación
Juaco López Álvarez

Texto
Francisco Crabiffosse Cuesta

Catalogación
Sonia Gayo Arias

Documentación
Carmen Lombardía Fernández
Elena Pérez Morán
María Begoña Rodríguez Bustelo
Jesús Suárez López

Fotografías
Mara Herrero
Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica (Salamanca)
Biblioteca Nacional de España
Museo de Bellas Artes de Asturias

Diseño
Manuel Fernández (MF)

Impresión
Gráficas Eujoa

Promueve
Muséu del Pueblu d’Asturies
Paseo del Doctor Fleming, 877
La Güelga. 33203 Gijón (Asturias)
museopa@gijon.es
http://museos.gijon.es/
www.redmeda.com

© de la edición, Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular
del Ayuntamiento de Gijón/Xixón
© de los textos, los autores
© de las fotografías, los autores y las instituciones

Reservados todos los derechos.
Prohibida la reproducción total o parcial
sin la correspondiente autorización.

ISBN 978-84-96906-10-5
D. L.: As-65/09

AGRADECIMIENTOS

El Museo del Pueblo de Asturias tiene que agradecer la colaboración de las instituciones, entidades y personas siguientes:

Museo Casa Natal de Jovellanos (Gijón)
Archivo Municipal de Gijón
Museo de Bellas Artes de Asturias
Biblioteca de Asturias “Ramón Pérez de Ayala”
Biblioteca Nacional de España
Centro Documental de la Memoria Histórica (Salamanca)
Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias
Imprenta Mercantil (Gijón)
Gráficas Baraza (Oviedo)

María José Baragaño Castaño (Sama de Langreo)
Leopoldo Bertrand de la Riera (Gijón)
José Blas Vega (Madrid)
Ricardo Borja Villaplana (Valencia)
Ángel Bueres Santa Eulalia (Oviedo)
Martín Carrasco Marqués (Tapia de Casariego)
Francisco Crabiffosse Cuesta (Coruño, Llanera)
Juan Pablo Crabiffosse Cuesta (Coruño, Llanera)
Manuel Crabiffosse Cuesta (Coruño, Llanera)
Luís Alberto Fernández González (Gijón)
Francisco José Fernández Vega (Gijón)
Manuel Fernández Vega (Gijón)
Ramón García Piñeiro (Ortigueira, Coaña)
Milagros García Rodríguez (Biblioteca de Asturias “Ramón Pérez de Ayala”)
Asunción García-Prendes Salvadores (Oviedo)
Alejandro García Villa (Gijón)
Javier González Santos (Oviedo)
Luís Gómez Rodríguez (Luarca)
Armando Graña García (Ania, Las Regueras)
Máximo Gutiérrez Alarma (León)
Pedro Gutiérrez Sánchez (Gijón)
Ana Herrero Montero (Archivo Municipal de Oviedo)
Alfonso Iglesias García (Tiñana, Siero)
Herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo
Juan Jimenez Mancha (Madrid)
Herederos de Rafael Meré Pando
Francisco Jurado Fernández (Mieres)
Silvia Lenz Álvarez (Soto de Luiña)
Ramón López García (Oviedo)
Casa Mana (Villalegre, Avilés)
José Antonio Martínez González (Pravia)
Consuelo Miyar Gancedo (Priesca, Villaviciosa)
Eduardo Núñez Fernández (Archivo Municipal de Gijón)
Lucia Peláez Tremols (Museo Casa Natal de Jovellanos)
José Peón Morán (Imprenta Mercantil, Gijón)
Carlos Cruz Pérez Pérez (Las Pontigas, Valdés)
Luis Pérez Sánchez (Oviedo)
Francesc Prats Armengol (Tremp, Lérida)
Juan José Pulgar Núñez (Gijón)
Francisco Quirós Linares (Oviedo)
Isaac del Rivero de la Llana (Gijón)
Juan Rodríguez Castañeda (Cudillero)
Andrés Rodríguez del Castillo (Gijón)
Gabino Rodríguez Rodríguez (Gráficas Baraza, Oviedo)
Pilar Rubiera Alonso (Oviedo)
Jesús Suárez López (Salas)
Ignacio Urrutia López de Robles (Gijón)

Índice

	pág.
Juaco López Álvarez	6
Historia, razones y criterios de la colección de carteles del Muséu del Pueblu d’Asturies	
.....	
Francisco Crabiffosse Cuesta	9
Al hilo de una colección. Historia del cartel en Asturias	Justificación 10
	1. El cartel en la publicidad. Origen y evolución de la publicidad en Asturias 11
	2. Los orígenes del cartel. De la imprenta a la litografía 25
	3. La revolución en el cartel. Las empresas litográficas asturianas 28
	4. El cartel en la Asturias de entresiglos. El cartel de festejos como paradigma del género 36
	5. El cartelismo en las dos primeras décadas del siglo XX 45
	6. El triunfo del cartelismo. El cartel de los artistas 57
	7. Una proyección nacional. La exposición de carteles “Pro Asturias” 77
	8. Nacidos para la fascinación por el cine. El cartel de cine en Asturias 80
	9. Gijón, república de cartelistas 86
	10. Los cartelistas asturianos fuera de Asturias durante la Guerra Civil 104
	11. Fin de una guerra. Un nuevo régimen, un nuevo cartelismo 107
	12. Recuperaciones. Una nueva generación de cartelistas 116
.....	
Selección de carteles de la colección del Museo del Pueblo de Asturias	123
.....	
Índice de autores de las ilustraciones	242

Historia, razones y criterios de la colección de carteles del Muséu del Pueblu d’Asturies

Si algo caracteriza a los museos etnográficos es que sus colecciones son muy variadas. En un buen museo de este tipo no se le puede hacer ascos a casi nada, porque todos los objetos y documentos son testimonio de la actividad, las relaciones y las ideas de las personas en una sociedad, un lugar y un tiempo determinados. El Museo del Pueblo de Asturias ha ido formando desde 1992 una colección muy variada de testimonios relacionados con los asturianos, que abarca la mayor parte de los ámbitos de la vida humana. El cartel ha sido uno de estos testimonios.

En Europa, desde el siglo XVI, se han colocado impresos en lugares públicos para dar a conocer disposiciones y noticias. En Asturias habrá que esperar algún tiempo a que estos impresos se generalicen, porque la imprenta tardó bastante en difundirse. La primera se establece en Oviedo en 1680, pero tendrá muchas dificultades, y no será hasta bien entrado el siglo XVIII cuando se realicen impresos con regularidad. En Gijón el primer trabajo de imprenta conocido es de 1843 y en Avilés la historia de la imprenta comienza en 1866. De todos modos, antes y después de esas fechas, en muchos lugares de Asturias se colocaron carteles tirados en imprentas de afuera. A fines del siglo XIX con el establecimiento de varias empresas litográficas en Oviedo, Gijón y Lluarca, y la expansión de la imprenta en muchas villas asturianas, el cartel, tanto tipográfico como cromolitográfico, adquiere un desarrollo considerable y como sucede en toda Europa se convierte en uno de los medios dominantes de la comunicación de masas. Las calles de villas y ciudades se llenan de tantos carteles anunciadores, que su colocación acabará siendo regulada y también gravada por un impuesto municipal.

Los carteles informan de las actividades y de los intereses de la sociedad que los produce, y sus temas abarcan muchos aspectos: propaganda política, deporte, religión, guerra, fiestas y ferias de ganado, espectáculos taurinos, cine y teatro, industrias y comercios, alimentos y bebidas, agencias de embarque, campañas de promoción turística, de salud e higiene o de prevención de accidentes laborales, etc. Su conocimiento es sin duda una fuente importante para comprender el pasado y las características de una comunidad, y por este motivo son frecuentes las colecciones de carteles en los museos etnográficos.

Junto a este valor documental, los carteles son también una relevante manifestación artística. El cartel cromolitográfico, que combina imágenes de vivos colores y letras, constituyó desde su aparición un lenguaje nuevo en el que se expresarán muchos dibujantes y pintores profesionales. En Asturias, la mayor parte de los artistas de finales del siglo XIX y del siglo XX ha realizado carteles a lo largo de su carrera creativa. En la colección del museo están representados Julio García Mencía, Evaristo Valle, Germán Horacio, Vaquero Palacios, Juan M. Rovés, César Pola, Uría Aza, José Antonio Caicoa, Paulino Vicente “el Mozo”, Sócrates Quintana, Alfonso, Falo, Elías, Santamarina, Juan Botas, Germán Madroñero, etc.

Los criterios que hemos seguido para la formación de la colección de carteles del Museo del Pueblo de Asturias han sido los de buscar carteles impresos en Asturias con anterioridad al establecimiento del Depósito Legal en 1958, carteles posteriores a ese año que carecen del número de dicho Depósito y carteles tirados fuera de Asturias, pero relacionados con la región. El Depósito Legal es la obligación que tienen los editores e impresores de entregar ejemplares de todo tipo de publicaciones en las oficinas de este Depósito. Estos ejemplares ingresan después en la Biblioteca Nacional y en las bibliotecas provinciales (en nuestro caso en la Biblioteca de Asturias “Ramón Pérez de Ayala”).

Por otra parte, en la colección del museo hay también muchos carteles de carácter político o de campañas de publicidad nacionales que proceden de Asturias y que hemos considerado de interés adquirir.

La conservación de los carteles es un asunto complicado. El cartel se hace y se coloca para anunciar un acontecimiento, para dar a conocer un producto, para avisar de alguna cuestión. Una vez concluye el evento, la actividad, la campaña de promoción, etc., el cartel se retira y desaparece. Ese es su fin. Además, el cartel, para cumplir su cometido, tiene que renovarse continuamente. Tiene que estar llamando siempre la atención y no puede convertirse en algo perenne ni cotidiano. Esa es una de sus principales características y también su mayor enemigo para perdurar en el tiempo. Si no lo conserva una institución, un coleccionista, una imprenta o su autor, el cartel desaparece irremediablemente. Y esto último es lo que ha sucedido en Asturias con la mayoría de los carteles anteriores a 1958, nadie los ha guardado y tampoco nadie ha enseñado a la sociedad a valorar este patrimonio. Por todo esto, conseguir carteles antiguos no es una tarea fácil. Aparecen olvidados en almacenes, guardados en el baúl de un emigrante, forrando un cajón o un arca, envolviendo unas revistas o unos periódicos viejos, en la trasera de un marco y, sobre todo, aparecen buscando mucho.

En estos momentos la colección del Museo del Pueblo de Asturias está integrada por 900 carteles, dibujos y bocetos de carteles. Su ingreso en el museo se ha realizado a través de compra, depósito y donación. La compra se ha realizado en su mayoría a anticuarios y libreros de viejo de Asturias, Tremp (Lérida), Madrid, Valencia, León y Bilbao. Tenemos que destacar la colaboración de alguno de ellos, que han dedicado especial empeño en buscar y facilitar carteles para el museo, como Francesc Prats Armengol,

de la Llibreria Central, de Tremp (Lérida), a cuya profesionalidad e interés por el cartel debemos que en el museo haya carteles de Germán Horacio, Vaquero Palacios, Teodoro Delgado, Tino Uría Aza y Ruano Llopis, procedentes de los mercados catalán, francés y norteamericano. También nos han proporcionado numerosos carteles Martín Carrasco Marqués, de Casa Postal, de Madrid, entre los que tenemos que reseñar el gran cartel de las Fiestas de Santander de 1892 dibujado por Julio García Mencía y realizado en la Litografía de Manuel García, de Gijón; Ignacio Urrutia López de Robles, de El Coleccionista, de Gijón, que nos ha facilitado sobre todo carteles impresos en esta ciudad, y Ricardo Borja Villaplana, de Valencia, al que le hemos comprado muchos carteles de fiestas de Asturias hechos en la Litografía Ortega, de Valencia. Otras personas que en estos últimos años nos han proporcionado carteles de interés han sido Juan Rodríguez Castañeda, de Cudillero; Luís Gómez, de Lluarca; Ramón López García, de Oviedo; Máximo Gutiérrez Alarma, de León, y Francisco Fernández Vega, Pedro Gutiérrez y Manuel Fernández Vega, de Gijón.

Por compra, también han entrado en el museo numerosos carteles y algunos bocetos procedentes de Litografía Viña, de Gijón, empresa fundada en 1920, que cerró en diciembre de 1999, y cuya maquinaria y archivo adquirió en su totalidad el Ayuntamiento de Gijón en 2000.

En la formación de la colección de carteles del museo han sido fundamentales las donaciones y los depósitos efectuados por particulares. La primera donación importante fue la de Asunción García-Prendes Salvadores, de Oviedo, que donó al museo una colección de carteles de partidos políticos de izquierdas de los primeros años de la transición democrática. Juan Pablo y Francisco Crabifosse Cuesta, de Coruña (Llanera), también donaron un conjunto de carteles electorales de esos mismos años y de fiestas patronales de los concejos de Cudillero y Valdés. Los herederos de Rafael Meré Pando, primer director del Museo de la Gaita (hoy integrado en el Museo del Pueblo de Asturias), donaron al museo en 1999 su archivo personal, en el que había veinticuatro carteles de fiestas de Asturias y Galicia, de los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, que tienen en común la representación de una gaita. Ángel Bueros Santa Eulalia, de Oviedo, donó el archivo del comercio de su abuelo, Benito Santa Eulalia, de Boal, en el que había carteles de compañías de viajes a América, de cine y relacionados con el comercio de ropa. En estos últimos años, Francisco Quirós Linares, de Oviedo, también entregó al museo varios carteles. Por último, en 2007, José Antonio Martínez, de Pravia, regaló una colección de carteles tipográficos de Pravia, la mayor parte realizados en la Imprenta La Española de esa villa, y en 2008, la Imprenta Mercantil, de Gijón, donó al museo casi un centenar de carteles, sacados de su archivo, que constituyen una buena muestra de la producción de los años setenta y ochenta del siglo XX.

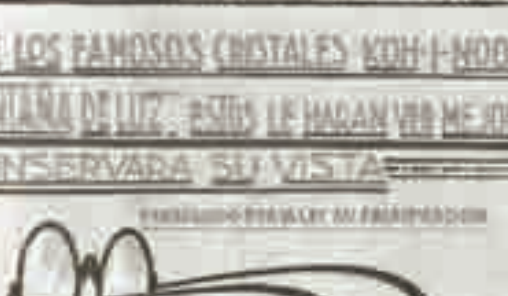
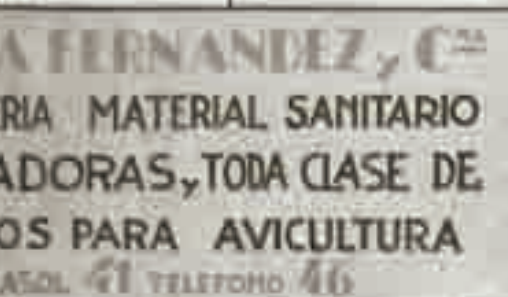
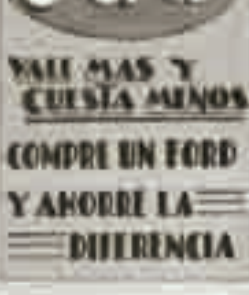
En cuanto a los depósitos, tenemos que mencionar el de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias, que nos proporcionó varios carteles de los años treinta y cuarenta del siglo XX, y especialmente el efectuado en 2008 por los herederos del dibujante Alfonso Iglesias López de Vivigo que cedieron al Museo del Pueblo de Asturias todos los carteles y bocetos que conservaban de su padre, que suman un total de 235 obras. Esta colección constituye, sin duda, una de las más interesantes del fondo de carteles del museo, pues permite conocer el trabajo de uno de los mejores y más prolíficos cartelistas del siglo XX en Asturias.

Sin embargo, a pesar del trabajo realizado en estos últimos quince años, el mayor problema para conocer el inicio y la historia del cartel en Asturias es la escasez de colecciones. El número de carteles que poseen las instituciones públicas asturianas es muy pequeño en comparación con la producción que salió de las industrias litográficas establecidas en la región entre fines del siglo XIX y 1958. Los carteles de ese periodo que se conservan en archivos, bibliotecas y museos asturianos son muy pocos, y al día de hoy la colección más rica es la que hemos formado en nuestro museo. Algunos archivos municipales, como los de Oviedo, Gijón o Siero, tienen en sus fondos unos pocos carteles de fiestas de la segunda mitad del siglo XIX y de los años cincuenta del siglo XX, otros, la mayoría, no conservan ninguno.

Caso aparte es la colección de la Biblioteca de Asturias “Ramón Pérez de Ayala”, procedente del Depósito Legal ya mencionado, que está constituida en la actualidad por alrededor de treinta mil carteles, que fueron entregados a esa institución para su custodia a partir de 1958. La colección no está catalogada, ni digitalizada y por tanto poco podemos decir de ella. En 2008 se comenzó su catalogación, pero solo se llevan registrados unos quinientos carteles de los primeros años del Depósito.

La colección de carteles del Museo del Pueblo de Asturias se integra en un fondo más amplio dedicado a las artes gráficas, en el que destacan otras cuatro colecciones que tienen mucho que ver con la vida cotidiana de los asturianos, y son: la colección de grabados; la de diplomas, títulos y otros honores sobre papel; la de etiquetas y envoltorios, y la de pegatinas. Lógicamente ninguna se da por concluida y esperamos seguir incrementando todas y cada una de ellas.

Juaco López Álvarez
Muséu del Pueblu d’Asturies



Al hilo de una colección.
Historia del cartel en Asturias

Francisco Crabiffosse Cuesta

Justificación

El cartel ha sido sin duda uno de los productos gráficos que más ha contribuido en Asturias a la modernización de los lenguajes artísticos, a la apertura y liberación de los artistas con formación académica hacia las propuestas de las vanguardias y, en definitiva, a abrir el campo de la creación hacia unos géneros considerados menores y marginales, que gracias a su contribución pueden en muchos casos codearse en igualdad, cuando no superar, la producción de las llamadas “artes mayores”. El destino publicitario del cartel, como medio básico de propaganda, ha reclamado inexcusablemente la participación del creador artístico.

Esta puesta en valor del cartel y su producción masiva, en un espacio geográfico y cultural limitado como el de Asturias, no habría sido posible sin una sólida infraestructura empresarial en el campo de las artes gráficas, que se prolonga hacia Cuba, ni tampoco sin una coyuntura socio-económica y cultural que propiciase esa demanda de elementos gráficos y, en espacial, de carteles. Para ambos logros era ineludible contar con artistas y técnicos cualificados, especializados en unas tareas que exigían conocimientos y práctica constante.

Todo este proceso hace del cartel realizado en Asturias o de temática asturiana un documento de primer orden para el estudio de esa realidad histórica más que centenaria, pero también es un reflejo, como obra artística, de la singular contribución de los creadores asturianos al arte regional y español en un extenso periodo. Por ello, esta colección de carteles del Museo del Pueblo de Asturias adquiere un valor muy estimable; y lo es, además de por las razones señaladas, por otras que no deben pasar inadvertidas en ningún caso. En primer término, por ser ésta la primera y única colección institucional que existe en nuestra región formada con el propósito de rescatar la memoria de lo que fue el cartel en Asturias desde sus orígenes hasta casi el presente. El desinterés

por conservar este patrimonio ha sido la tónica más generalizada, y a lo largo de nuestra investigación hemos comprobado con tristeza la desaparición de importantes conjuntos de carteles fruto del desprecio, el abandono, la distracción consentida o el expurgo incontrolado. El resultado ha sido que un patrimonio conservado a lo largo de décadas se ha dilapidado en pocos años sin que existiese una reacción salvadora o una política recuperadora a través de inventarios o catalogaciones de los existentes, para después ir ampliando esos fondos con compras o tramitación de legados, donaciones y depósitos que viniesen a solventar en lo posible estas pérdidas. En este sentido, un ejemplo entre otros es el de la Biblioteca de Asturias “Ramón Pérez de Ayala”, que no cuenta en su colección con carteles litográficos asturianos anteriores a 1950. En la misma línea, los archivos municipales muestran muy escasos fondos de este género.

A esta situación se une otro dato preocupante para el futuro del cartel asturiano: el incumplimiento de la legislación que regula el Depósito Legal. Particulares, empresas y entidades públicas eluden, a menudo sistemáticamente, la obligación de cumplir esta normativa, y así, muchos de los carteles editados en la actualidad no existen legalmente y sus ejemplares de muestra no llegan a los organismos encargados de su custodia.

Por todo esto, la colección del Museo del Pueblo de Asturias puede calificarse de única y ejemplar por abarcar carteles asturianos desde comienzos del siglo XVIII hasta finales del siglo XX, a partir de una reflexión que ha desembocado en una conservación efectiva y en una catalogación y un estudio de la que esta exposición, con su carácter de difusión de ese patrimonio de todos, es un primer e importante paso. Es éste, pues, un trabajo abierto, atento a completar en lo posible las huellas gráficas de todo un tiempo, que refleja la armonía de la publicidad y sus recursos con los lenguajes gráficos con impronta artística como espejo de un segmento de nuestra cultura.

Con este estudio, que ha tenido antecedentes en el realizado por Pilar González Lafita sobre las artes gráficas en Gijón en el periodo 1890-1920 (Gijón, 1980), en el catálogo de la exposición *Cartelismo Asturiano, 1925-1985* (Oviedo, 1991), comisariada por Francisco José Montes Valdés, y en nuestra aportación al género en el capítulo que le dedicamos en el catálogo de la exposición *El color de la industria. La litografía en Asturias, 1834-1937* (Gijón, 1994), queremos revalorizar el papel jugado por el cartel en el complejo publicitario, los artífices que consagraron su genio a una labor extenuante pocas veces reconocida, y señalar los hitos históricos y temporales por los que discurrió el cartel, desde las primeras ilusiones en el futuro hasta esa edad de oro que se estrellará en la Guerra Civil; desde la posguerra limitada hasta esos años setenta del siglo XX que culminan con otra nómina de cartelistas no menos comprometidos con su época. Y todo de la mano y de las creaciones de esos artistas que dejaron en el cartel su huella y el testimonio de una capacidad no muy común para hacer de este género una obra de arte y un documento insustituible de esa civilización contemporánea que hizo de la industrialización su mayor fuerza transformadora en nuestra tierra.

1

El cartel en la publicidad. Origen y evolución de la publicidad en Asturias

El cartel evolucionó como un elemento más de la fiebre anunciadora que sacude todos los ámbitos desde mediados del siglo XIX, y de la que se hacía eco en 1867 *El Norte de Asturias* definiéndola como “Anuncio-manía”, no sin cierta ironía como atestigua el texto de la gacetilla que de ese modo titulaba: “La moda de los anuncios / se extiende como un portento / y se difunde y propaga / hasta el lugar más pequeño”. Tiempo después, y con ciertas dosis de seriedad, el periódico abordaba el tema desde otra perspectiva no menos publicitaria al comentar un texto teórico sobre las estrategias del anuncio debido a Horacio Greeley.

Asturias se insertaba de este modo, con cierta contención, en esa corriente publicitaria que ya no se contentaba con las páginas de los diarios como transmisoras ideales, sino que buscaba los espacios clásicos de sociabilidad para hacer llegar al mayor número de consumidores su mensaje. Ese espacio primigenio era la calle, pero pronto se desveló el potencial del ámbito del espectáculo, comenzando por los teatros.

En la calle pervivió el uso de las paredes de los edificios como soporte ideal para los carteles y avisos, aunque pronto la exigencia del decoro urbano hizo que los ayuntamientos tomasen medidas reguladoras y restrictivas de esta práctica a través de los reglamentos de policía urbana y la aprobación de tasas, que hicieron que se ideasen nuevos sistemas que permitiesen la publicidad callejera en los albores de la penúltima década del siglo XIX. El más rudimentario y menos costoso sería el cuadro para anuncios como el que en 1879 Calixto Alvargonzález solicitaba colocar en la fachada del n.º 23 de la calle Corrida de Gijón, que definía como “cuadro de madera de un metro de ancho por tres de largo con destino a la fijación de carteles y de anuncios”,

autorizándosele con la condición de que “el relieve del mismo no exceda de cuatro centímetros sobre el revoque de la pared”.

Pero tampoco estas iniciativas particulares vinieron a frenar la práctica de la colocación indiscriminada de carteles, haciéndose necesaria la intervención municipal en cuanto a medios que facilitasen cierto orden. Para ello se proyectaron nuevos soportes que ya eran elementos introducidos en las ciudades europeas como las columnas anunciadoras. En 1881, el alcalde de Oviedo hacía ver a la corporación la necesidad de adquirir “aparatos de hierro para fijar anuncios en los paseos públicos”, acordándose que se sirviesen los fabricados por la fundición local “La Amistad”. En Gijón, en 1888, se establece la primera empresa asturiana de publicidad: “Lino Álvarez y Compañía”, cuyo promotor y socio mayoritario es Lino Álvarez García-Pola. En ese año ya logra la concesión del telón anunciador del Teatro Jovellanos, que el público contempla por vez primera en la sesión de 28 de julio, señalando la prensa que “El golpe de vista es de muy buen efecto y de resultados prácticos para los anunciantes”.

Estos telones son de gran interés, no sólo como vehículo publicitario de uso corriente en teatros y cines hasta mediados el siglo XX, sino porque se convertirán en una nueva especialidad de escenógrafos, pintores-decoradores, rotulistas, etc. Estos serán un grupo algo marginal del arte oficial, que no se identifican con el artista de formación académica, ni tampoco, en rigor, con un artesanado de perfiles tradicionales. Y también, sobre todo, porque recrean con fidelidad los carteles tipográficos y litográficos de las casas anunciantes, prolongando la función de los diseños para cartel con otros usos publicitarios.

A mediados del siglo XIX serían las labores de decorado y escenografía teatral, junto a la enseñanza privada, las únicas salidas laborales para los artistas locales, a los que para estas labores se sumaban creadores foráneos en un modo ambulante de ejercer su labor. Hasta el

fin de la centuria destaca en Gijón en estos trabajos Benito Diana, muy activo con ocasión de la visita en 1858 de Isabel II, que trabajará en Oviedo en la década siguiente. En esta ciudad también destacan en estas labores Víctor Boisgontier y Matías Azpiri Álvarez, dueño del afamado Café de París, que fallece en 1895; los asociados Jorge Busato y Bonardi, los también asociados Paulino Flioné y Muñoz Antonio Luchine, Justo Rodríguez y Felipe Salazar; están en Gijón Secundino Alberú, el escultor José María López, Andrés Chávarri, Eduardo Flórez, Perfecto Álvarez, Nicolás Álvarez, Amalio Fernández, y García y Utesa, que realizaron la mayoría de las escenografías y decoraciones de obras de teatro, ópera y zarzuela que se programaron en la villa a lo largo de este periodo.

Pero la empresa de Lino Álvarez también logró en ese año la concesión municipal por diez años para la instalación en las más importantes vías públicas de la ciudad de “aparatos para fijar carteles o anuncios permanentes”, carteles que se colocarían en los ocho anunciadores por cuenta de la empresa, no pudiendo fijarse aquellos que no tuviesen el sello del Ayuntamiento y de la empresa, siendo además por cuenta del anunciante “los sellos móviles que deben fijarse en los carteles”. En septiembre de ese año ya están instalados todos los anunciadores, ofreciéndose a los empresarios y comerciantes dos modalidades, con sus tarifas y condiciones: bien en anuncio pintado, que se denomina “anuncio permanente”, corriendo la pintura por cuenta del anunciante, para el que se oferta una hoja entera, con un coste de 40 pesetas anuales, o bien media hoja, cuyo precio sería de 20 pesetas. La otra modalidad es la que contempla la colocación de carteles, con una mayor variedad de formatos y tarifas. Así, en anuncios por las dos caras, se distinguía entre los carteles que ocupaban toda la hoja metálica (50 pesetas anuales) o la mitad (35 pesetas anuales), con los que se anunciaban únicamente en una sola cara en hoja entera (30 pesetas anuales) o en media hoja (20 pesetas anuales).



Kundo, Oviedo, 1895

Para carteles de uso circunstancial o efímero, lo que se definen como “carteles sueltos”, se tarifaban por día. Así, ocupando la hoja entera (0´20 pesetas diarias); media hoja (0´15), cuarta parte de hoja (0´10) y carteles “marca folio” (0´05).

En 1901, la empresa de anuncios de Lino Álvarez aun seguía activa, lo que demuestra el éxito de su iniciativa, con oficinas y taller abiertos en la calle Cabrales.

Oviedo. En ese mismo año ya había colocado como empresario del Teatro-Circo anuncios en el telón de boca, a ambos lados del escenario y en las delanteras de palcos y galerías, que eran definidos como “alegorías muy bonitas y de muy buen dibujo”, que llamaban la atención por la novedad: “no estábamos acostumbrados a los anuncios en esta forma que tanto agrada”. En el telón de boca se anunciaban en vivos colores y con dibujos, “a cada cual más caprichosos”, los más importantes comercios de la ciudad: Casa Campomanes, Al San Luis, Ambos Mundos, El Vapor, El Caballo Inglés, la confitería de Manuel Álvarez, la sombrerería El Modelo, la relojería de Bravo, la fotografía de Julio Alonso, y empresas como El Crédito Literario, L'Union Francaise, La Equitativa y las máquinas de coser de Riedel Nauman.

En esta especialidad convergen algunos pintores escenógrafos con el más nutrido grupo de los pintores-decoradores, que serán quienes hagan de los trabajos publicitarios su oferta primordial, abriéndose a otras villas. Así ocurre en Luarca y Navia con José María Enríquez Dávila; en Avilés y su entorno con José Rodríguez Mata y Alonsini, y en Llanes con Juan Alonso Ribot, Hipólito Carrera Sánchez, Antonio Vallejo y los asociados Pascual y Zapata.

La publicidad busca en la calle nuevos soportes, modelos que se introducen de fuera. Así, en Oviedo, se destaca como novedad la valla anunciadora –“como las que se emplean en las grandes poblaciones”–, que el contratista Gregorio Ovies coloca aprovechando el cierre de las obras del pasaje de Santos Rodríguez en la calle de Uría, y en el verano de 1895, el Ayuntamiento de Gijón instala en la plazuela de San Miguel el primer mingitorio-anunciador. Estas novedades están en relación con otros medios publicitarios que se introducen en los comercios, como los papeles de envolver litografiados que, diseñados por el artista local Antonio Ángel e incluyendo ingeniosos versos, emplea el comercio “Las XXX” en el verano de 1892, año en el que Miguel Palacios llama la atención de los gijoneses con un anuncio mural

Oviedo. En ese mismo año ya había colocado como empresario del Teatro-Circo anuncios en el telón de boca, a ambos lados del escenario y en las delanteras de palcos y galerías, que eran definidos como “alegorías muy bonitas y de muy buen dibujo”, que llamaban la atención por la novedad: “no estábamos acostumbrados a los anuncios en esta forma que tanto agrada”. En el telón de boca se anunciaban en vivos colores y con dibujos, “a cada cual más caprichosos”, los más importantes comercios de la ciudad: Casa Campomanes, Al San Luis, Ambos Mundos, El Vapor, El Caballo Inglés, la confitería de Manuel Álvarez, la sombrerería El Modelo, la relojería de Bravo, la fotografía de Julio Alonso, y empresas como El Crédito Literario, L'Union Francaise, La Equitativa y las máquinas de coser de Riedel Nauman.

En esta especialidad convergen algunos pintores escenógrafos con el más nutrido grupo de los pintores-decoradores, que serán quienes hagan de los trabajos publicitarios su oferta primordial, abriéndose a otras villas. Así ocurre en Luarca y Navia con José María Enríquez Dávila; en Avilés y su entorno con José Rodríguez Mata y Alonsini, y en Llanes con Juan Alonso Ribot, Hipólito Carrera Sánchez, Antonio Vallejo y los asociados Pascual y Zapata.

La publicidad busca en la calle nuevos soportes, modelos que se introducen de fuera. Así, en Oviedo, se destaca como novedad la valla anunciadora –“como las que se emplean en las grandes poblaciones”–, que el contratista Gregorio Ovies coloca aprovechando el cierre de las obras del pasaje de Santos Rodríguez en la calle de Uría, y en el verano de 1895, el Ayuntamiento de Gijón instala en la plazuela de San Miguel el primer mingitorio-anunciador. Estas novedades están en relación con otros medios publicitarios que se introducen en los comercios, como los papeles de envolver litografiados que, diseñados por el artista local Antonio Ángel e incluyendo ingeniosos versos, emplea el comercio “Las XXX” en el verano de 1892, año en el que Miguel Palacios llama la atención de los gijoneses con un anuncio mural

en la fachada de su establecimiento que representa a Papá Noel cargado de juguetes. Para esta obra, el pintor Juan Nepomuceno Álvarez se había inspirado en “una acuarela extranjera”, y se destacaba de él ser muestra de “un original sistema de anuncios que convendría se generalizase a lo menos en punto tan a propósito como en el que está situado el de referencia, porque sobre ser menos cansado que el del anuncio escrito, contribuiría al embellecimiento de las avenidas”.

Esos anuncios escritos también buscaban nuevas formulaciones, que no lograban escapar tampoco a las aberraciones ortográficas, que delataban, según las denuncias de la prensa, el bajo nivel cultural de Gijón ante un acontecimiento como la Exposición Regional de 1899. Por ello solicitaban que ningún anuncio fuese colocado sin que fuese autorizado por una Comisión de Redacción nombrada al efecto por el Ayuntamiento. Entre esas nuevas formulaciones está el Popular Reporter, un sistema de publicidad para el que en 1893 logra privilegio de invención el asturiano Francisco Cueva Palacio, profesor auxiliar de la Universidad Central. El invento combinaba el periódico mural con la inserción de publicidad en un gran cartel que se colocaba en lugares estratégicos, renovándose periódicamente. Más rudimentarios pero no menos útiles son los “aparatos anunciadores” que se emplean a partir de entonces en los comercios regionales, que incluyen diversos abecedarios que permiten combinaciones múltiples para anunciar los productos y su precio de venta al público. También como novedad de ese momento se introducen los rótulos en cristal y los esmaltados. Los primeros son una especialidad de los talleres gijoneses, en estrecha relación con la prestigiosa fábrica de vidrios de La Industria, sobresaliendo los realizados a dorado y varias tintas inalterables por Nicolás Álvarez, que pronto destacaría como creador de transparentes. También los ofrecía en diferentes versiones, como muestra de su especialidad en rótulos y anuncios para el comercio, el artista

de origen vallisoletano Martín Jouron, establecido a fines de la década de los ochenta en Oviedo, con tienda abierta en la plaza de Porlier en la que ofrecía un amplio surtido de producciones artísticas. En los años noventa se traslada a Gijón, abriendo taller en la calle Corrida, etapa en la que prodiga esta clase de trabajos, en competencia con otro especialista como Luciano Crespo. El magnífico vidriero Millius Schmidt se especializará en anuncios muy minoritarios por su alta calidad y originalidad.

Con respecto a los esmaltados, éstos tendrían una tradición posterior, a partir de 1899, cuando la Fundición Laviada y Compañía inicie la fabricación de esmaltado en hierro fundido. Con anterioridad será la labor comercial de Desiderio Adé Oliveros, representante de la casa zaragozana de Manuel Viñado, la que logre imponerse en el mercado asturiano. Estos rótulos esmaltados sobre hierro se mostraron por vez primera como propaganda de la casa en los escaparates del comercio de Benigno Piquero, en febrero de 1892, y se definían como “elegantes y de indecible atractivo, que además producen rendimiento, pues dan facilidad a las ventas”, pues engalanaban las fachadas de los comercios e industrias tanto a la luz del día como bajo el foco de una luz artificial. Para los profesionales se recomendaban por su utilidad las “elegantes y bien entendidas” conocidas como “placas parlantes”, que realizaban por encargo Minervino Menéndez y El Salón de la Publicidad.

Esta inflación de modelos y formatos de publicidad reflejaban una puesta al día del mercado asturiano a los nuevos retos a los que ya se había hecho frente en Europa y América. El desarrollo industrial de la región en este periodo la hizo especialmente sensible tanto a la legislación protectora de marcas, a los “nombres y títulos industriales”, con los que se denominaban tanto los establecimientos como los diferentes productos. La primitiva norma que amparaba la concesión y registro de

Kundo
Telón de escaparate de la guarnicionería Casa Piedrafito, Tineo
Temple sobre lienzo, 135 x 80 cm
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

marcas, el Real Decreto de 20 de noviembre de 1850, fue objeto de sucesivas reformas para adecuarlo a las nuevas necesidades, siendo una de las últimas el Real Decreto del Ministerio de Fomento de septiembre de 1888, que obligaba que la solicitud de concesión se acompañara de un “cliché” o grabado de la marca, cuyo tamaño máximo sería de 10 x 6 cm, debiendo estamparse en negro. En 1901, la fiscalía del Tribunal Supremo dirigió una circular a los fiscales de Audiencia estableciendo la distinción entre la imitación y la falsificación de las marcas de fábrica, hasta que una nueva ley de 16 de mayo de 1902 vino a clarificar todos los extremos que se presentaban a industriales y comerciantes para registrar sus marcas, modelos y dibujos de fábricas.

En paralelo a esta protección de la propiedad industrial, el Estado desarrollaba otra encaminada a asegurar la siempre difícil obligación de entrega por parte de impresores y litógrafos de ejemplares de cada obra que imprimiesen: “ya sea ésta libro, folleto, mapa, estampa, cartel, anuncio, hoja volante, ya sea litografía, fotograbado, etc.”. La normativa señalaba la entrega de al menos un ejemplar con destino a la Biblioteca Nacional, según se había ordenado reiteradamente en disposiciones legales que se retrotraían a 1712. De acuerdo al Real Decreto regulador de esta obligación, de 4 de diciembre de 1896, el director de la biblioteca del Instituto de Jovellanos, Manuel G. y Molina Martell, recordaba a los impresores, tipógrafos y litógrafos gijoneses el obligado cumplimiento de esta normativa, debiendo entregar el último día de cada mes los materiales que hubiesen salido de sus oficinas y talleres en dicha biblioteca, que por Real Decreto de 28 de febrero de 1896, y de acuerdo a la ley de 30 de junio de 1894, había quedado incorporada a la Dirección General de Instrucción, sirviendo de intermediaria para que dichos materiales llegasen a la Biblioteca Nacional. El incumplimiento de esta obligación acarrearía diversas sanciones, pero una vez más la aplicación de la normativa se mostró tan

deficiente, que raramente se haría entrega de esos impresos y estampas.

Esta legislación era respuesta a un incremento notable de toda la publicidad que generaba la actividad comercial e industrial, y, lógicamente, la reflexión sobre la evolución de los medios publicitarios no estaba ausente de esa realidad social de la que se hacían eco los periódicos. En 1894, *El Comercio* insertaba un largo artículo anónimo en el que bajo el título “Progresos del anuncio” hacía ver ese potencial para la prensa que era el anuncio en ella insertado, en una práctica consolidada desde veinte años antes. Se valía para ello de la publicidad de la “Emulsión Scott”, de aceite de hígado de bacalao, cuyo anuncio se podía ver en sus páginas con la clásica figura del pescador cargando a sus espaldas con una gran pieza de bacalao:

“Según crecen los negocios en los diferentes países se desarrolla el anuncio. Hay quien arguye que aquéllos deben su progreso exclusivamente a éste y si bien una aserción tan absoluta puede ser un tanto exagerada, no hay duda que gran parte del éxito alcanzado por los más prósperos comerciantes e industriales se debe al anuncio. Los que hayan observado la marcha de los periódicos y revistas durante los últimos veinte años habrán notado con alguna curiosidad el cambio que se ha operado en ellos y el aumento en el espacio destinado a anuncios. La mayoría de nuestros lectores sin duda no se explica cómo puede el industrial derivar ganancia alguna gastando enormes sumas en anuncios. Sin embargo, es un hecho que el anuncio está aún en la infancia, especialmente en este país. Es indudable que el anuncio ha venido a hacer más barato el precio de los periódicos y revistas y por consiguiente a difundir más su lectura entre las clases pobres. El periodista, el anunciante y el lector se ayudan mutuamente. Así deber ser y así es”.

Señalaba a los Estados Unidos como el país donde más se reconocía “el mérito del anuncio”, invirtiendo grandes sumas en publicidad, y ponía de ejemplo las campañas de la casa Scott y Browne (firma fundada por

Alfred B. Scott y Samuel W. Browne) para señalar que la publicidad únicamente funcionaba si la calidad del producto era verdadera:

“Cierto es que el anuncio no puede tener éxito duradero, si lo anunciado carece absolutamente de mérito; pero en la venta de un artículo realmente bueno, el anuncio es el camino que conduce al éxito y la prensa periódica es sin duda alguna el mejor medio de anuncio”.

Desvelaba después cómo los fabricantes de la emulsión habían seguido una estrategia oportuna, que iniciaron al desvelar la fórmula, reservándose únicamente “el método de dividir el aceite en moléculas infinitesimales para hacer una emulsión perfecta. Ese método es aún propiedad exclusiva de ellos”. Se anunciaron en la prensa –“La prensa pregonó el descubrimiento al mundo entero”–, primero a escala local, para después insertar la publicidad en periódicos de todos los Estados Unidos. En 1880 fueron Canadá y Gran Bretaña sus objetivos, con unos resultados que les permitieron abrirse a otros países europeos, alcanzando en España, en 1884 y 1885, gran entidad su negocio, abriendo su sucursal francesa en París en 1890. En paralelo, se habían ido implantando en todo el continente americano. Todo ello había traído aparejado que la marca de fábrica, aquella figura del pescador noruego, se había convertido en un icono de la época, reproducido incansablemente en etiquetas, periódicos, folletos, tarjetas, almanaques y carteles.

La importancia dada a la publicidad se remarcaba el estar este departamento a cargo del socio Scott, y que en la nueva sede de la empresa levantada en Nueva York, contaba con su propia imprenta, taller litográfico, laboratorio fotográfico y estudio artístico para diseñadores y bocetistas. Ellos eran pues un ejemplo primigenio para todos aquellos que quisiesen triunfar a través de la publicidad.



Sin duda, el ejemplo a seguir en los modelos publicitarios se hallaba en la moderna cultura anglosajona, y únicamente Francia aportaría más adelante los esquemas particulares del cartelismo. *El Comercio* no dejaría de ejemplarizar en la acción de los ingleses como paradigma de la correcta creación y aplicación de los modelos publicitarios:

“No hay nadie como los ingleses para concretar en pocas palabras las más gráficas máximas del comercio y la industria, los más productivos apotegmas del positivismo y la ganancia”.

“The time is money” y “El anuncio es venta” eran los emblemas que resumían una filosofía práctica que se traducía en grandes sumas invertidas en publicidad, de las que se destinaban grandes partidas para esos “caprichos artísticos que son los lujosos carteles cromolitografiados”, como los de la casa Singer. El misterio de esta estrategia, con su pingüe beneficio, se resumía en ripios castizos:

“Estamos en un tiempo Tan miserable Que si yo no me alabo No me alaba nadie”.

Y de ahí que en esa profusión publicitaria, en ese afán anunciador, a los viajeros de comercio se les defina también como “anuncios vivos y semovientes”. Pero, barriendo para casa, el más potente medio difusor era el periódico, y ponía un ejemplo de absoluta actualidad gijonesa. El vidriero y taxidermista Hatre exponía en los escaparates de la confitería “La Merced” vistosos pájaros disecados. El periódico había dado la noticia de las piezas, y éstas se habían vendido de inmediato. Y otro ejemplo cercano, que demostraba que los comerciantes gijoneses iban poco a poco asimilando los medios más tradicionales que aquí se hacían novedad, eran los almanaques anunciadores, cuyo éxito se debía en un alto tanto por ciento a que su aparición era materia de gacetillas elogiosas para los comercios que los distribuían. Así, este anónimo periodista confesaba con orgullo haber recibido los de 1895 de la fábrica de mantecas de Andrés Prendes, del comercio de tejidos de Castro, Pastor y Compañía, sucursal de máquinas Singer, y del bazar Palacios.

Pero tampoco se les escapaba a los periodistas gijoneses que esa vitalidad del anuncio había llevado a la exageración, a un extremar los medios que conducía al absurdo y a lo risible, lo que le hacía entrar en una crisis de difícil resolución. Este proceso se observaba con mayor intensidad lógicamente en el ámbito cultural anglosajón, de modo particular en los Estados Unidos: “El anuncio a la americana es tan extravagante como todo lo yanqui” o “Para anuncios los yanquis, que en todo son estrambóticos y raros”.

Pero donde se observaba desde la perspectiva plenamente española una encrucijada crítica de estos modelos publicitarios era en el cartel, cuya renovación formal emergía desde autorías muy selectivas, tal como venía a demostrar el concurso de carteles del periódico *El Liberal* ante la nueva centuria:

“Una especie de anuncio, el cartel, ha sufrido también desestimación, y para vencerla se ha elevado a un progreso muy noble. El industrialismo acepta el

Cartelón de productos de la casa de Antonino Arias, de Corías de Pravia, h. 1920 Óleo sobre lienzo, 185 x 184 cm Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

principio agustiniano de hablar a la multitud *per alegoricam*, y ha producido el cartel artístico, género tan delicado y difícil como el simbolismo en la literatura”.

Esa apuesta por una modernización de los lenguajes gráficos era un reto para todos aquellos que, desde la cultura industrial y la del complejo de la comunicación, quisieran estar a la altura del progreso que la civilización europea demandaba. Desde la perspectiva asturiana a esa renovación contribuían en primer término todo el sector de las artes gráficas, y de modo particular las industrias litográficas; un colectivo que tenía en vanguardia a los bocetistas y diseñadores, que serían los que formularsen una interpretación ajustada a la demanda de una clientela en expansión. Esa clientela, variopinta y deseosa de participar en el frenesí gráfico, sería la fuente de financiación de un sector que con el nuevo siglo conocería en Asturias una expansión desconocida hasta entonces, y sería la que desde una cultura receptiva obligaría a la creación de un lenguaje en los carteles que impactase a los consumidores con la ajustada combinación de mensajes gráficos y textuales:

“El saber anunciar con éxito ha llegado a constituir un arte... La novedad, la sorpresa ante todo; hasta en los anuncios de menor cuantía conviene salirse de los moldes en uso e inventar algo que sugestione y obligue a leer”.

Esa invención, que arrinconaría por manidos los moldes viejos de toda la gráfica y en especial del cartel, no sería otra que la de un Modernismo que se recibía con indisimulado entusiasmo y que conectaría de inmediato con los gustos de las clases medias urbanas y del proletariado industrial.

Un articulista que se escondía bajo el seudónimo “Apeles” dejaba constancia en 1902 desde las páginas de *El Comercio* de una tímida introducción de la estética modernista en Asturias, haciendo de ella una defensa

entusiasta como lenguaje por excelencia de la moderna civilización:

“Voy a decir algo acerca del modernismo, el cual viene haciendo una verdadera revolución en el mundo artístico, pues se trata de un arte cuyos cimientos háyanse en perfecta armonía con el espíritu moderno. El modernismo está ejerciendo su influencia en las bellas artes, no excluyendo ninguna, e imprime en todas ellas ese sello especial que le distingue, y cuyos caracteres son la idea, la sencillez y elegancia; es el arte que manifiesta con sinceridad los sentimientos íntimos del espíritu, rompiendo todas las antiguas trabas. El modernismo tiene aplicación más práctica en las artes decorativas, pero yo veo en él una idea más general, veo la expresión libre de amaneramientos, de la naturaleza, de la vida, del color y de la luz, arte en que el artista revela con soltura, con personalidad sus sentimientos. Dejando a un lado estas divagaciones, ocuparéme con las artes decorativas, que es donde deja sentirse la influencia del modernismo con más preponderancia, echando más hondas raíces, pues además de reunir condiciones de estética admirable, está ésta supeditada a la comodidad y a la higiene.

En esta clase de decoración moderna, el artista busca los más raros efectos, pero basados en la naturaleza, formando hermosas composiciones, lo mismo con elementos de riqueza, que con materiales ordinarios y sencillos, procediendo lógica y racionalmente.

No puedo extenderme mucho sobre esto por no requerirlo la índole del artículo; quisiera dar a éste un carácter más general, deseando abarcar otras ramificaciones artísticas muy importantes. Refiérome, entre otras, al arte del anuncio, que tiene por sí solo una importancia excepcional , en que la expresión, lo chic y el buen gusto van unidos, constituyendo a veces verdaderas obras de arte. Es de notar que la tendencia modernista es hacia la verdad, pero la verdad expresiva, la verdad con gracia; el modernismo tiene más de clásico que de otra cosa, está como el arte griego basado en la naturaleza, cuyos intérpretes tienen diferentes sentimientos, pero que es siempre la misma, siempre joven”.

Tras extenderse en aclarar esta tesis sobre lo que de clásico encerraba el modernismo –“El clasicismo es el arte bueno”–, y hacer una crítica a las corrientes artísticas que hicieron diferentes lecturas del legado del arte clásico a lo largo del siglo XIX, el autor defendía el “japonesismo” como influencia regeneradora y vivificadora del arte occidental:

“Actualmente los estetas han observado nuevos horizontes en otro continente y en otra nación de costumbres y usos bastante diferentes de las nuestras: en el Japón, en el que han visto una estética más sensacional, de más energía que la que hasta ahora conocíamos, el modernismo (y dispénseme el abuso de la palabra) ve en dicho arte, en el japonés, procedimientos más lógicos y racionales, como antes decía, los cuales trata de asimilarse. Los anuncios están impregnados de cierta frescura y expresión, tienen un no se qué de especial que encanta”.

Pasa después a reflejar cierta tardía recepción de la nueva estética en Gijón, con producción de baja calidad, poniendo de modelo a Mucha, anunciando la realización de anuncios que estén en consonancia con la nueva cultura gráfica:

“En Gijón apenas son conocidos, y los que lo son, resultan muy malos, pero el que vea un cartel de Muchka (sic) o de algún otro artista francés o no, de seguro que corroborará connmigo. Parece que ahora se va a hacer aquí algo referente a esta clase de anuncios, pues siendo Gijón una población industrial, necesariamente tendrá que presentar y dar a conocer sus trabajos con un poco más de confort que hasta ahora lo hizo”.

Finalizaba su artículo reafirmando su defensa del Modernismo como manifestación necesaria de una civilización moderna:

“Hoy ya no es desconocida la importancia de esa moderna tendencia; en un principio se creyó un mero capricho, pero pronto se generalizó y adquirió la preponderancia que debía por fuerza adquirir, pues se

trata de un arte cuyas sólidas bases están compenetradas con la moderna civilización, con los modernos adelantos, con los gustos, con las aspiraciones, con todo lo grande y pequeño que tiene esta época: no es un mero capricho; es una consecuencia del grado de cultura en que nos hallamos, que se manifiesta después de cien años de elaboración.

Como todas la nuevas ideas, tuvo sus exageraciones, pero como en estos casos sucede, sirvieron para contrarrestar antiguas ramplonadas, tanto, que algunos sostuvieron paradojas con ésta: el pintor moderno debe dibujar; y otros, en la poesía que

querían quitar el encanto y sonoridad que se consigue con el ritmo; pero estas cosas, faltas de sentido común, no tienen que ver nada con lo esencial del arte expresado”.

Efectivamente, ese Modernismo, descubierto en diversas fuentes impresas, impregnaría con sus formas voluptuosas y su inagotable repertorio vegetal y floral todas las artes decorativas asturianas de un amplio periodo de entresiglos, haciendo olvidar toda la herencia formal anterior, que en algunos casos perviviría como un notorio anacronismo. La introducción en las

artes gráficas y en el cartel llegaría de la mano de un litógrafo informado de todas las novedades del ramo como García Mencía, pero también de la producción de algunas casas extranjeras y nacionales, en un momento en el que la crisis del sector gráfico español se inserta en esa encrucijada no menos crítica de la vida nacional tras el aciago 1898, pero cuyos síntomas se percibían con anterioridad. “El estado angustioso y difícil que atraviesan las artes e industrias españolas está representado por una paralización casi completa y una competencia sin ejemplo en todo cuanto se



Pintor de anuncios, Gijón, 1925
Foto de Constantino Suárez

relaciona con el arte gráfico”, escribía en 1895 Francisco Vázquez, para quien uno de los escollos para el progreso de la iniciativa privada, era “luchar con la invencible competencia de las tipolitografías y encuadernaciones establecidas en los centros oficiales” una situación que de modo específico se daba también en Asturias. Pero la mayor competencia en cuanto al cartel provenía entonces de casas extranjeras, reclamándose desde varios foros una mayor presencia de las

litografías españolas frente a la “invasión” francesa, alemana e italiana. La de más antigua y continua presencia en la región será la alemana Prager & Lodja, que desde 1893 introduce sus productos gracias a la labor comercial del agente madrileño Emilio Zurita, quien en 1901 abre una delegación en Gijón. La gama de productos publicitarios que ofertaba era amplia, destacando los carteles cromolitografiados sobre cartón y hojalata que realiza para firmas sidreras como Vda. e Hijos



Publicidad en la pared medianera de un edificio, Gijón, 1920
Foto de Constantino Suárez

de Tomás Zarracina; Muñiz, Gamba y Belaúnde; Vereterra y Cangas; Hijos de Pablo Pérez (El Hórreo) o Valle, Ballina y Fernández (El Gaitero), y también para la fábrica de cervezas La Estrella de Gijón y otras industrias como las de J. Pantiga; Pérez y Alonso; Hermanos Sendín y Leguina o La Cruz Blanca. En 1905, Emilio Zurita se declararía en quiebra.

Entre las litografías nacionales destacan las de Francisco Fons, de Santander; la compañía vasca de “Zubiria, Dotesio y Lucena”, que en 1900 nombra al comisionista gijonés Marcial Pérez del Busto su representante para Asturias, León y Galicia; la Litografía de José Ortega, de Valencia; la de Portabella y Cía, de Zaragoza; la malagueña de Rafael Alcalá, cuyos cromos de temática religiosa gozaban de gran aceptación por el público asturiano, o la tradicional de Simeón Durá, de Valencia.

Interés para la difusión del Modernismo y del “japonesismo” tiene la presencia de Richard Gans, que pasaba largas temporadas veraniegas en la ciudad y cuya Fundación Tipográfica tenía como representante en Gijón a Ignacio Carvajal. Los almanaques y los catálogos editados por esta casa fueron una fuente preciosa para tipógrafos y litógrafos en la realización de sus carteles. El catálogo de 1899, presentado en forma de cartel, era un trabajo cromolitográfico en el que se habían empleado nueve tintas con las que se habían logrado delicados matices para fijar un estilo de conjunto de inequívocas referencias orientales que se definían como “Ornamentaciones de estilo japonés”.

Esta constante presencia foránea normalizó la penetración de los nuevos modelos y la asunción de nuevos modos de facilitar de manera ordenada la publicidad en la calle, con los que los municipios responden a las protestas por la colocación indiscriminada de carteles que “afean y son muestras de incivilidad”. En 1901, el ayuntamiento de Oviedo autoriza a una sociedad recién constituida la colocación de carteles en los faroles de la calle de Uría, que se contemplan no solo como un buen reclamo para los anunciantes, sino que también

contribuyen al ornato público al ser los carteles “elegantes y muy bien pintados”. El reglamento de policía urbana que entra en vigor en 1909, establecía la prohibición de colocar cualquier anuncio o cartel en soportes que no fuesen los destinados para este único objeto, debiendo ser previamente presentados a la Alcaldía y abonar el arbitrio establecido. También prohibía “rasgar, manchar y arrancar los carteles”, y la colocación de unos sobre otros. La tarifa máxima para los anuncios públicos era de 4 pesetas por metro cuadrado. En torno a este año es cuando el ayuntamiento de la capital instala el primer kiosco en la plaza de la Escandalera, cuyo primer concesionario será un popular personaje apodado “El Coheteru”. Pasó después su explotación a manos de Marcelino G. Trelles, empresario de los coches de punto, y muy pronto a Dª. Filomena Bengoa, viuda de un militar de había perdido la vida en la Guerra de Cuba. Para entonces, el kiosco tenía como beneficios más sólidos los provenientes de la colocación de anuncios en sus cristaleras. En Gijón, en ese 1908, se instalan los primeros bancos anunciadores, y en 1914 se inaugura el kiosco-farola propiedad de Pachín de Melás, que será destruido por un incendio intencionado en 1937.

Toda esta publicidad seguía necesitando del concurso de los pintores-decoradores, y de los escenógrafos que competían con los primeros en lograr los encargos publicitarios. Uno de los escenógrafos ovetenses será Manuel Rayón Vallina, hijo de un conocido notario, que se forma artísticamente en Barcelona en la última década del siglo XIX. Formará parte de la sociedad impulsora de los carteles-anuncio en los faroles, ofreciéndose para decorar gratuitamente el nuevo Teatro Campoamor; un teatro cuyo telón anunciador, que se presentaba en los entreactos de la funciones, se adjudica en 1903 en concesión a José Cuesta por la cantidad anual de 500 pesetas. Cuesta encargó la elaboración pictórica a los prestigiosos escenógrafos madrileños Suárez y Vargas, y al toledano Villaverde. Presentado a fines de ese

año, la prensa alabó su “magnífica factura artística”.

En Oviedo se suman a estas labores Senén Rivero, de larga trayectoria profesional, Braulio Álvarez, Francisco Suárez, Antonio Felipe y su hijo Gabriel, Isidro María Lago, Baltasar E. Fernández García y Antonio Riera. En Gijón, a la nómina de pintores-decoradores, hay que sumar en este periodo a Adolfo Sánchez, Mariano Galindo, Rudesindo Aubeyzon, Emilio Cernuda, Álvaro Pérez García, y Gaspar Sánchez, algunos de los cuales ofrecen también trabajos de escultura; pero serán los catalanes Lladó, Calsina y Compañía quienes más prestigio alcancen en esta especialidad por su calidad artística, y por ser su taller un centro de formación que se anunciaba como “Academia de dibujo”, haciendo allí su aprendizaje artistas como Pedrín Sánchez y Adolfo Meana. Con amplia oferta especializada, avalada por premios alcanzados en las exposiciones de Barcelona de 1892 y 1898, y en la de Logroño de 1897, Lladó y Calsina se instalan en Gijón en torno a 1904, abriendo taller en la calle de Ezcurdia, n.º 52. Entre los socios va a sobresalir Leoncio Lladó Juliá, cuyo hijo, Rafael Lladó Nubell, era ya un apreciado pintor cuando fallece en 1918, en Madrid, donde se encontraba cursando estudios en la Academia de San Fernando.

Gijón contará además, y desde 1901, con la primera empresa asturiana de producción de pinturas al óleo en tubos, esmaltes y barnices, abierta en el barrio del Llano, en la carretera Carbonera, por la sociedad comanditaria Wirtz y Trelles.

La publicidad va haciéndose tan presente que la misma programación festiva incluye un concurso de anuncios. La primera mención se hace a propósito de la organización de los de 1900, pero no será hasta 1901 cuando se convoque un “gran concurso de rótulos, escaparates y demás anuncios de los comercios e industrias de la población que se salgan de lo ordinario”, con la adjudicación de un premio de 250 pesetas al que presentase mejor rótulo o

anuncio, y otro premio de 150 pesetas o un objeto de arte al dueño del escaparate mejor adornado. La convocatoria no tuvo mucha respuesta, pues se presentaron únicamente seis en la especialidad de escaparates, y tres a la de rótulos y anuncios. En esta última sección, los pintores decoradores García y Utesa realizaron un anuncio en el que un heraldo en coche descubierto portaba un estandarte-anuncio en raso verde. Los estampadores-encuadernadores García y Valdés, con oficina en la calle de Uría, 18, concursaron con una carroza de laurel y flores en cuyo centro se hallaba una bombonera, que se abrió en presencia del jurado y de la que salió una niña vestida de ángel que repartía al público tarjetas de propaganda del taller de encuadernación y, por último, Gaspar Sánchez presentaba un rótulo de un taller de pinturas.

En la sección de escaparates se inscribieron seis al premio: dos del bazar de Benigno Piquero, que lograron el único premio; dos del comercio de ultramarinos de Antonio Rollán, con un homenaje a Sagasta; el almacén de muebles de Andrés Muñiz, que obtuvo la mención honorífica, y el del librero Lino Sangenis. En los festejos de años sucesivos, como los de 1904 y 1906, se incluyeron en el programa otras formulaciones en torno a la publicidad comercial e industrial, pero la respuesta de estos sectores nunca fue la esperada. Para 1909, el miembro de la comisión de festejos Cándido Alonso presentó un proyecto concebido como “ensayo” con el que pretendía impulsar el anuncio vivido como mucho más eficaz que el anuncio escrito. La propia comisión reconocería que el resultado de este proyecto fue pobre, censurando la apatía de los interesados en “un pueblo de tan grandes comercio e industria”.

En la década siguiente, la de 1910, siguen sumándose pintores decoradores como Víctor Bárcena, y Honorio Álvarez Veriña, y el “artista Suárez” realiza en 1914 un nuevo telón para el Teatro Jovellanos. La publicidad, como necesidad perentoria de difusión de la vitalidad

gijonesa, encuentra un marco propicio en los nuevos porfolios de iniciativa privada como *Gijón Veraniego*, que proclama su causa en simples ripios:

	“Hacer mucha propaganda
	Es un deber que tenemos,
	Para bien de nuestro pueblo
	Que tanto y tanto queremos”.

En este periodo abre en Gijón sucursal, tras las únicas hasta entonces de Barcelona y Valencia, la casa de publicidad “P. Colomer y Compañía”, con instalaciones en el paseo de San José, al socaire de lo que define como una comprensión por parte de los industriales asturianos “de la buena parte que tiene para el desarrollo de sus negocios el anuncio de su establecimiento y de sus artículos”. La compañía se surtía de novedades provenientes del mercado europeo, pero el inicio de la Guerra Mundial había impedido el aprovisionamiento, buscando como alternativa la apertura de una oficina de compra en Nueva York. Algunas muestras de esa publicidad serán el “maniquí viviente” con el que se promocionan los licores “Rom Mulata”, “Cognac Serres” y “Anís Covadonga” en los escaparates de la Casa Masaveu o la primera muestra de rótulo luminoso, que coloca en 1916 en su establecimiento el Sr. Villa, dueño de la tienda de aparatos eléctricos “La Riestra”, que a partir de entonces recibe varios encargos de comercios gijoneses.

En consonancia con la beneficiosa coyuntura económica debida en gran medida a la guerra europea, la publicidad de los años veinte en Asturias va a conocer un inusitado crecimiento con la creación de nuevas empresas de publicidad como la gijonesa Covadonga, que atendía a toda clase de artículos de reclamo o Asturiana de Publicidad y Representaciones, establecida en Oviedo y que tenía la exclusiva para varias provincias limítrofes de la telefonía Bell y de películas y aparatos cinematográficos. Se sumaban a ellas varias empresas de anuncios impulsadas o representadas por

Leovigildo Llaneza Iglesias, Manuel F. Rua o Julio Argüelles Infiesta, mientras que el gijonés José Ramón García Baones era gerente de la importante empresa española Reclamos Hispania.

La publicidad mural realizada por pintores-decoradores incorpora nombres como Francisco Suárez Almendros, Lorenzo Martínez, José Sánchez Norniella, Eduardo Rodríguez o Rufino Alonso García, y se da a conocer, sobre todo en la cuenca de Langreo, la sociedad de “Lafuente y García”, que se promocionaban como realizadores de anuncios en “una pared que serán leídos por 25.000 personas diariamente”. Lafuente tendrá un destacado protagonismo en la década siguiente.

También inicia entonces su actividad la empresa “Casa Alno”, especializada en rotulaciones y publicidad en anuncios artísticos para todo el norte de España. Su primera sede se localiza en Cangas de Onís, para en 1927 abrir sus oficinas y talleres en Oviedo, en Naranco, 14, con la especialidad de rotulaciones y decoraciones en lunas.

Pero las medianeras, paredes y muros comparten cualidades de soporte con los diversos artilugios que desde fines de la anterior centuria van a seguir apareciendo en las ciudades, siendo estos elementos los que permiten la difusión adecuada de los carteles.

En 1922, el Ayuntamiento de Gijón saca de nuevo a concurso la explotación de las carteleras en la vía pública, pero el pésimo estado de conservación de las colocadas en la plaza del Marqués, Campinos de Begoña y Campos Elíseos hacen que apenas se usen. La petición de su retirada es unánime por su inutilidad y ser una nota “antiestética” en el paisaje urbano, estando interesada una empresa bilbaína en su sustitución; convocado un concurso municipal para la concesión de la explotación por diez años y dadas las condiciones impuestas, el concurso quedó desierto al no presentarse ninguna oferta. La ciudad seguía padeciendo este “atentado al ornato”.

El Ayuntamiento había para entonces prohibido una vez más la fijación de carteles en las fachadas. Curiosamente, se cumplió la normativa, y los empresarios de teatros y cines buscaron como alternativa razonable la colocación de tableros en puntos estratégicos o la pegada de los carteles en las vallas de edificios en construcción. Pero no duró mucho ese respeto, ni siquiera por la misma institución municipal, ya que eran los propios bandos impresos los que quebrantaban a todas luces la prohibición siendo pegados indiscriminadamente sobre los muros y paredes. En 1927 el “Zoo Circus” inundó Gijón de descomunales carteles con fieras exóticas, que permanecieron en sus lugares hasta que su deterioro hizo clamar a la ciudadanía por su retirada y por el cumplimiento de la normativa, pero al año siguiente, las paredes que habían quedado purificadas volvieron a mostrar su aspecto “de urbe abandonada y poco dada al ornato”.

En 1923 se colocarían nuevos kioscos anunciadores, como el localizado en los Jardines de la Reina que fue diseñado por el dibujante y escultor Pepín Morán.

En 1924 se sacó a concurso la explotación de una columna anunciadora en la travesía de Isabel II, entre las calles Libertad y Corrida, quedando desierto. Tal vez fueron esta sucesión de fracasos la que animó al Ayuntamiento a decidir la colocación de diversas columnas aprovechando la renovación de las farolas del alumbrado público. La Compañía Popular de Gas y Electricidad instaló las nuevas farolas, diseñadas por el ingeniero Serafín Álvarez, en la calle Jovellanos, que fueron muy alabadas. Al mismo tiempo, el Ayuntamiento instalaba al fin las columnas anunciadoras en la calle de Corrida. Coronadas por el escudo de la ciudad, el Ayuntamiento tenía un espacio reservado para su información y publicidad. Las columnas fueron recibidas con satisfacción por el buen gusto que denotaba su diseño, así como por “lo bien que lucen los anuncios en ellas”. Gijón, con estos medios para facilitar la publicidad avanzaba en su condición de ciudad moderna:

“Estas columnas se ven en todas las grandes poblaciones y dan idea de la fiebre comercial de una ciudad que compite en presentar en forma artística sus anuncios”.

En Oviedo también se daba solución a la publicidad en este mismo año con la colocación también de columnas anunciadoras.

Los años treinta van a estar condicionados por el cambio de régimen, las citas electorales y las luchas partidistas. Hay un trastoque de

prioridades en el cartelismo, que encuentra en la consigna política, la atracción de votos y la denuncia ideológica un campo abierto hasta entonces vedado, o al menos de muy reducida expresión. Pero es la época también de una madurez publicitaria como denota la proliferación de empresas y la abierta colaboración con éstas de artistas que encuentran en el diseño de anuncios y logotipos una práctica en consonancia con su identidad

de artistas comprometidos con la modernidad, tal como ocurre con Paulino Vicente, Tamayo, Mariano Moré, Germán Horacio, Alfredo Truan y otros como el avilesino “Ximpa” (Eduardo García Fernández) dibujante en varios medios de prensa y diseñador publicitario desde principios de la década anterior, que en 1933 se encuentra en Madrid trabajando como ortopédico. Mientras ese artesanado que se alinea en la facción de los pintores-decoradores



Telón del Teatro Palacio Valdés, Avilés, 1925
Foto de Constantino Suárez

y escenógrafos mantiene intacto su prestigio y actividad, incorporando nuevos nombres a los ya señalados. Carlos Carrión participa como escenógrafo en gran número de los montajes teatrales que se programan en Gijón desde 1931, y Luis “Ximpa”, con estudio en Oviedo y dibujante de *Avance* ofrecía “decoraciones para cuadros artísticos y casas del pueblo”. Los talleres de Gago y Canal, y el de César Álvarez se especializan en la misma ciudad en la rotulación y pintura mural. Pero quien más va a destacar en la decoración mural, realizando anuncios de gran formato al temple y diseñando algunos carteles va a ser el dibujante Ricardo Moure, colaborador del diario *La Prensa*, de quien ya se destaca en 1931 el reclamo colocado en la fachada de la popular Casa Benigno, en la calle Premio Real y el de 1933 de Radio Klark. Moure tenía el estudio y taller en la calle marqués de Casa Valdés, y en ese primer año diseña el cartel, muy difundido, del agua de colonia “Esencias de Asturias”. Se destacaba en él la modernidad de las composiciones con juegos de planos y perspectivas, y un avanzado empleo del color, con contrastes violentos que sin embargo no desechaban la armonía.

En Oviedo, los Talleres Mas irrumpen con fuerza en el restringido campo de la publicidad mural.

La expansión de las empresas publicitarias se percibe tanto en la implantación de las de ámbito nacional como en la aparición de las locales y regionales. Tal vez por eso, su actividad y forma de introducirse en el mercado van a ser puestas en cuestión desde medios a los que afectan sus métodos y prácticas comerciales como es el de la prensa. Alfonso Camín, tan dado a la transparencia crítica como proclive al elogio pagado, veía afectada la financiación de su revista *Norte*, en lo que a la inserción de anuncios se refiere, por la intermediación sectaria de las empresas publicitarias. En un artículo sin firma, pero cuyo estilo y tono revelan que era de su mano, y bajo el título “La necesidad del anuncio en España y

la explotación de las agencias publicitarias” arremetía con virulencia y sin medida contra el papel que jugaban estas empresas a las que tilda de “plantas parasitarias” y a sus agentes de “zánganos en la colmena de abejas”:

“Desde hace tiempo venimos señalando y explicando cómo los anunciantes españoles –pequeños y grandes– deben adquirir una conciencia publicitaria, un plan independiente y serio, pensando con cabeza propia y no entregarse, sin ton ni son, sin molestarse en pensar, sin saber el resultado, sin garantía ni provecho cierto, a las agencias anunciadoras, esas admirables plantas parasitarias, sin conocimiento del ambiente, ni de los lectores, ni del anuncio, ni del periódico, sino sólo atentas a su codicia, con lo cual encarecen el anuncio; limitando a la Prensa de sus conveniencias y de sus intereses los intereses generales del anunciante, siembran el natural recelo entre los mismos y viven –como, al fin, plantas parásitas– del esfuerzo y de la buena fe de las casas anunciadoras y de las necesidades de estos periódicos, y aquellas revistas donde ellas imponen su particular criterio en provecho propio”.

Tal vez sea esta situación que denuncia Camín la que hace que los propios periódicos asturianos se conviertan en demandantes directos de publicidad, ofreciendo sus servicios a empresas y particulares para toda la gama de productos publicitarios. Pero este conflicto abierto no afecta a la presencia de empresas de implantación nacional como Roldós Tiroleses S.A., que se introduce en el mercado asturiano a fines de la década anterior cuando abre delegación en Gijón, en la calle Langreo, 2, nombrando subdirector a una conocida figura local como Félix Alesón. Pero será en los años treinta cuando desarrolle una mayor actividad, iniciada con la realización del cartel para la Feria de Muestras de 1930, ofreciendo presupuestos y “dibujos gratis” para anuncios en periódicos, vallas, telones, pantallas de cine y carteleras, y luminosos en neón.

En 1928 abrirá también delegación en Asturias la empresa Publicitas, S. A., con sede

en la calle Uría, n.º 68 dirigida por el suizo Marcelo Ecuyer Chaveyron, que en 1932 se traslada a Valladolid para dirigir esa nueva oficina. En algunas muestras de su producción, Publicitas revela una curiosa concepción de la oportunidad. Así, por ejemplo, en los días inmediatos al desbaratamiento del movimiento revolucionario de octubre de 1934 insertan en la prensa diaria un anuncio de “Linimento Sloan” que reproduce sendos castilletes y a dos mineros, uno de ellos aplicando a su compañero el linimento, encabezando el anuncio con el texto: “Los mineros de Asturias vencen el dolor y la fatiga con Linimento Sloan”.

Junto a estas empresas de implantación nacional e internacional, inician en este periodo su actividad otras promovidas por asturianos y que se proyectan casi en exclusiva hacia el medio regional o meramente local. Son pequeñas empresas impulsadas de modo individual por dibujantes o fotograbadores que, siendo hasta entonces dependientes, se aventuran al trabajo autónomo. Así ocurre con el fotograbador Luis Truan, que cuenta con la colaboración inestimable como dibujante y diseñador de su hermano Alfredo, firmando campañas para los comercios “El San Luis”, “Almacenes Simeón”, “Somiers Mefer” o la “Compañía Popular de Gas y Electricidad”, en las que hacen gala de una concepción moderna, plagada de guiños a los prototipos publicitarios de vanguardia, y en las que se percibe, sobre todo en los anuncios de la “Compañía Popular”, la evolución desde el lenguaje figurativo de los años veinte hasta las impactantes geometrías puras de tintas planas de los treinta que combinan con fotomontajes. Es muy probable que Alfredo Truan colaborase también como dibujante con “Artix”, otra empresa de anuncios de este momento, a tenor de la factura de los dibujos, muy similar a los suyos.

A la iniciativa de los Truan hay que sumar otras de este cariz en Gijón como “Creaciones Publicitarias”, la de “R. Meré” vinculada a la Litografía Luba, con la que compartía sede en la calle de La Libertad, 24, que ofrecía una

amplia gama de anuncios e impresos artísticos con dibujos originales. Uno de los artistas que elabora dibujos en este momento es el caricaturista y humorista BYA, mientras Ludi recupera la publicidad poética con escenas de un costumbrismo local que ensalzan la calidad y baratura de diversos comercios. Es esta publicidad humorística la misma que a principios de siglo haría popular en Oviedo el célebre Carrocera. En Oviedo, en septiembre de 1931, da comienzo la actividad de “Ribalaygua”, reproduciendo la prensa local anuncios de comedida modernidad, y en Avilés, según ese modelo de fotograbador-publicitario, se presenta en 1932 como “la casa que pone a su alcance la mejor propaganda por poco dinero” la firma “Talleres Gráficos Helios” con un marcado gusto retardatario en la confección de los anuncios que nos retrotraen a los vigentes en los comienzos de la década anterior. La iniciativa municipal pretende facilitar de modo ordenado esa avalancha publicitaria, en la que incide ahora la política de un modo determinante, con los medios tradicionales y algunas novedades no siempre bien recibidas. En 1930, el Ayuntamiento de Gijón otorga una nueva concesión de explotación de columnas anunciadoras de distinto modelo a las colocadas años antes en la calle Corrida y otras vías de la ciudad. La instalada al inicio del paseo de Alfonso XII sustituye sin éxito a la “artística y esbelta” existente hasta entonces en aquel lugar, que culminaba con un potente foco eléctrico. De la nueva se critica su diseño poco funcional y la débil luz que proyecta, que únicamente iluminaba los carteles. A este último modelo se sumará en 1933 un nuevo “kiosco columna anunciadora” cuya explotación se adjudica a José García Rico. Entre tanto, las empresas de espectáculos instalan sus propias carteleras anunciadoras en distintos puntos de la ciudad.

En Oviedo, el ayuntamiento no desaprovecha ocasión para obtener recursos de las concesiones de “columnas luminosas para la publicidad de anuncios”, cuya explotación se

adjudica en 1931 a Rafael López Rodríguez; en el mismo año, saca a concurso la colocación de anuncios en la valla de cierre de las obras del evacuatorio subterráneo, cuya estructura exterior servirá de tribuna para los oradores que arengan a los revolucionarios de octubre de 1934, situado en la plaza de la Escandalera. La práctica constante de colocar publicidad en vallas y solares en obras hace que el municipio gijonés acuerde a mediados de 1932 su reglamentación, y para predicar con el ejemplo limpia de cartelería un solar de su propiedad en las calles Instituto y García Hernández para destinar las medianeras “a los anuncios pintados”. La medida se considera acertada para el ornato urbano al hacer que desaparezcan de las vallas “esos carteles que al tercer día dan al viento sus despojos”.

En esta “toma” de la ciudad por una publicidad que busca los espacios más productivos como el frente del muro del Campo Valdés que da al mar de la playa de San Lorenzo, con anuncios pintados de gran



Fabada asturiana Campanal, Gijón, h. 1927
 Lit. Luba S. L., Gijón
 Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

formato, las autoridades deben intervenir para frenar abusos. Así, en 1935, y ante la aparición de anuncios de un refresco de naranja sobre el pavimento de la avenida de Rufo Rendueles y otras calles de la ciudad, el alcalde conmina bajo amenaza de multa a que el representante comercial de la empresa productora de la naranjada borre en el plazo de dos días tales anuncios.

El Muro y la playa, como ámbitos de mayor afluencia de público, serán objeto de deseo preferente y el escenario de la introducción de los nuevos medios de propaganda comercial. Es allí donde se instala habitualmente el segundo “hombre-anuncio” de Gijón. El primero, ya maduro, vestido con levita y cubierto con chistera, desplegaba por las esquinas de la ciudad su repertorio de gestos y muecas extrañas a las que daban patetismo la barba postiza y la peluca. El nuevo, cuya figura transita por la avenida del Muro, es joven, y anuncia los productos de la firma “Campanal”. Insensible a las risas y provocaciones infantiles, no se inmuta, y permanece silencioso y hierático, de ahí que se le conozca por “El hombre anuncio o la cara de mármol”. El ejecutor de esta publicidad era castellano, de Zamora. Su nombre: Agustín San Vicente; su edad: 28 años. Para la publicidad de la fabada Campanal se estamparía a mediados de los años veinte un curioso cartel que juega gráficamente con la denominación de la marca a modo de jeroglífico. En el centro una lata de fabada abierta y humeante. En los extremos superior e inferior: “Campanal / Excelente fabada asturiana”. En la parte superior de la lata, y entre comillas, el motivo gráfico de una campana y una L.

Después, su silencio se verá roto por las voces de otro medio, cuando en mayo de 1936 se autorice a Celestino Díaz la colocación de columnas con altavoces adosadas al Muro. En las semanas precedentes al inicio de la Guerra Civil las protestas por la proliferación de propaganda y la colocación de carteles fueron constantes.

Tras el paréntesis de la Guerra Civil, en Gijón reaparecen los pintores decoradores, artífices del arte comercial como “Riche”, José Ramón Álvarez Castro y Aurelio Martínez Mambraña; mientras en Oviedo destacan los Talleres de Benito Mas (“Talleres Mas y nada más”). En escultura decorativa destacan en Gijón, Jesús Caneja Aragón, y en Oviedo los Talleres Petranova, de Julián Pérez.

Las compañías y agencias publicitarias continúan su actividad, como en el caso del prolífico Gil Cañellas, y aparecen nuevas empresas como Publicidad Orper, Publicidad Prema, Zuazua Publicidad, la delegación regional de Publicidad Gisbert, a cuyo frente se encuentra Manuel González Brun, personalidad clave en la modernización del sector, que habrá de fundar después su propia empresa “Brun Publicidad”, y la Agencia Alas.

En 1955 se pone en marcha la “Caravana Publicitaria” con ocasión de la III Vuelta Ciclista a Asturias, cuyo lema es: “Sin publicidad no hay dinero; sin dinero no hay carrera”, y un año después, Brun y otros entusiastas conciben la I Quincena Comercial Ovetense, para cuyo anuncio convocan un concurso de carteles cuyos dos primeros premios logra Paulino Vicente “El Mozo” (cat. n.º 100). Francisco José Montes da noticia de que en estos años se constituye el que en rigor es el primer colectivo o grupo gráfico. Es el que bajo la denominación “Spex” se establece en Gijón, integrado por Calixto Fernández, Conrado Sabugo, Juan Bautista Alonso (“Chevis”) y Vicente Hidalgo (“Chuman”), que se disolverá en los primeros años sesenta, dispersándose sus integrantes por empresas de publicidad y otros trabajos.

En 1960, cuando se funda en Gijón la nueva empresa de publicidad “Publirama”, impulsada entre otros por el dibujante y cartelista Isáac del Rivero, se constituye el Grupo Provincial de Empresas y Agentes de Publicidad, cuyo primer presidente será Manolo González Brun, englobado en el Sindicato Nacional de Papel, Prensa y Artes Gráficas, que celebra con

diversos actos el “Día de la publicidad”. En Gijón se celebra al año siguiente la “Semana de la Publicidad”, en cuya programación se incluye la I Exposición Internacional de Carteles Publicitarios, para la que se recuperan algunos ejemplares históricos, como el cartel de Álvarez Sala para la fiestas de Gijón de 1906. Uno de los hitos de este periodo es la exposición en la sala Cristamol de Oviedo de la Agrupación de Grafistas FAD, muestra organizada por Brun Publicidad en 1967.

Los dibujantes y cartelistas publicitarios de este momento, en plantilla o con colaboraciones esporádicas con estas agencias publicitarias, son: Otero, que trabaja para la Agencia Alas; Víctor García, que colabora con Zuazua Publicidad, empresa para la que también trabaja Alfredo Enguix, quien aportará originales a Publicidad Gisbert, y de cuyas creaciones destaca la publicidad para camisas IKE y Peñasanta. Para IKE igualmente firma anuncios Sabugo, sobresaliendo también la serie para la fábrica de cervezas “La Estrella de Gijón”, y el fecundo Isaac del Rivero, que hará del cartelismo una de sus especialidades. Otros dibujantes como Sierra, Bernal y Melcón contribuirán con su lenguaje personal a enriquecer el panorama de estas décadas.

La proliferación del cartel en la calle sigue siendo una preocupación municipal que busca soluciones, imponiendo normativas de difícil cumplimiento o experimentando con nuevos artilugios con relativa utilidad como soportes. En Gijón, “la famosa pared” de la calle Munuza que había servido siempre de soporte de una publicidad masiva, es limpiada y desprovista de todos sus anuncios, sin que este lavado de rostro dure por mucho tiempo. Como alternativa y medio de obtener recursos, en 1942 la Comisión de Festejos saca a subasta como carteleras anunciadoras los cierres que circundan el recinto de la antigua Feria de Muestras: un total de 45 entrepaños con una medida de 155 x 325 cm; y como si todo retornase, en 1955 Victor Buznego propone al Ayuntamiento la colocación de columnas

anunciadoras, que incorporan los avances técnicos: se coronan con un cuadrado luminoso para anuncios de casas comerciales, más abajo señales de tráfico y, por último, en su parte inferior, unas papeleras. Con carácter de “ensayo”, se distribuyen por la ciudad diez de estas columnas.

La otra propuesta es la colocación de kioscos anunciadores “al igual que los existentes en Santander y otras poblaciones españolas”. Por las funciones que ofrecen son sumamente completos o, mejor, complejos: En la parte superior irá un rótulo luminoso, seguido en orden descendente por una serie de recuadros en colores para anuncios. “Como remate llevarán una especie de fanal que durante la noche, si hubiera algún accidente de la circulación, heridos en las cercanías u otra incidencia, el encargado del kiosco apretará un resorte y de dicho fanal saldrá una luz que servirá de guía a la policía municipal para acudir inmediatamente al lugar del suceso y prestar los auxilios precisos”. En su interior, el kiosco lleva además buzón de correos, teléfono público, información turística, horarios de medios de transporte y otros servicios. “Los anuncios serán objeto de la correspondiente censura y serán controlados por el Ayuntamiento”, y se acuerda que el primero se coloque en los Jardines de la Reina, y, si éste cumple la función prevista, se instalará otro en la plazuela de san Miguel.

Con la llegada del régimen democrático, las ciudades serán otra vez una explosión de cartelismo de todo cariz, pero de escasa calidad gráfica, y de nuevo se harán oír las protestas por la imagen degradada de los ámbitos urbanos con su sensación de suciedad. En 1981, el Ayuntamiento de Oviedo invertirá un millón de pesetas en soportes y carteleras destinados a propaganda, que en poco aliviarán la catarata de papelería publicitaria que se coloca a capricho de los propagandistas militantes.

2

Los orígenes del cartel. De la imprenta a la litografía

La introducción de la imprenta en Asturias fue tardía, y su producción escasa y de desigual calidad en comparación con el desarrollo que conoce en otras regiones españolas. A este atraso se suma la práctica inexistencia de una tradición en las artes del grabado, de tal modo que la práctica totalidad de las estampas fueron realizadas fuera de la región hasta entrado el siglo XIX. Ambos hechos condicionarán un relativo retraso en la aparición y normalización del cartel, como vienen a demostrar los fondos de la colección del Museo del Pueblo de Asturias relativos a este periodo.

No es ésta la ocasión de abordar el sentido que cobra el término “cartel” en el contexto del Antiguo Régimen, ni tampoco el uso que de él se hará después para describir todo tipo de impresos, máxime cuando la estructura social y el acceso a la lectura reducen sensiblemente su destino a sectores muy minoritarios, que serán los encargados de propagar de viva voz los contenidos y efectos de esos documentos sobre la población. El clero estará en primera línea en el uso de estos carteles dieciochescos para mantener y propagar una fe a través de las cualidades dadas a determinadas imágenes o reliquias, y será el que desde la óptica contrarreformista impulsará la realización de estampas devotas y la inclusión de grabados en madera, de producción artesanal y factura tosca, recreando las imágenes o sellos en los impresos como ocurre con el Sumario de los estatutos de la Cofradía de Nuestra Señora del Acebo, probablemente impreso en Madrid (cat. n.º 1), o con el Breve Sumario de las Santas Reliquias que en la Cámara Santa..., mucho más tardío e impreso en Oviedo (cat. n.º 3).

El término cartel –“se fije este cartel”– aparece expreso en un importante documento que anula las medidas impuestas por el Marqués de Esquilache en 1766, que dieron

lugar al célebre motín que lleva su nombre (cat. n.º 3). A más de lo que subyacía en esa reacción de los medios populares en defensa de su identidad castiza, lo que provocó no fue un retorno al orden anterior, sino una nueva legislación con la que el conde de Aranda buscaba en la reorganización de las ciudades en barrios, cuarteles, manzanas, etc., y en su señalización correcta, un riguroso control sobre la población y sobre los disidentes, permeabilizando cualquier propaganda o difusión de ideas agitadoras. Esas esquinas señaladas por azulejos serán los soportes predilectos para estos carteles o “avisos” textualmente ideologizados, que no van a excluir las inscripciones revolucionarias copiadas en honor de la vecina Francia.

Este cartel oficial, con un diseño acorde con la imagen de poder, integridad y seria administración de la justicia, buscaba difundir decretos y normas para evitar el socorrido recurso de su desconocimiento, y se fundía con las labores de propaganda de apoyo a los sectores aspirantes al trono con manifiestos, llamadas a la ciudadanía y otros recursos retóricos en apoyo de la Reina Regente, de Isabel II y del pretendiente don Carlos en ese convulsivo siglo XIX español que pasa del liberalismo al absolutismo con su huella de persecución, guerras y esterilidad, mientras los artesanos y pequeños profesionales hacían su propaganda por el medio más económico de pequeñas hojas volanderas, aunque otros personajes con fines más eternos utilizasen el cartel (cat. n.º 6, 7 y 8). Tal es el caso de George Borrow que, para su propaganda bíblica y durante su estancia en Oviedo, deja al librero Longoria un fardo de cuarenta ejemplares de los Testamentos –“todo lo que me quedaba”– para su venta, junto “con unos cuantos carteles”. La labor de los impresores asturianos tendrá aquí una fuente supletoria de ingresos, como bien prueba desde el siglo XVIII la biografía de José Díaz Pedregal, nombrado Impresor del Principado, y relacionado con otra de las tres instituciones que entonces demandan este tipo

de carteles, algunos en gran folio, como es la Sociedad Económica de Amigos del País de Asturias, de la que era secretario; la Universidad de Oviedo y el Real Instituto de Náutica y Mineralogía, fundado por Jovellanos en Gijón (cat. n.º 9 y 10). Estas instituciones propagarían por medio de carteles sus convocatorias de matrícula, apertura de curso, convocatoria de premios, etc. en cuidados impresos en los que el diseño gráfico sigue modelos sencillos y sin contener ningún tipo de imagen, a no ser, en pocos casos, los juegos de letras y las orlas.

No faltarán ejemplos de otros carteles clandestinos, que denuncian las actuaciones del poder político, ni tampoco aquellos que buscan todo tipo de medios para ensalzar a la corona. De los primeros es muy significativo lo ocurrido con el llamado “Manifiesto del hambre”, de 1854, una denuncia directa y en toda regla de la dictatorial y miserable actuación de los representantes del gobierno central ante la crisis alimentaria de ese momento, que padecía con inusual intensidad el campesinado asturiano. El texto del manifiesto fue redactado por Juan Uría y Luanco, y dado a conocer bajo la firma del marqués de Camposagrado, una personalidad querida y respetada por el pueblo, que gracias a su papel político y a sus amistades podría defender esta causa sin sufrir persecución, de la que no se salvó siendo multado con una fuerte suma y condenado a pena de cárcel. El manifiesto se dio a conocer desde las páginas del periódico *El Industrial*, que fue de inmediato secuestrado por orden gubernativa, lo que no impidió que algunos ejemplares circulasen de manera clandestina. Para dar una mayor publicidad al texto, sabemos que sus promotores idearon poco después una edición clandestina del manifiesto “en gran folio para ser fijado en muros y paredes”.

Por el contrario, existieron todo tipo de facilidades para la edición de impresos conteniendo textos teóricos, históricos y literarios, básicamente poéticos, con ocasión de

la visita a Asturias en 1858 de Isabel II acompañada del Príncipe de Asturias y su familia. Sufragadas estas ediciones sobre todo por los ayuntamientos, había algunas en tamaño folio impresas en papeles de varios colores, que se distribuyeron como hojas volanderas, pero otras lo fueron en gran folio con el objeto de ser fijadas en paredes para presentar a la reina como esperanza cierta para el futuro de la región, estrechando los vínculos con la tierra originaria de la dinastía, y presentando al heredero que ostentaba el título de Príncipe de Asturias como testimonio de continuidad de esos lazos y de ese compromiso.

Pero Pedregal, humilde impresor como delata su pluriempleo y los escasos bienes de su oficina, además de su puesta al servicio –libre u obligada– de los ocupantes franceses, ejerció un papel obstaculizador en la interesante y pionera propuesta litográfica del boticario Juan Bautista Agosti, que presentó en 1834 a la Sociedad Económica un proyecto de radical liberalismo destinado a ensalzar el papel de la Reina Gobernadora María Cristina, que Pedregal se encargó con todos los medios a su alcance de boicotear, hasta conseguir que no se llevara a cabo.

Todos los impresos de la Sociedad Económica los harían tanto Pedregal, ayudado siempre por su oficial José Sánchez, como Benito González, según sabemos por la petición que hace en 1845 Francisco Pedregal, hijo del primero, para que la Sociedad, en vista de los méritos de su padre, le nombre “Impresor de la Sociedad”. La Económica distribuía sus impresos como carteles por toda la ciudad y enviaba un ejemplar a cada uno de sus socios, y también se encargaba, al menos desde 1821 hasta 1845, de colocar los de otras sociedades hermanas como las de Santiago, Murcia y Valencia, señalándose en los acuses de recibo que “[...] Los ejemplares impresos que ha distribuido esta sociedad, y hecho fijar en los sitios públicos para que llegue a noticia de todos [...]”. Díaz Pedregal reaccionó contra el proyecto de instalar una litografía al entender que la nueva

técnica le haría la competencia y le obligaría a amoldarse a los nuevos métodos o cerrar su oficina. La lógica solución que encontraron los impresores asturianos como Benito González, Solís o Brid y Regadera fue asimilarla con el aprendizaje de la técnica o contratar litógrafos españoles y extranjeros. Con ello ampliaron su oferta, pero para una demanda reducida, muy minoritaria, dada su carestía, y que se empleó para pequeños impresos como programas de mano, tarjetones, saludas, cartas de visita, invitaciones, etc.

Se observan bien estas limitaciones en el caso de Alfredo Truan, que en 1858 abre en Gijón su litografía y estudio de fotografía, y en los que serán sus sucesores Crespo y Cruz, luego Torre y Compañía. Y también en otros impresores como Leonardo González. En estos mediados de siglo la publicidad sigue siendo muy reducida, y únicamente la apertura de teatros en Gijón y Oviedo, algunos centros privados de enseñanza o las ofertas del programa festivo, permiten el desarrollo de este primitivo cartelismo, que va introduciendo novedades en su diseño gráfico, pero muy atadas aún a la concepción dieciochesca. Contrastaba ya entonces este arcaísmo con la modernidad que aportaban los llamados “comercios portátiles de estampas”: se trataba de una industria de temporada a cargo de franceses, italianos y alemanes, que llegaban a Asturias coincidiendo con las fiestas. Estos individuos, al tiempo que cantaban y ejecutaban piezas musicales, pregonaban su mercancía de estampas en las que se mezclaba el gusto romántico y la huella neoclásica en vistas de ciudades y monumentos, escenas de teatro y ballet, galerías de personajes contemporáneos, retratos idealizados de protagonistas literarios, y las siempre presentes estampas de santos y escenas religiosas. La influencia de este rico repertorio iconográfico fue apenas relevante en Asturias, y este estancamiento continúa percibiéndose en los mismos carteles y programas festivos autóctonos, enteramente topográficos, de



pequeño tamaño y con el empleo de una única tinta; pero sí existe alguna variación en el cartel como reclamo para lograr carga y pasaje en las travesías a América, que siempre introducen como motivo gráfico un buque, realizado en grabado en madera o litográfico (cat. n.º 13). Este modelo concreto de cartel tendrán la virtud de establecer un esquema gráfico muy definido que se empleará hasta un siglo después como publicidad en la prensa periódica, como propaganda de determinados comercios que registran marcas relacionadas con ese mundo, como ocurre con el ovetense “El Navío”, y sobre todo en los grandes carteles cromolitográficos de gran calidad y de manufactura francesa, inglesa y alemana que anuncian por la región sus líneas con América (cat. n.º 38-42). En todas las ciudades, villas y pueblos de importancia estos carteles decoran paredes, interiores de comercios y tabernas y, sobre todo, aquellos negocios que son de agentes o representantes de esas compañías navieras, y que están cercanos a esa clientela inagotable que son las sucesivas generaciones de emigrantes asturianos que provocan una sangría de brazos jóvenes para el país. En muchos casos, el cartel litográfico dejaba espacio suficiente para la impresión tipográfica en Asturias de los nombres y direcciones de estos agentes, máxime cuando El Musel logró ser puerto de escala de diversas compañías navieras en la década de los años veinte, compitiendo con los puertos gallegos y Santander. Esa iconografía tan definida dejó huella en el cartel hecho en Asturias por artistas asturianos como delatan algunos carteles de Germán Horacio.

Por otra parte, ya en la década de 1870 los carteles festivos de Oviedo y Gijón adquieren

grandes tamaños, con más de dos metros y medio de altura en algunos casos, mantienen su constante tipografía pero con variedad de tipos y otras tintas, e introducen motivos decorativos como cenefas, historiados escudos, y en definitiva una mayor vistosidad que los hacen visualmente más atractivos y efectivos en su destino publicitario. La forma y el color van ganando terreno, y la publicidad comercial, en pequeños carteles pensados exclusivamente para ser colocados en el interior de los comercios se va poniendo de moda. Uno de los productos que más se publicita entonces por este método es el chocolate. Antonio María Fernández, propietario de la firma “La Perla Americana”, de Oviedo, encarga en 1872 un cuidado cartel cromolitografiado, que envía a sus clientes con una circular en la que señala: “Le remito un cartel para que le ponga en la tienda y el público bea (sic) tiene usted de venta chocolate de mi fábrica”. En Gijón, el propietario de la fábrica “La Primitiva Indiana” encarga a la litografía de Torre y Cía. un cartel similar (cat. n.º 20). Esta empresa mantendrá esta línea publicitaria como se observa en el inventario de bienes efectuado por la quiebra en 1910, donde se consignan ciento siete almanaques valorados en 53’50 pesetas y trescientos cincuenta carteles “metal y cartulina” en 100 pesetas. Será este taller gijonés de Torre y Compañía el que innovará los modelos de carteles comerciales, festivos y las portadas de los porfolios fechados hasta 1889, abriendo paso a esa revolución que en la década siguiente propiciará la aparición en esta ciudad de las empresas litográficas, para las que el cartel será, con todos sus retos, la enseña de la calidad de sus producciones.

Cartel de las fiestas de Nuestra Señora de Begoña, Gijón, 1876 Imp. y lit. de Torre y Compañía, [Gijón]

Col. Archivo Municipal de Gijón

3

La revolución en el cartel. Las empresas litográficas asturianas

La moderna implantación y el desarrollo del cartel en Asturias, según los modelos que se van imponiendo en el entorno europeo, no es posible explicarlos sin la existencia de una industria litográfica que suplanta al taller artesanal en el que la litografía se suma a la labores tipográficas como mero auxiliar de éstas, sin llegar a alcanzar autonomía o preponderancia.

En nuestro estudio *El color de la industria. La litografía en Asturias, 1834-1937* (Gijón, 1994), dimos a conocer ese proceso de introducción de la técnica litográfica en la región, desde la primera iniciativa frustrada hasta la aparición de la primera industria litográfica impulsada por los Moré, así como a las que darán continuidad a su modelo de organización y producción en ese ramo, siendo todas ellas las que con diversos condicionantes y matices permitan dar inicio a una producción cartelística que llega hasta nuestros días. No vamos a incidir de nuevo en esa trayectoria histórica de la litografía asturiana ya estudiada, salvo en lo que afecta con exclusividad al cartel o a aquellos datos e informaciones inéditos que arrojen luz sobre aspectos determinantes para la comprensión del fenómeno del cartel, y de los litógrafos y artistas que lograron consolidar su singular lenguaje en nuestro medio publicitario y cultural.

Cuba va a ser el epicentro original de este movimiento que años después se trasladará a Asturias, pudiendo afirmarse sin duda que es en la isla caribeña donde la litografía asturiana alcanza su más alta calidad artística y una mayor singularidad en la variedad de producciones a lo largo del siglo XIX, un desenvolvimiento que está íntimamente relacionado con el sector tabaquero, una actividad productiva que ejercen muchos emigrantes asturianos.

La figura capital de esta epopeya trasatlántica que tiene por escenarios preferentes La Habana y Gijón va a ser José Antonio Moré García de la Uz, cuya iniciativa influirá no sólo en el nacimiento de una dinastía familiar vinculada con la litografía y las artes durante más de una centuria, sino que determinará la dedicación laboral en este campo de muchos coterráneos, algunos de los cuales retornarán a Asturias para crear aquí sus propios talleres y empresas. José Antonio Moré nace en 1839, y en 1854 embarca en el puerto de Gijón en la corbeta “Villa de Gijón” con destino a La Habana. Nada sabemos de sus comienzos, pero es muy probable que sus primeros trabajos en el sector gráfico se deban a familiares paternos interesados en este ramo.

Durante más de una década se afianza su conocimiento de la explotación litográfica, alcanzando una autonomía que pronto se verá constreñida por el desarrollo de los acontecimientos políticos españoles, que influirán tanto en la colonia como en el continente europeo. En 1868, al derrocamiento revolucionario de la soberana Isabel II en la metrópoli, se unirá el despertar armado de la conciencia independentista cubana con el inicio de la Guerra de los Diez Años. Ambos hechos van a propiciar en gran medida el inicio de la Guerra Franco-Prusiana de 1870-1871, que incide en la producción de las litografías cubanas al estrangular los encargos y ventas de los mercados francés y alemán e impedir la provisión de materias primas de las que ambos países les surten preferentemente. Ante este panorama de dificultades y parálisis, José Antonio Moré decide trasladarse a París para trabajar como simple obrero en una de las más importantes litografías francesas, probablemente la casa Turgis, con el objeto de poner al día sus conocimientos y aprender de primera mano las novedades técnicas y artísticas. Es muy probable que sea entonces cuando entre en relación con Julio García Mencía, que trabaja como bocetista y grabador-litógrafo en Turgis.

De regreso a Cuba, José Antonio Moré se convierte en la personalidad clave sobre la que va a pivotar el sector gráfico con presencia asturiana, interesando a familiares y amigos en proyectos industriales en los que su prestigio es piedra angular. Ese prestigio nada gratuito se fundamenta ante todo en su dominio técnico, que demuestra en diversas coyunturas como cuando ante las quejas de los clientes tabaqueros de que las marquillas, habilitaciones y vitolas perdían el vigor del color y dorados, devolviendo muchas de las partidas, ingenió un método de conservación de las calidades de las tintas usadas para la estampación de estas piezas que resolvió para siempre el problema.

La larga estancia en Cuba de José Antonio Moré tiene tres consecuencias de cara a propiciar el desarrollo litográfico asturiano. De un lado, la progresiva llegada y vinculación al sector de familiares, que propiciará la creación de empresas participadas por ellos en gran medida, en una expansión que se explica ante todo por la alianza y el apoyo de los tabaqueros asturianos. En segundo término, ese efecto llamada se extiende a otros asturianos que se forman como litógrafos, creando luego sus propios talleres en Cuba, y, por último, y el más importante, Moré señala el camino de retorno, la vuelta a Asturias, para iniciar aquí ese cambio radical, esa revolución en la litografía asturiana, que se inicia con el mantenimiento de los lazos con las empresas hermanas de Cuba, para seguir incorporando en Gijón a otros parientes en la industria litográfica, que en ella se forman para después independizarse.

La nutrida nómina de los Moré relacionados con la litografía cubana engrosa la no menos amplia de los asturianos que fueron sus socios, como Juan Guerra Junquera y otros contemporáneos de José Antonio Moré que brillaron con luz propia como Rosendo Fernández Gamoneda, natural del concejo de Valdés. Este es una figura capital para entender la nutrida colonia de litógrafos procedentes de este concejo que agrupó en torno a sí, debiendo señalarse en primer lugar a Celestino Fernández

Gómez, que alcanzó la dirección técnica y artística del establecimiento fundado por Rosendo, para convertirse en 1900 en socio gerente de la compañía, e impulsar desde este puesto su incorporación a la potente Compañía Litográfica de La Habana, de cuyo consejo de administración fue vocal-tesorero hasta su fallecimiento en 1929. Al lado de él trabajaron Ramón y Avelino Pérez, Manuel y Jesús Fernández Alonso, José Martínez, Restituto Fernández y Daniel Lorenzo, todos ellos reconocidos litógrafos nacidos en el concejo de Valdés.

Cuando en 1907 se constituye en La Habana la sociedad anónima “Compañía Litográfica de La Habana” con la idea de Rosendo Fernández y Juan Guerra de unificar medios e intereses para hacer frente a la mayor competencia existente, serán tres sociedades de asturianos, de las cuatro que la forman, las que culminen este acuerdo: la “Litografía de Guerra Hermanos y Pérez”, la “Litografía de Rosendo Fernández y Compañía” y la “Litografía de José Manuel García y Hermano, sucesores de Manuel García de la Uz”. A ellas se sumará la “Litografía de Estrugo y Maceda”, fundada en La Habana por el andaluz Ángel Estrugo Hernández y el gallego José Maseda. Este último será gerente y después presidente de la Compañía, cargo en el que sucedió a Estrugo, fallecido en 1931, cuando el norteamericano Georges Foster ocupaba la gerencia en representación de ese capital que desde 1898 había ido adquiriendo preponderancia en todos los sectores económicos de la isla.

La calidad de las producciones de la Compañía Litográfica de La Habana dio justa fama internacional a la sociedad, que mantuvo en las labores para la industria tabaquera sus muestras más delicadas, con cromos de una sutileza de tintas difíciles de igualar, como refleja el que con dedicatoria autógrafa del propio Rosendo Fernández (cat. n.º 45), testimonia en esta exposición el gusto y el dominio técnico alcanzado por los industriales litógrafos asturianos.

Al fallecimiento de Rosendo Fernández Gamoneda en 1914, la litografía asturiana se había convertido en un sector de referencia en el ámbito nacional, y se seguía surtiendo de aquellos que habían conocido el proceso en Cuba y otros países hispanoamericanos desde el siglo XIX. Porque la presencia asturiana no se redujo solo a Cuba, también se implantaron en el vecino Puerto Rico, y en su capital San Juan estarán los llaniscos Paulino Galguera Somohano y José Somohano Purón, socios comanditarios de “P. Galguera y Compañía”, propietaria del establecimiento litográfico “La Primavera”, cuyo departamento artístico dirigía Richard Widmaier, siendo el apoderado general José B. Álvarez. En México D. F., fundaría José Zaldívar, natural de Villaviciosa, el establecimiento “El Modelo” especializado en litografía y grabado al acero, y más tardíamente el ovetense Antonio Fernández del Río, empresario con intereses en diversos sectores



Tarjeta publicitaria de
Litografía Artística Moré y
Mencia, Gijón, [1886]
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies



industriales, instala en Puebla los prestigiosos talleres gráficos “La Enseñanza Objetiva”, con especial atención a la litografía.

Tras la experiencia acumulada en Cuba, será José Antonio Moré el que primero regrese para la puesta en marcha en Asturias del primer establecimiento litográfico moderno, entendiendo esta modernidad como organización fabril industrial que emplea las últimas técnicas de producción litográfica. Será en Gijón, hacia 1880, cuando se produzca esta apertura empresarial, a la que en 1888 se incorpora su hermano Evaristo, nacido en 1854, hasta entonces en Cuba. La relación con la isla se mantiene constante, viajando periódicamente José Antonio a La Habana, y se refuerza con la constitución en 1890, en la capital cubana, de la sociedad “Manuel García y Compañía” de la que José Antonio Moré será socio aportando la industria gijonesa. Esta sociedad se disuelve tres años después para dar paso a la constitución de la sociedad “Moré Hermanos y Compañía” De ahí que muchos de los carteles de este periodo finisecular están firmados como “Lit. M. García, La Habana-Gijón” o bien “Lit. M. García, Gijón-La Habana”.

Para iniciar la producción litográfica, José Antonio Moré contará con el concurso del alemán Federico Ringeltk, pero no será hasta la llegada de Julio García Mencía en torno a 1885 cuando de comienzo la etapa de su mayor esplendor artístico, haciendo tan imprescindible su concurso que se convertirá en socio de la empresa, cuya razón social pasa en 1886 a ser “Moré y Mencía”.

Sobre la personalidad de García Mencía va a girar hasta la primera década del siglo XX el desarrollo artístico de la litografía artística en Asturias, al convertirse en introductor de los modelos vigentes y actuar como maestro de algunos de los creadores más afamados, entre los que sobresalen Evaristo Valle o su propio hijo Ángel García Carrió.

Julio García Mencía había nacido en Madrid en 1851 en el seno de una familia de amplia tradición artística, iniciada por su abuelo, grabador de la Casa de Moneda de Segovia, y continuada en la misma especialidad por su padre. Sigue estudios en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando, y tras una corta etapa de trabajo como litógrafo en un establecimiento madrileño, se traslada a París e ingresa en la

afamada casa Turgis, especializada en la realización de estampas religiosas. Su estancia en la capital francesa coincide con la de su hermano Antonio, el pintor cuya actividad artística será frecuente en el Gijón finisecular. A su regreso de París, Julio García Mencía se establece de nuevo en Madrid, colaborando con diversos establecimientos litográficos, siendo los últimos que hemos documentado los fechados en la capital en 1885, antes de su inmediato traslado a Gijón. Realiza en este año para la Litografía de J. Martínez trabajos con la cuidada técnica cromolitográfica que tanta fama le daría en Asturias y en toda España, como prueba que M. Ossorio Bernard, en un trabajo sobre la historia de la técnica litográfica en España, lo mencione como el único litógrafo de categoría asentado en Asturias y sume su nombre a la escasa nómina de litógrafos españoles de importancia.

Algún desencuentro con José Antonio Moré hizo que García Mencía abandonase la sociedad y abriese en 1889 su propio taller con la denominación comercial de “Establecimiento Cromo-Litográfico de Julio G. Mencía”, activo por breve tiempo, ya que su promotor se sumará en 1893 a la nueva sociedad “Moré Hermanos y Compañía” como socio industrial “en razón de sus especiales conocimientos en el arte litográfico”. Desde entonces Mencía desarrolla su trabajo con los Moré, hasta que en 1901 los abandone para participar en la fundación de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas.

La aparición de esta nueva empresa que acababa con su práctico monopolio en el área gijonesa, decidió a los Moré a especializarse en exclusiva a partir de 1909 en la línea metalgráfica, en respuesta a la creciente demanda de envases litografiados por parte de la industria conservera de la región, realizando con esta técnica algunos carteles.

Con anterioridad a la creación de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, Gijón ya contaba con otra litografía industrial, que tendrá una actividad muy corta, debido en gran medida a la competencia de los Moré. Me refiero a la

“Litografía de González, Tuero y Compañía”, que inicia su producción en enero de 1893, prolongando su actividad hasta fines de 1894. Sus producciones, de deficiente calidad artística, se concretan en porfolios festivos y algunos carteles, como el cromolitográfico realizado para anunciar los servicios de la empresa de carruajes de Fontanellas y Castillo, en 1893, o el de las fiestas de San Juan de la villa de Mieres en 1894.

La definitiva marcha de García Mencía de la Litografía Moré tenía por objeto la constitución de una nueva sociedad dedicada a toda la gama de las artes gráficas, apoyado en este objetivo por Alberto Paquet. Formalizada el 1 de junio de 1901, la sociedad “Compañía Asturiana de Artes Gráficas” giraría bajo la razón social “Mencía y Paquet”, siendo ambos gerentes. Sin embargo, tampoco aquí consolidó su actividad artística García Mencía, que dura apenas cuatro años, abandonando Gijón en los primeros meses de 1905 para trasladarse a Madrid, donde trabajaría en el establecimiento de Artes Gráficas de Julián Palacios. Estará activo en la capital al menos hasta 1911, donde como muestra de su valía como litógrafo, su larga experiencia y sus dotes pedagógicas, que le habían granjeado el cariño de toda la profesión, es propuesto al Ministro de Instrucción Pública en una petición suscrita por todos los asociados a la Unión de Litógrafos como director de la Escuela de Artes Gráficas. Pasó después a residir en Barcelona, junto a su esposa y su único hijo, Ángel García Carrió, con destino como profesor en la capital catalana. La última noticia de su actividad artística en Barcelona es de 1919, cuando se muestra un original pergamino realizado por él. Su hijo Ángel García Carrió (Gijón, 1886-Barcelona, 1972), siguió los pasos de su padre como bocetista de carteles, aunque no como litógrafo. Como él, realizó el de los festejos veraniegos de Santander de 1909, al obtener el primer premio en el concurso convocado por el Ayuntamiento de la ciudad con el boceto presentado bajo el lema “Trinitas”. La razón de esta presencia

montañesa está en su profesión pedagógica, regentando en estos años la cátedra de la Escuela de Altos Estudios Mercantiles, que desde 1914 ocupó en Barcelona, ciudad en la que continuó con su producción pictórica, y donde publicó algunos manuales de Dibujo. Pese a este corto periodo en Artes Gráficas de Gijón, García Mencía supo impregnar el cartelismo de este momento de esa renovación estética y formal que supuso el modernismo de raíz francesa, dejando su huella en algunos de sus discípulos como Evaristo Valle o su propio hijo Ángel García Carrió.

La sociedad tuvo desde entonces una trayectoria expansiva con miras en todo el mercado nacional, que se materializa en 1908 con la fusión con la Litografía Jerezana y con La Artística Industrial, de Madrid, convirtiéndose

en 1911 en sociedad anónima. En este periodo, los encargos de carteles no se reducen al ámbito asturiano, realizando algunos de especiales características para el mercado andaluz, como el anunciador de las Bodegas Otaolaourruchi, de Sanlúcar de Barrameda, de 1´50 x 3 metros, realizado en 1903. Sin embargo, en Asturias le surgirá pronto una competidora de importancia en el occidente de la región, la Litografía de Ramiro Pérez del Río creada en 1906 por el impresor Ramiro Pérez del Río como complemento a sus talleres tipográficos. Para ello envió a su único hijo varón del mismo nombre a formarse en Alemania y Suiza. Regresaría acompañado por el litógrafo alemán Arthur Ledong, quien dirigiría la nueva sección. Esta relación con el mundo germánico y sus implicaciones en orden



Stand de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas en la IV Feria de Muestras en Gijón, 1927

Foto de Constantino Suárez

a los lenguajes gráficos se reforzará con la contratación de dibujantes, bocetistas y litógrafos alemanes que llegan a Luarca a mediados de los años veinte, donde permanecen hasta 1936. Su contribución es clave para entender la consolidación del lenguaje décó que impregna los trabajos salidos de esta litografía, para la que el cartel en todas sus variantes fue una línea de trabajo constante desde sus orígenes hasta la desaparición de la empresa.

En Oviedo, que tradicionalmente había centralizado la producción tipográfica, la moderna litografía no tuvo otra expresión industrial salvo el proyecto de 1900, no consolidado, de un establecimiento promovido por Juan G. del Río, y en la apertura en ese mismo año de un taller litográfico en la calle San Bernabé, 27, por la sociedad “G. González y Compañía”.

Como hemos señalado, la decisiva acción en pro de la litografía industrial de José Antonio y Evaristo Moré no sólo se percibe en sus descendientes directos, sino que se refleja como núcleo originario de otras industrias impulsadas por litógrafos formados en sus

talleres, a los que les unen lazos de parentesco. Es el caso de Luciano Mori Muñiz (Luanco, 1865-Gijón, 1944), que formado en la Litografía Moré se independiza en 1906 creando su propio taller bajo la denominación comercial de “Luciano M. Muñiz”. Su establecimiento responde a un modelo de modesta empresa familiar especializada en la producción de pequeño tamaño, como etiquetas. Con él colaboraron sus hijos Ana, Carmen y Cristino, y sus sobrinos Robustiano (Luanco, 1882-Gijón, 1966) y Juan (Luanco, 1885-Gijón, 1956) Viña Mori.

Éstos, que habían iniciado su aprendizaje también con los Moré, fundarían en 1920 su propio establecimiento litográfico,”Litografía Viña”, en el que Robustiano trabaja como dibujante, bocetista y litógrafo, sabiendo innovar los modelos hacia una contemporaneidad de influencia germánica, que conoció en gran medida gracias a la revista *Gebruuchsgraphick*, de la que era suscriptor. Esta modernidad se percibe en sus carteles, y en los que litografió según boceto de Mariano Moré, quien trabajó con asiduidad para ellos a fines de la década de 1920 y comienzos de la

siguiente. A la empresa se irían incorporando sus hijos Robustiano, quien firmaba como “Tano” sus caricaturas, tiras cómicas y bocetos, Juan y Jaime.

Los Moré y Cuba estarán también en cierto modo en el origen de la última industria litográfica que se instala en Asturias: la “Litografía Luba”, que inicia su actividad en Gijón en 1927. De los dos socios fundadores, el industrial va a ser Luis García Colao (Gijón, c. 1896-Madrid, 1956), perteneciente a una familia muy ligada al sector, pues su padre Luis García Oves (Gijón, c. 1874-1936) inició su carrera profesional en la Litografía Moré como ayudante de García Mencía en el departamento artístico, acompañando a éste cuando funda la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, en la que lo sustituyó a su marcha como director del área artística. De sus hijos, tres continuaron vinculados a la industria litográfica: Hilario, fallecido en 1916, trabajó en Artes Gráficas; Rafael (Gijón, 1903-1965) hizo su carrera laboral en “Metalgráfica Moré” y Luis crearía Luba tras su paso también por Artes Gráficas. La presencia de Cuba la aportará el socio capitalista Juan Bautista Álvarez González (Gijón, 1892-1965), emigrante retornado de la isla.

Las especialidades de la nueva empresa desde sus inicios serán los carteles, almanaques, catálogos ilustrados y etiquetas. En su publicidad empleaban como reclamo la “creación y edición de carteles, almanaques y etiquetas. Pidan a esta Casa bocetos y diseños a propósito para Vds. que ejecutaré gratuitamente”. Estos bocetos y diseños se encargaban a diversos artistas como Paulino Vicente, Germán Horacio y Mariano Moré; pero quien con más asiduidad colaboró con ellos fue Alfredo Truan.

En la posguerra, Luba continuó con esta especialidad, en concreto con el cartel de festejos, línea en la que compitió con Artes Gráficas.

La importancia que mantuvieron las empresas litográficas en la década de los treinta, y la necesidad de proveerse de personal

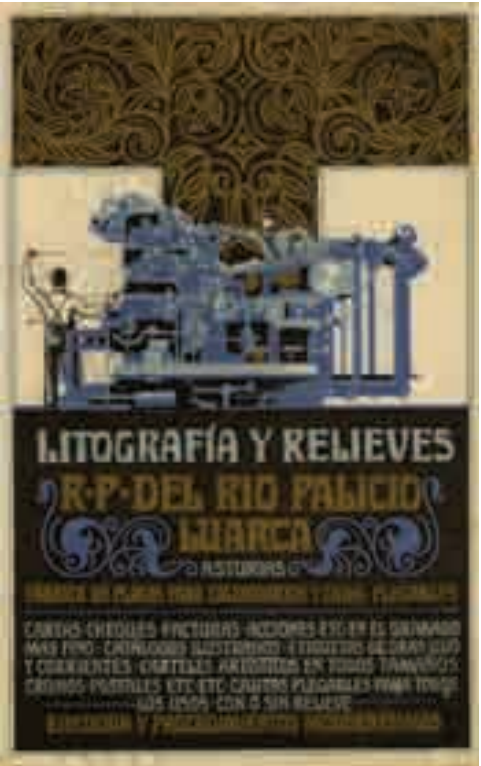
especializado, explica que en 1935 se proyectase la apertura en la Escuela Superior de Trabajo de Gijón de un taller de Artes Gráficas, en el que se darían clases de litografía y tipografía, con enseñanzas complementarias de gramática y dibujo. La subvención de 50.000 pesetas dada por la Dirección General de Enseñanza Técnica y Profesional para poner en marcha estos estudios se retrasó, y el inicio de la Guerra Civil frustró este proyecto. Todas estas empresas litográficas fueron incorporando las novedades técnicas de cada momento hasta la introducción del offset bien entrados los años cuarenta, pero estas innovaciones no detuvieron una crisis definitiva que las hará desaparecer en las dos décadas siguientes.

Metalgráfica Moré siguió siendo una empresa de capital íntegramente familiar, en cuyo accionariado estaban representadas las distintas ramas de los Moré (Prendes Moré, Moré Prendes y Moré Cors). En 1964 su plantilla contaba con ochenta y cinco trabajadores, pero pronto se presentaron graves problemas de todo orden, que pusieron en serio peligro el futuro de la empresa, que en 1968 se convertiría en cooperativa, encuadrada en la Unión Territorial de Cooperativas Industriales de la Obra Sindical de Cooperación. En la cooperativa se integraron entonces cincuenta y dos trabajadores, recibiendo un préstamo de cinco millones doscientas mil pesetas del Patronato del Fondo de Protección al Trabajo para hacerla viable, pero a principios de 1970 se volvieron a presentar serios problemas para el pago de los salarios de los cooperativistas. Se gestionaron diversos créditos, entre ellos uno hipotecario de la Caja de Ahorros de Asturias, que al no ser satisfecho hizo que en 1977 saliese a subasta todo el complejo fabril, que diez años después se mantenía en ruinas. El archivo de la empresa fue destruido en su totalidad.

En la Compañía Asturiana de Artes Gráficas se nombra en 1940, tras la Guerra Civil, a Fernando González Condal como director-gerente, quien impulsa una profunda renovación

de los medios técnicos, con especial incidencia en el taller fotolitográfico. El domingo 18 de junio de 1945 un incendio fortuito destruyó totalmente el edificio e instalaciones de la compañía, afectando a inmuebles vecinos. Contaba entonces con una plantilla de setenta trabajadores. Las pérdidas materiales se calcularon en más de dos millones de pesetas, quedando inutilizables las tres rotativas y las dos planas offset. El archivo desapareció en su integridad. La prensa se hizo eco del suceso, definiendo como un verdadero dolor la pérdida de una empresa íntimamente enraizada en la tradición artística y manufacturera de Gijón. Días después se reunió el consejo de administración que adoptó el acuerdo de proceder a la reconstrucción del edificio y talleres con algunas ayudas públicas, entre ellas la obtención de las necesarias licencias de importación para las rotativas offset de la casa “Crabtree & Sons”, de Leeds. El 7 de octubre de 1946 iniciaba de nuevo su actividad Artes Gráficas con especial atención al cartel, dado que contaba con un magnífico bocetista y dibujante proyectista: Manés Fernández Moliner (Ribadesella, 1921-Gijón, 2004), que ingresó muy joven como aprendiz en la empresa, en la que hizo toda su carrera laboral. Realizó algunas exposiciones como pintor, con un una obra que denotaba la admiración que profesaba a Evaristo Valle. Gracias a la labor de Manés F. Moliner pudo la empresa mantener esta especialidad, editando un catálogo de modelos de carteles festivos y de promoción veraniega y turística. La empresa mantuvo su prestigio hasta los años setenta, en los que el declive del sector precipitó, tras varios cambios accionariales, su desaparición.

La Litografía de Luciano M. Muñiz continuó con su actividad a cargo de sus hijos, tras el fallecimiento de su fundador en 1944. Serán ellos los que decidan el traslado del taller desde su primitiva ubicación en el n.º 5 de la calle Juan Alonso, a los bajos de un moderno edificio en el barrio de El Coto, cuya primera planta se destina a domicilio familiar. Mantienen su



actividad allí hasta que la clausuran en los años setenta. El archivo desapareció, conservándose únicamente algunos álbumes de bocetos y varios muestrarios de etiquetas, que fueron su especialidad, que hoy están en el Museo del Pueblo de Asturias.

Litografía Luba traslada en 1969 su sede de la original ubicación en la calle Libertad, después de 1937 calle “Dieciocho de Julio”, n.º 24, a la nave número 5 del polígono industrial de Promesa, en Tremañes, falleciendo al año siguiente el director gerente de la empresa Roberto Martínez Álvarez. Su actividad productiva se prolongó durante algunos años, hasta su desaparición en los años ochenta. Carecemos de noticias de la suerte que corrió su archivo, pero es muy factible que fuese la misma que el tiempo deparó a los del resto de las empresas del sector; es decir, su destrucción íntegra, aunque en algunos casos esa destrucción haya sido parcial como ocurrió con

Tarjeta publicitaria de Talleres de Litografía Luba, Gijón, h. 1930 Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

Tarjeta publicitaria de Litografía y Relieves R. P. del Río Palicio, Luarca, 1925 Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

la Litografía de Ramiro P. del Río, de Luarca. También esta empresa luarquesa padeció las consecuencias de la crisis de mediados de los años setenta, que arrastró con intentos de salvación hasta los años ochenta, década en la que se produjo su cierre. Algunos de sus operarios constituyeron entonces la Sociedad Anónima Laboral “Metalgráfica de Luarca”, dedicada a la fabricación de envases metálicos y tubos de plomo de estaño y aluminio para envases aerosoles en una nave del polígono de Barcellina. Pero esta empresa no resultó viable, declarándose en junio de 1993 en suspensión de pagos, al ser su pasivo superior en 79.980.514 pesetas al activo.

El archivo de la Litografía de Ramiro P. del Río se conservó íntegro desde la fundación de la empresa hasta su clausura, dispersándose y perdiéndose la mayor parte de sus fondos. La última litografía que perduró como testimonio de la pujanza que tuvo el sector en Gijón fue Litografía Viña, gracias al empeño de Robustiano, Juan y Jaime Viña Mori de continuar trabajando hasta su jubilación. Una vez cerrada, el Ayuntamiento de Gijón adquirió su maquinaria y archivo, creando el Centro de Estampación “Litografía Viña”.

Además de estas empresas litográficas para las que el cartel en todas sus formulaciones, formatos y soportes fue una elaboración clave en su línea productiva, hubo otras empresas del sector gráfico que lo integraron en su oferta, dando así continuidad a la tradición originaria de esa aparición del cartel en las imprentas asturianas. Así, de índole tipográfico, lo ofrecían antes de la Guerra Civil todos los establecimientos tipográficos y las imprentas de los periódicos regionales (*El Carbayón*, *La Voz de Asturias y Región*, de Oviedo; *El Comercio*, *El Noroeste* y *La Prensa*, de Gijón; *La Voz de Avilés*, de Avilés, y *El Oriente de Asturias*, de Llanes). *La Voz de Asturias* aclaraba que su especialidad eran los “carteles de pared”, y *Región* contaba para estas labores con el concurso de su fotograador Cantalapiedra, que

firmaba también la publicidad de algunos comercios ovetenses, como el de tejidos “Casa Froilán”. Y, por supuesto, se sumaban a esta oferta de carteles todas las imprentas diseminadas por la geografía regional, en especial las radicadas en Gijón como: el establecimiento tipográfico que en 1900 abre Felipe de la Cruz en la calle de la Trinidad; el antiguo y prestigioso de Lino V. Sangenis, adquirido en 1904 por Guisasola; la “Imprenta y Librería La Asturiana”, establecida en el paseo de Begoña y propiedad de Aurelio Suárez Fernández (1888-1946); la “Imprenta Somonte”, de Gumersindo Suárez Somonte; los “Talleres Tipográficos La Fe”, establecidos en la plaza del Carmen, 9; la tipografía “La Reconquista”, en San Bernardo, 99-101; la imprenta “La Comercial”, en Instituto, 45; la “Imprenta Palacios”, en Donato Arguelles,18, propiedad de Higinio Fernández Fernández (1897-1942); la imprenta “La Rotativa”, cuyo dueño era Ramón Martín Zarzoso (1875-1934), “La Versal”, en la calle Innerarity, 40, propiedad de Ángel Lorenzo Fernández, y después en la calle Merced, 49, cuando era propiedad de su hermano J. Manuel Lorenzo Fernández, y ofrecía entre otras especialidades

“Toda clase de propaganda teatral y taurina”; y la imprenta “Mercantil”, fundada por Manuel González Vega, y que pasó después a propiedad de José Peón Fernández, con talleres en Garcilaso de la Vega, 4. Pero también formaba parte de la línea de producción de otros establecimientos gráficos poco conocidos, como los fabricantes de envoltorios, bolsas y cajas de cartón. La primera empresa que apuesta por esta especialidad es la de la sociedad “Somonte, González y Compañía” establecida en Gijón en 1894 y en la que se integraron técnicos y trabajadores provenientes de la Litografía de González Tuero y Compañía.

La sociedad “Somonte, González y Compañía” daría paso a la denominada “González y Martínez”, de la que eran socios José González y Víctor Martínez, que se dedicaría a este mismo giro en un taller en la calle de la Salud, 4, del boulevard de El Llano. Se disolvería en 1907 por fallecimiento del socio Víctor Martínez, manteniéndose en el negocio González, quien comercialmente giraría como “José González, sucesor de González y Martínez”, para dar paso seguidamente a la firma “Palacio, González y Compañía”.

En ese 1907, la sociedad comanditaria “Blanco & Balbín”, de la que eran socios Alejandro Blanco y José Antonio Balbín, era propietaria de la tipo-litografía y fábrica de bolsas “La Industria”, fundada en 1870, con talleres en la calle Linares Rivas, 11, 13, y 15, que anunciaba como una de sus especialidades los “carteles de anuncio”. En julio de ese año de 1907 se disolvía la sociedad, haciéndose cargo del activo y del pasivo Balbín, quien en las décadas siguientes seguiría dedicándose a la misma producción. El último propietario de “La Industria” en la primera mitad de siglo fue Daniel García Martínez (Gijón, 1887-1952), que ingresó en ella como operario maquinista. Más tarde, y también en Gijón, se funda hacia 1925 la “Papelería Flores”, cuya denominación comercial no refleja su variedad de producciones. Creada por Carlos Fernández Flores (Cuba, 1895-Gijón, 1945), logró amplia fama por sus trabajos de imprenta, litografía y relieves en los que primaba la especialización como artista del fundador, pintor casi secreto y reconocido dibujante, que supo impregnar sus trabajos de un especial y delicado gusto que se hacían patentes en los carteles y cromos realizados en tricromía y a varias tintas “reveladores de una gran imaginación creadora, novedad y estilo”.

Hijo único de un emigrante originario de Trevías (concejo de Valdés), Carlos Flores, tal como era conocido, nació en Cuba, llegando a Asturias hacia 1920 para establecerse en Gijón. Dio comienzo a su actividad en las artes gráficas como almacenista de papel e importador de artículos de escritorio y papelería en general, introduciendo después las labores de imprenta y litografía en un local del número 26 de la calle Salustio Regueral. En 1926 inaugura la Librería Flores en la calle Linares Rivas, 26 y 28, haciendo hincapié en las labores litográficas para publicidad, que bajo la denominación de “propaganda litográfica” reunían carteles, almanaques, pay-pays, cromos, secantes, etc. En 1935, el establecimiento contaba con departamento artístico, dirigido por el propietario, taller litográfico, taller tipográfico, taller de encuadernación y fabricación de bolsas y cajas de cartón. Tras la Guerra Civil, retornó la producción, siendo nombrado regente el experto tipógrafo, pese a su juventud, Luis Molet Rodríguez, que fallecería en 1945 a la edad de 28 años. Con posterioridad sus talleres se localizaban en la avenida de Portugal, 3. A la fabricación de cajas de cartón y estuchería de todas clases se dedicaría en exclusiva el

taller abierto en 1921 en La Calzada, calle Oriental, 18, por A. Fabiani.

En Oviedo, según ese combinado de tipografía y litografía que incluye el cartel, al lado del papel de envoltorio litografiado y de las bolsas, destaca la firma “Escobedo Hermanos”, fundada en 1887, y que, modernizada su oferta, contaba en 1912 con cerca de ochenta obreros que trabajaban en sus instalaciones de la calle Portugalete, 36. En la década siguiente, y ya establecidos en la calle Palacio Valdés, 8, continuaban con la misma especialidad. Más reducida en la producción contemporánea es la “Imprenta y Librería de Rendueles y Robredo”, en la calle Universidad, 16.

Por último, en Luarca, los prestigiosos talleres gráficos de Manuel Méndez, que preferentemente realizaban encargos para la Litografía del Río, incluían a fines de esa década de 1920, junto a los carteles y las “impresiones artísticas en relieve”, la fabricación de bolsas de papel; y en La Felguera, la Imprenta y Papelería “La Minerva”, propiedad de Leopoldo Castro Lamas, se dedicaba a los trabajos comerciales en tricromía, color y relieve.



Papel secante de la tipografía La Industria, diseño de F. Martín, Gijón, 1928

Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

4

El cartel en la Asturias de entresiglos. El cartel de festejos como paradigma del género

La personalidad artística de García Mencía impregnaría de modo determinante el carácter del cartelismo asturiano y gijonés, extendiendo su influencia a regiones limítrofes. El cartel tipográfico, el “anuncio” más o menos vistoso en formatos, juegos de letra y variación de tintas, dejaba paso al cartel propiamente artístico, pleno de motivos y escenas, con gran variedad de calidades cromáticas y de excelente ejecución litográfica, que abrió un nuevo campo experimental de innegable atractivo para los jóvenes artistas regionales. En esta conquista del cartel en su nueva expresión, pesaría además la progresiva exigencia social de una publicidad acorde con los nuevos lenguajes, de mayor impacto y comunicación, en convergencia con esa efervescencia de bienes productivos y de consumo que se percibe en este periodo.

La versatilidad de Mencía para dar respuesta a todas las exigencias de la función del cartel en ese momento, tanto desde la perspectiva de la publicidad comercial como desde ámbitos con una mayor tradición, como los carteles festivos o los anunciadores de corridas de toros, es la cualidad esencial de su personalidad artística; y en este línea debe también incorporarse su papel como ilustrador de las portadas de diarios de Gijón y Oviedo con ocasión de determinadas efemérides.

Es en la última década del siglo XIX cuando se percibe una demanda de mayor gama de productos publicitarios por parte de comerciantes e industriales, que lleva aparejada la intención de alcanzar un mayor impacto en el público. El constante empleo por la prensa de este término “impacto”, para referirse en sus informaciones a la recepción de algunos de estos carteles, responde tanto a la novedad del

lenguaje visual como a cierta variedad de modelos y, sobre todo, a la percepción de una obra de caracteres plenamente artísticos en la que se valora tanto la idea plasmada en el boceto como su ejecución en el rigor y calidad de su traducción litográfica. Y será García Mencía quien detente la primacía también en este campo, siendo felicitado por su papel de introductor de modelos de vanguardia. En 1892, con ocasión de la edición de un cromó alegórico del descubrimiento de América simbolizado en la coronación de Cristóbal Colón, el diario *El Comercio* señala que “como se trata de un trabajo verdaderamente notable en su clase y de los mejores que de tales condiciones hemos visto, nos lisonjeamos mucho con que la industria litográfica de Gijón dé tan señaladas muestras de buen gusto y se coloque a la altura de las principales extranjeras”. Competía este trabajo en el mercado con la oleografía de gran tamaño que reproducía la obra del pintor francés Backalowicz sobre la presentación de Colón ante los Reyes Católicos.

Esa percepción de la trascendencia de contar con una potente industria litográfica guiada artísticamente por Mencía es clave para comprender la progresiva aceptación de nuevos medios cercanos al cartel, y en gran medida sustitutivos de él, como los almanaques o calendarios, que son recibidos como una gozosa novedad. Andrés Prendes, propietario de la fábrica de mantecas “La Flor de Asturias”, distribuye entre clientes y amigos como publicidad de su casa el almanaque de 1895, que es considerado “una verdadera obra de arte”. De formato romboidal, presenta en primer plano una cabeza de vaca sobre un fondo de paisaje. El trabajo recibe grandes elogios, pues en él se percibe que “la litografía no puede llegar a más en justeza de líneas y aplicación de colores, puesto que el Almanaque en cuestión es un modelo de perfección material y de delicadeza artística”. De este mismo periodo son otros dos trabajos que se consideran igualmente “una verdadera maravilla de labor

artística”. Uno es el cartel para la fábrica de cervezas “La Estrella de Gijón” en el que sobre la vista panorámica de la instalación industrial se resalta la figura alegórica del alegre dios germánico de la cerveza, portando en su mano derecha un bock. El otro es el “almanaque de pared” para la fábrica de chocolates “La Española”, de Madrid, “que a su belleza artística une la circunstancia de estar hecho en una hoja rectangular de latón, de la cual pende el almanaque de papel, por medio de una agarradera del mismo metal”. Es ésta la primera referencia que conocemos del empleo por parte de la Litografía Moré y del propio Mencía de la técnica metalgráfica aplicada a publicidad, que pocos años después va a ser la especialidad de la empresa. Pero este trabajo iba a servir también para reforzar esa idea recurrente de la importancia para Asturias y para Gijón de contar con una empresa de este sector capaz de recibir encargos de ámbito nacional:

“El solo hecho de encargarse a aquí la confección de una obra de esta clase, cuando tantas y tan buenas litografías hay en Madrid, prueba bien a las claras la importancia de la de los señores Moré Hermanos”.

Otros carteles comerciales de esta misma concepción reciben elogios similares, como los “cromos anunciadores” que realiza en 1898 para la fábrica de embutidos, manteca y leche pausterizada de Pérez Conde; el “cartel cromó anunciador” de la fábrica ovetense de chocolates y pastas de José San Román, cuyo tema son “tres mozas jóvenes elegantemente ataviadas, que figuran estar robustas y sanas porque toman los magníficos chocolates y pastas”; la de chocolates de Herminio Rodríguez o la compañía cómico-lírica de Goyanes. Más tardíos son los de la panadería “La Americana”, de Ladislao Muñiz, y el de la fábrica de chocolates de Manuel González Gallegos.

En otros casos los cromos y almanaques son de producción foránea, y sirven de comparación con los de manufactura gijonesa, que siempre sale triunfante y reúne todos los elogios. Es lo



Ángel García Carrió
Retrato de Julio García Mencía,
padre del pintor, 1906.
Óleo sobre lienzo, 101 x 75, 5 cm
Col. Museo Casa Natal de Jovellanos
(Donación García Carrió)

que ocurre a propósito del de “Máquinas Singer”, el anunciador de las destilerías malagueñas de “Jiménez y Lambote”, cuyos representantes en Gijón son “Menéndez y Compañía” o el de los almacenes de ebanistería de J. Cafranga, de Oviedo, realizado por la Litografía Durán, de Valencia.

Se hace preciso en este punto atender a la publicidad emanada de un sector muy concreto, que encierra las esencias de una identidad de Asturias reconocida en todo el orbe. Ningún producto industrial asturiano conoció mayor profusión propagandística ni mayor difusión a través del cartel como la sidra y los productos derivados de la manzana.

Es fácil comprender que la expansión de la industria litográfica asturiana encontró en el sector productor de la sidra un filón inagotable,

cuyos encargos financiaron en gran medida su mantenimiento y viabilidad en épocas de crisis.

No fue desde luego la sidra natural de consumo interior la que necesitó de una publicidad intensiva; es más, ésta solamente hace su aparición muy tardíamente en pequeños carteles tipográficos y hojas volanderas como mera competencia de aldea entre productores, lagares y tabernas para anunciar en la temporada señalada que van a romper un tonel y habrá mariscos y taquinos, con el atractivo supletorio de la animación con variedades musicales.

En cambio, la que tenía o buscaba mercados nacionales e internacionales como la sidra champanada, en competencia con el champagne francés o el cava catalán, fue pronto consciente de que únicamente la

publicidad y el bajo coste para el público podría abrirle esos mercados que tanto necesitaba porque a ellos debía su aparición y su razón de ser. Ese público popular era mayoritariamente el emigrante en América, pero también esa población urbana o de villa que pretendía emular desde su condición de clase media o media-baja los gustos y costumbres de la alta burguesía y la aristocracia. Estos dos segmentos del mercado iban a determinar una iconografía publicitaria muy definida. Para el emigrante asturiano sería alimentar su nostalgia con las imágenes más agradables y festivas de su tierra de origen, centrándose en los tipos que identificaban su esencia; lo mismo que ocurriría con aquellas marcas destinadas a la emigración vasca. Pero para la clientela peninsular, además de esa identificación con Asturias, habría que sumar otros motivos y marcas que relacionasen la bebida con lo exótico, los mitos nacionales, los toreros y cupletistas, lo “chic” o las referencias más o menos veladas a lo francés. Serían estos iconos los que obtendrían también aceptación en América, donde se añadirían temas como las fechas claves y los héroes de las independencias republicanas, paisajes o balnearios famosos, figuras y nombres exóticos heredados de la población prehispana, presidentes en activo o escritores de fama, haciendo también concesiones, en el caso argentino, a la importante colonia italiana. No vamos a extendernos en esas realizaciones netamente asturianas que hemos ya estudiado en el caso paradigmático de las producciones de la empresa Valle, Ballina y Fernández, S. A., con su marca El Gaitero en primer término, cuyas aportaciones hemos hecho en el capítulo específico de nuestro libro sobre la historia de la litografía en Asturias y en el que hemos dedicado monográficamente al nacimiento y evolución de esta empresa con el título *Valle, Ballina y Fernández, S.A. Historia de una empresa* (Villaviciosa, 2000).

Cabe señalar ahora, como reflejan los carteles de este sector productivo que se muestran en esta exposición –El Gaitero, El Hórreo, La

Praviana, también con el interesante boceto de productos de la firma (cat. n.º 25-30)–, que el éxito de ese costumbrismo folklórico acabó facilitando la perversión de una diseño gráfico anclado en el pasado, de progresiva menor calidad artística, y que devino en una caricatura que forzaba hasta el ridículo esas constantes aparecidas en las décadas finiseculares del XIX. La verdadera sabia renovadora de esta gráfica vino, como no podía ser de otro modo, de una América acostumbrada a los nuevos roles publicitarios y a la creación de otros lenguajes inmersos en la vanguardia, que en Asturias fueron recibidos no sin reticencia y con una relectura de resultados tan desiguales que la producción que va de los años cuarenta a los sesenta del siglo XX, salvo ejemplos muy puntuales, es de una pobreza tan notoria que obliga a reflexionar sobre la decadencia del sector litográfico, desaparecidos ya los viejos artífices, y también en la falta de reacción de los empresarios del sector sidrero, una atonía que está en relación con la difícil coyuntura económica española, la crisis de los mercados americanos, la baja calidad de la bebida y, en definitiva, en la decadencia de un sector incapaz de amoldarse a los cambios radicales que se experimentaban en los gustos del consumidor; un consumidor que habría que volver a ganarse con una publicidad que emplease los lenguajes de su tiempo, y para cuya estrategia los nuevos empresarios no tenían la cultura ni la experiencia adecuada. Éstos y otros extremos, en lo que afecta a la publicidad de la industria sidrera, su aparición y evolución hasta una actualidad que señala el más deficiente y erróneo diseño gráfico, lo recogemos en profundidad en un estudio de inminente publicación, acompañado con profusión de documentos gráficos, que nos evita ahora extendernos en este capítulo tan significativo de la historia del cartel y de la identidad gráfica asturiana en estas décadas finales del siglo XIX.

La pugna de Gijón por convertirse en un centro balneario en el último tercio del siglo XIX,

hizo que las tradicionales fiestas de la Virgen de Begoña fuesen el eje de una oferta veraniega en la que habrían de jugar un papel estelar los medios de propaganda, y entre ellos el cartel anunciador de los festejos, que serán distribuidos por toda la cornisa cantábrica, pero con especial atención a las ciudades castellanas y Madrid. El que la ciudad contase con una potente industria litográfica y un artista como García Mencía, explica que Gijón se convierta a través de los carteles de festejos en la vanguardia de esa renovación, que pronto se transmitirá a la capital y otras villas asturianas. Desde los años finales de la década de los ochenta, las exigencias del cartel van a estar formalmente relacionadas con la ejecución de las cubiertas o portadas de los porfolios y programas festivos, firmando en muchos casos ambas el propio García Mencía, en una suerte de traslación de formulas que impregna tanto a unas como a otras, al que se sumará a partir de 1888 el cartel anunciador de las corridas de toros, al inaugurarse la que será en rigor primera plaza gijonesa. En este año el contenido y el diseño del programa de mano van a ser una sorpresa, resaltando entre esas innovaciones la cubierta del porfolio con un “magnífico cromo” que conjugaba diversas vistas de la localidad, entre las que no falta la panorámica de la playa y la novedad del nuevo coso taurino que se inaugurarían el 12 de agosto. No faltaría una lectura intencionada, denunciando la “malicia” del dibujante en un detalle concreto: el que reproducía el proyecto del puerto de El Musel, objeto de la dura querella cívica entre los bandos de “apagadoristas” y “muselistas”.

El cartel de los festejos seguiría un esquema similar, en un diseño novedoso que no iba a estar exento de críticas por la acumulación de detalles y motivos. Desde *El Comercio* se llamará la atención sobre este extremo, que habría ya de definir prácticamente el estilo de García Mencía:

“Son los carteles anunciadores obra de delicado gusto, que honra los acreditados talleres del Sr. Moré, y

constituyen algo nuevo, y que sin reserva aplaudo del programa de este año. El dibujo es correcto, la agrupación de detalles bien entendida, y la ejecución no desmerece del pensamiento artístico que anima la composición. Pero obra humana, al fin, no se halla enteramente exenta de defectos, siendo, a mi juicio, el que principalmente se advierte en ella, un amontonamiento grande de detalles en espacio insuficiente para que cada uno de aquéllos pueda destacarse con la claridad y distinción debidas, lo que no permite apreciar la belleza del conjunto sino examinando el trabajo litográfico muy de cerca, inconveniente no pequeño en cosa destinada por su natural condición, a ser contemplada a distancia”.

Por último, la otra novedad llegada para permanecer a los largo de décadas, como otra de las contribuciones gijonesas a la historia del cartel español, va a ser el primer cartel de las corridas de toros inaugurales de la plaza. Encargado por el empresario-contratista a García Mencía y tirado en la litografía Moré, el cartel llamó la atención por la calidad y elegancia del dibujo, y por la limpieza de detalles. Alejado de esos modelos festivos, García Mencía resuelve el cartel de un modo tradicional, con sendos retratos ovalados de los diestros Guerrita y Mazzantini orlados con flores y trofeos taurinos. Una versión reducida del cartel sería estampada sobre seda de colores como recuerdo de la corrida inaugural. Los carteles de festejos y toros de 1889 se debieron también a García Mencía, en un momento en que sus desencuentros con los Moré le animan a montar su propio establecimiento litográfico, viajando en julio a París para adquirir maquinaria y material. La década siguiente es la de la consagración definitiva de García Mencía como cartelista, pudiendo afirmarse que es el único artista que en Asturias se dedica al género. Solo así se explica que siga sumando año a año producciones. Los de 1890 son calificados de “verdadera obra de arte” o “verdadera obra de mérito”, de quien es ya una notabilidad en su arte, y serán realizados en sus propios talleres.

Para 1891, la presencia de un viajante de una casa italiana hace que en un primer momento se difunda la noticia de que esta casa se encargará de la realización de los programas y del cartel, pero al fin será Mencía quien de nuevo deje su huella: la cubierta del programa presenta las estatuas de Jovellanos y Pelayo, una escena de toros, la bahía del cabo Torres, la playa de San Lorenzo, el paseo de Alfonso XII iluminado, y una escena de fuegos artificiales en la dársena, siguiendo el cartel un esquema compositivo similar, siendo de nuevo alabado como digno de un artista de su categoría. Sin embargo, el cartel de toros de ese año será obra de la Litografía de Francisco Fons, de Santander, que firmará también los de las corridas del año siguiente, ocasión que es aprovechada por la prensa local para ejercer la crítica al empresario taurino Sánchez Dindurra, y solicitar el encargo a la litografía gijonesa de los Moré:

“En la cabeza del cartel orlado con caprichosa cenefa sobre fondo dorado y en grandes letras se lee el nombre de Gijón; vése a la derecha una suerte de varas, con el toro derribando al caballo; más abajo, en forma de abanico y como país de éste, están pintadas una carrera de caballos y unas regatas, llamándonos la atención, como fondo de éstas, se haya puesto una

marina de Santander (la isla y faro del Mouro), siendo así que en nuestras playas tenemos vistas de mejor efecto artístico, y, sobre todo, propias; como terminación del cartel, figura el retrato de cuerpo entero de Maoliyo (El Espartero) dentro del anillo, cerca de la barrera y joh dolor!, con el escudo del rey don Pelayo a sus plantas y por los suelos, como quien dice; terminando la pintura una alegoría en la que hay varios atributos taurinos, tales como estoques, clarines, las llaves y el sombrero de un alguacil, dos redoblantes, etc., etc.”.

Pero esas suspicacias no son del todo justas, pues sería Mencía quien firmase el cartel de las ferias y fiestas veraniegas de Santander de 1892, tirado en la litografía Moré, y que fue mostrado al público gijonés en la sala de quintas del Ayuntamiento. Este magnífico cartel, que figura en la colección del Museo del Pueblo de Asturias (cat. n.º 22), ejemplifica ese estilo característico del artista en cuanto idea, estructura y ejecución, así como, su deuda reconocida con el cartel en boga en Francia, antes de la irrupción del simbolismo contenido y de la “locura” del modernismo que trastocaría todo orden y tradición académica, y la calidad excelente de su ejecución en los talleres de Moré, en la que resalta la concienzuda y sabia selección y aplicación de tintas. Y en Santander



Julio García Mencía
Cartel de fiestas
de Santander, 1892
(Detalle)
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

se litografiaría, en ese mismo año de 1892, el cartel de las fiestas de san Roque de Llanes, según boceto de Francisco Romano.

En 1893, Sánchez Dindurra encargaría de nuevo a una litografía madrileña el cartel de las corridas, renovando la prensa sus críticas a favor de un indisimulado proteccionismo de la industria local, que algún efecto deben tener, pues lo cierto es que en 1894 será de nuevo García Mencía el que realice ambos de nuevo, dedicándolos a las cuadrillas de Reverte y Fuentes, con el resultado de una obra “llamativa a la simple vista”. También firma los de 1895 y 1896, pero en 1897 el encargo de realizar el boceto recaerá en “un meritísimo” y humilde dibujante gijonés, miembro del grupo fundador del Ateneo-Casino Obrero y propietario de un taller de pintura decorativa en el que inició su formación Ventura Álvarez Sala. Su nombre era Dionisio Canal, iniciador junto a su hermano Ruperto, de una saga de pintores decoradores entre los que destacaron Eduardo Canal y José Menéndez Canal, conocido este último como “El pintor de los tranvías”.

Dionisio Canal era además famoso como dibujante proyectista de utopías locales, como el diseño de una avenida de la playa que logró ver iniciada y que fue editado por el industrial vidriero Manuel Basurto como publicidad de su establecimiento. En 1897 se le encargó el boceto, en cuya composición siguió los modelos de García Mencía, con un poutpourri de vistas que incluía la rotonda, paseo y escalinata de los Campos Elíseos, recreación del banquete que se daría a los pobres en este edificio, panorama de iluminación de la playa, el tren a su paso por Pajares, paisajes rurales del concejo y vistas portuarias. Algún desencuentro debió surgir con los Moré para su estampación litográfica, pues ésta fue hecha en los talleres madrileños de los Sucesores de Rivadeneira, lo que dio ocasión a nuevas críticas al Ayuntamiento en la prensa, dada la baja calidad de la reproducción del original:

“[...] está tan sumamente desfigurado el que se encomendó al conocido artista D. Dionisio Canal que

estamos seguros que éste desconoció su obra. Así es en efecto. El dibujo confeccionado no se parece al que hoy figura en los carteles y para que el público pueda juzgar la diferencia que entre uno y otro existe, debe el Sr. Canal exponer el suyo en cualquier escaparate para hacer resaltar la mezquindad de los que han preferido encargar dichos carteles a establecimientos litográficos que se dedican a trabajos que vulgarmente se llaman de batalla, teniendo en Gijón uno de los mejores que existen en España. Lo que se habrán dicho los encargados de este trabajo: cuarto quitu tastu. Pero a nosotros nos gusta saborear lo bueno porque así estamos acostumbrados”.

El desagrado por esta situación debió ser enérgico en los círculos artísticos, pues en septiembre de ese año, una vez pasadas las fiestas, el marinista Martínez Abades se ofrecía al Ayuntamiento de Gijón para realizar gratuitamente el cartel de los festejos de 1898, y en febrero de ese año se especulaba aún con esa posibilidad, aunque carecemos de datos que avalen que el artista llegase a hacer el boceto y éste se litografiase como cartel. Lo que sí sabemos es que el de las corridas de toros lo realizó de nuevo García Mencía con su tradicional estilo, incluyendo un gran escudo de Gijón, una escena de un picador, una vista de la playa de san Lorenzo y otra de la entrada del puerto. Se tiró en los talleres de Moré, no sin que se ejerciese presión sobre el Ayuntamiento para que así fuera. En junio, el empresario de la plaza había presentado varios modelos de carteles para que el alcalde y concejales eligiesen el que fuera más conveniente para anunciar los festejos taurinos. La prensa local no perdería la ocasión para enviar un aviso a la corporación:

“Si el Ayuntamiento ha de contribuir al pago de dichos carteles, creemos que deben encargarse a la litografía artística del Sr. Moré, uno de los establecimientos de esta clase mejor montados de España y el primero en lo esmerado de sus trabajos. Y si aquí no hubiese quien los dibujara, estaría muy bien que se trajesen de

fuera, aún cuando no ofreciesen novedad; pero no siendo así, es censurable que se lleve el dinero a otro lado, pudiendo dejarlo en casa y bien aprovechado”.

A resultas de estas presiones periodísticas, en la sesión del Ayuntamiento de 11 de junio de 1898, el concejal Minervino Menéndez, muy vinculado al sector gráfico, proponía a la corporación que un vez conocido que el empresario taurino Dindurra solicitaba mil pesetas de subvención para la confección de los carteles, proponía que éstos se encargasen a la litografía Moré, que se comprometía a realizarlos por una suma de quinientas pesetas, acordándose autorizar al alcalde para que contratase dicho trabajo en esas condiciones. Ese proteccionismo a la industria litográfica gijonesa que demandaba la prensa como portavoz de diversos sectores sociales, hizo que la firma Moré con García Mencía ejerciesen un práctico monopolio en la región, básicamente en lo que atañe al cartel de fiestas. Así, en Avilés, donde destaca en este época como diseñador de carteles el maestro de obras, tallista y decorador Armando Fernández Cueto, García Mencía firma los carteles de la fiestas de San Agustín de 1892, 1894, 1895, 1896 y 1897, recogiendo elogios, que se amplían al ayuntamiento de esa villa por el acierto de realizar el encargo “de tan delicado asunto a una persona de la competencia del Sr. Mencía”. También realiza en 1899 el de la fiestas del Santísimo Cristo de Candás; pero no faltaban en este género disidencias como las que protagonizaba el Ayuntamiento de Oviedo, muchas veces como fruto de una rivalidad mal entendida que provocaba, por ejemplo, que en 1900 los carteles anunciando las corridas de toros en Oviedo, fueran destrozados a los pocos minutos de ser colocados en los muros de Gijón. Pero eran las litografías gijonesas –la de González Tuero y la de Moré–, las que realizan las cubiertas cromolitográficas de los programas festivos de Oviedo, aunque en otras ocasiones son establecimientos foráneos. Así, el de 1890,



se realiza según dibujo original de Narciso Hernández en la Litografía Pérez, de Valladolid, y en la misma ciudad castellana se estampará el cartel anunciador de los festejos. Interesado en realizarlo, García Mencía había escrito al alcalde de la capital Manuel Díaz Argüelles, en un ambiente propicio que valoraba los hechos en Gijón. Diversos problemas como la tardanza en tomar una decisión, hicieron que se desechase la idea de su ejecución por Mencía y se optase por encargarlos a la Litografía Fournier, de Vitoria, según boceto de uno de los componentes de la comisión de festejos, probablemente el mismo Narciso Hernández.

El siglo gijonés, y por ende, asturiano, se cerrará en 1899 con una exposición en la ciudad con la que se pretende mostrar el grado de industrialización y modernidad alcanzado en décadas precedentes, con su inicio en la inauguración de la línea de ferrocarril Langreo-Gijón en 1852. La complejidad de este proceso industrializador y la condición portuaria de la

ciudad determinarán la personalidad de Gijón como un núcleo dinámico y abierto, en el que todas las manifestaciones artísticas van a tener práctica y reconocimiento. La Exposición Regional, inaugurada el 23 de julio de 1899, va a ser también escaparate de esa actividad. Algunos artistas se incorporarán al comité organizador o se integrarán en las distintas comisiones; una amplia nómina de creadores, no sólo asturianos, participarán con sus obras en la convocatoria, pero serán los pintores gijoneses los que van a tener un mayor protagonismo. Martínez Abades, por ejemplo, presenta varias marinas, pero además toma apuntes del acto inaugural para ilustrar la información del acontecimiento en la revista *Blanco y Negro*, y es el autor del estandarte de la Cámara de Comercio, pintado sobre la seda de la bandera de la matrícula de Gijón, y coronado con los atributos de la Industria y el Comercio. En esta línea, Arturo Truan aporta también una pintura al concurso, diseña el

pabellón de “La Industria” y realiza un reportaje fotográfico que se reproduce en medios nacionales, mientras que Ventura Álvarez Sala presenta cinco de sus trabajos pictóricos y es el autor del diploma del certamen, seleccionado en un concurso convocado en paralelo al de la medalla al que se presentaron dieciséis bocetos.

Esta obra de Álvarez Sala mantenía en su diseño las constantes alegóricas de este tipo de trabajos, siendo reproducido en fototipia:

“Un geniecillo sostiene el escudo de Gijón sobre el que, entre gasas y ropaje se destaca la principal figura: hermosa mujer representando La Fama sostiene en su diestra una corona bajo la que se colocará el nombre del expositor premiado. En la parte superior y de una artística palma pende un medallón con el busto de Jovellanos y una E, comienzo del rótulo “Exposición” que llevará en su parte superior y en los tres lados los atributos del comercio, industria, navegación y bellas artes, entrelazados con varios genios tan artísticamente...”.

Pabellón de Bellas Artes en la Exposición Regional de 1899 con tapiz de Antonio García Mencía, Gijón Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

Para todo lo concerniente a la publicidad de la Exposición, se contaba con una Comisión de Propaganda, que sería la encargada de ejecutar todo lo referente a un amplio campo de proyectos que iban desde la organización de los concursos de diplomas y medallas, el control de los de la publicidad de los distintos pabellones y en los espacios comunes, cuyos cierres en tabla de madera fueron sacados a subasta en concepto de “vallas anunciadoras”, la edición de la Guía Oficial, los sobres y sellos de propaganda, etc. En ella se integró de modo muy activo Julio García Mencía, que diseñó los sellos de propaganda y formó parte del jurado del concurso de diplomas. Tanto él como su hermano Antonio participaron en la muestra del pabellón de las Bellas Artes. Julio con una acuarela (Un niño pescando) y con un óleo (Gaitero), mientras que Antonio aportó dos acuarelas y un óleo, además de ser el autor del gran tapiz pintado, que realizó en cinco días, que decoraba la fachada del pabellón con una alegoría de las Artes simbolizada por la matrona protectora que ofrece una corona de laurel a las figuras representativas de la pintura, la escultura y la arquitectura.

Esta actividad oficial de Julio García Mencía no le impidió participar en el concurso de bocetos convocado por el Ayuntamiento para elegir el cartel anunciador de los festejos de ese año de 1899, cuyo mayor atractivo, en un programa siempre con escasas variaciones, giraba ese año en torno a la Exposición Regional. La agónica hacienda municipal y la tradicional lentitud decisoria postergaron la decisión del encargo del cartel hasta mediados de marzo. En sesión ordinaria del día 18, el Ayuntamiento acordó a propuesta de la Comisión de Festejos un esbozo de programa y la convocatoria de un concurso entre los artistas asturianos para elegir el boceto de los carteles anunciadores de los festejos, aunque al final la convocatoria se restringiría a los pintores “hijos de Gijón o vecinos del pueblo”, en total doce (Ventura Álvarez Sala, Martínez Abades, García Mencía, Lavilla, Nemesio Martínez, Prendes Pando,

Fermín Laviada, Pío Vigil Escalera, Arturo Truan, Ramón Álvarez Sala, Manuel Margolles y Dionisio Muñoz de la Espada), que fueron invitados a concurrir por comunicación personalizada. A fines de abril, concluido el día 25 el plazo de presentación, se habían recibido únicamente cinco bocetos, que fueron expuestos al público en el Salón de Sesiones del Ayuntamiento. Todos seguían de un modo u otro los modelos compositivos tradicionales defendidos por Mencía, con su constante recurso a las figuras alegóricas y su irrenunciable plasmación de un paisaje local o a lo distintivo de la fiesta española a través de los toros.

De los presentados, era el de mayor formato el realizado por García Mencía, que seguía ejecutando los carteles según su característico estilo. En éste representaba a un genio, a cuyos pies descansaban los atributos de las artes, las ciencias, la música, la comedia y el toreo, al que acompañaba un ángel tocando la trompeta de la Fama. Con su mano derecha, el genio descorre un cortinón, que al fondo deja ver el pabellón central de la Exposición Regional, mientras que en la mano izquierda porta un ramo de laurel. En la parte superior, en el espacio destinado a texto, y al centro, se observa un paisaje de la playa de San Lorenzo acompañado de una escena del arrastre del toro en la plaza y una vista de paseo iluminado. Le seguía un boceto al carbón enmarcado con greca de estilo “árabe”, cuya composición gira sobre un estandarte con la leyenda “Exposición Regional de Gijón, 1899” acompañado por dos figuras, una sentada en actitud de leer un libro y otra que se presenta a sus pies. En la parte superior se bosqueja uno de los pabellones en construcción en los Campos Elíseos, y, al fondo, un panorama local enmarcado con cintas entrelazadas con la leyenda “Artes”, “Ciencias”, etc.

Otro de los bocetos se encabezaba por el texto Exposición Regional. Una figura femenina alegórica de cuerpo entero sostiene de pie un mástil cubierto de laurel coronado por el escudo nacional y un gallardete.

La prensa destacaría el cuarto boceto por su acabado dibujo y la belleza de su colorido. Realizado al óleo sobre lienzo, este boceto conservado en una colección particular, sirve de ejemplo de esa formulación del cartel que mantiene en Gijón las constantes de los modelos finiseculares sin apertura a ningún rasgo de modernidad. Sobre una superficie que simula un tapiz con el escudo de España (recurso empleado, como hemos señalado, por Antonio García Mencía para la pieza decorativa del pabellón de las Artes), a la izquierda de la composición se destaca una matrona sentada sobre un capitel corintio que muestra en su mano derecha los atributos del comercio, mientras con la izquierda deja caer una rama de laurel sobre el espacio de la derecha reservado para el texto de la oferta festiva, que se abre con la Exposición Regional. Apoyados en el fuste, se presentan agrupados los escudos de las capitales y villas cantábricas con presencia preferente en la Exposición, comenzando en mayor tamaño y coronado por el de la propia villa de Gijón, y siguiendo en cascada los de Santander, Bilbao, San Sebastián; en otro tramo los de las capitales gallegas comenzando por La Coruña, y, en último término, el de la vecina villa de Avilés, finalizando en menor tamaño con el de León. A modo de trampantojo, en el ángulo inferior izquierdo se presenta la inexcusable contribución al paisajismo local, con un detalle del Campo Valdés con la iglesia de San Pedro, y el cerro de Santa Catalina. Al quinto boceto, obra de Prendes Pando, se le criticará su tamaño, pequeño para los formatos al uso, y una descuidada ejecución, fruto de la rapidez por darle término. Frente a las alegorías clásicas, aparecen ya en él los motivos y las figuras netamente folklóricas de raigambre asturiana que caracterizarán los carteles de festejos gijoneses en la década siguiente. Sobre un fondo de paisaje que combina una panorámica rural con una fábrica, se destaca una figura femenina con el traje regional a cuyos pies se presentan los atributos de la Agricultura; a la derecha, en

“caprichosas letras”, la oferta de festejos programados.

Hasta el 9 de mayo, el jurado, compuesto por Fernando Pallarés, profesor de Dibujo de la Escuela de Artes y Oficios, y los arquitectos Marín Magallón y Medarde, no se reunió y emitió su fallo, dando el primer premio al presentado por García Mencía y un accésit a José Prendes Pando. Mencía veía de nuevo reconocida su primacía como cartelista, aunque desde la prensa se alzaron voces críticas con la decisión del jurado, mostrando el interés que en determinados círculos, si bien reducidos, despertaba el cartelismo. En este sentido, es significativo el divergente punto de vista sostenido por los periódicos locales *El Comercio*, conservador, y *El Noroeste*, republicano. El primero defendería como más oportuno el de Prendes Pando por “la composición inspirada, el correcto y elegante dibujo y la bella entonación del colorido”, mientras que el diario republicano, que había minusvalorado este boceto por su escaso tamaño y descuidada ejecución, incidiría en sus críticas ante la concesión del accésit a esta obra y aplaudía el premio a García Mencía, de quien se resaltaba el dominio de la técnica publicitaria en el cartel de festejos para alcanzar la impresión directa del espectador, y su idónea traslación cromolitográfica por el contrastado dominio de la técnica de que hacía gala el autor:

“Nos parece acertada la elección, por cuanto que en esta clase de anuncios lo que se busca es algo que impresione a primera vista, cosa que consiguió con creces el artista autor del boceto, y en cuanto al dibujo, con seguridad ganará mucho, por el objeto que deben proponerse en esta clase de carteles, dándole algunos toques llamativos en algunos puntos, entre los que recordamos el letrero “Exposición Regional”, que nos parece de colorido demasiado pálido, y dando alguna mayor extensión a algunos pasajes, como la vista de la playa, con la que no padecería nada el resto del dibujo. Si acertado nos parece el premio, no creemos lo mismo del accesit concedido al número cinco, o sea, el último que nosotros describimos, por



Anónimo
Boceto de cartel para la Exposición Regional de 1899, Gijón
Óleo sobre lienzo, 90 x 47,5 cm
Col. particular

cuanto creemos de más mérito artístico el que señalamos el cuarto, no solamente en cuanto a dibujo y colorido, sino también en cuanto a la idea, por resultar enteramente nueva en esta clase de anuncios y a los demás detalles que todo el mundo puede apreciar; y como decíamos, si el que se le concedió el accesit estuviera cuidado y no hecho tan ligeramente, tal vez pudiera competir con el que nosotros creemos superior en mérito, pero en las condiciones no creemos que pueda sobreponérsele”.

Remitía después el periódico a los comentarios de quienes habían contemplado todos los bocetos, y pedía disculpas al jurado por hacer pública su opinión:

“Dispénsenos el Jurado que así lo apreciemos, pero esta nuestra opinión es la misma que se oye a todos los que vieron los bocetos, y es nuestra humilde opinión que, así como creemos que el premio fue acertado, no tuvieron el mismo acierto al conceder el accesit”.

En estas tomas de posición de ambos periódicos ante el cartel de los festejos y sus autores había cierto “amiguismo” y tendenciosidad. José Prendes Pando era hijo del alcalde de la ciudad, representante de un conservadurismo que era criticado con dureza por el órgano del republicanismo local, facción de la que era conspicuo militante García Mencía. Y en esta línea cabe entender las apreciaciones de *El Comercio* cuando señala que

“Dejando a salvo, como es natural, la intención del Tribunal (pues no queremos ni debemos suponer que se haya inspirado en otros móviles que en los de la más estricta justicia), entendemos, sin embargo, que ha incurrido en una lamentable equivocación, que no hace, por esta vez, al menos, grande honor a su competencia. Pudiera pensarse, aunque es también cosa, a nuestro juicio, muy discutible, por la preferencia otorgada al trabajo del Sr. Mencía, porque tal vez pudiera encontrarse alguna razón, aunque de orden accidental y extrínseco, que abonase aquel criterio; pero lo que no admite disculpa, es la notoria falta de acierto que ha presidio a la concesión del accesit”.

Defendía el periódico, alegando también la sabiduría de la opinión pública, la calidad de la obra de Prendes Pando y justificaba el error del jurado por ser sus miembros mayoritariamente ajenos al conocimiento de la creación pictórica: “Después de todo, el error apuntado pudo muy bien haber tenido su origen en otro no menos sensible, o sea, en el de la designación de un Jurado compuesto en su mayoría de Arquitectos, para juzgar un trabajo que entra de lleno dentro de la esfera del arte Pictórico”, y alertaba, tras esta experiencia, de los peligros futuros en estas convocatorias de concursos, pues si el jurado no era el idóneo, podía provocar el retraimiento de los artistas a presentarse:

“Sentimos lo ocurrido por cuanto pudiera implicar para en adelante el justificado retraimiento de aventajados artistas, que han de rehuir el someter sus obras a examen y calificación de un Jurado que no les ofrezca todas las suficientes garantías de aptitud y competencia que se requieren para el más acertado desempeño de una comisión de esta índole”.

Con toda seguridad fue ese vínculo familiar y las críticas vertidas las que hicieron que en la sesión del Ayuntamiento de 26 de junio de 1899 se diese lectura a una comunicación de José Prendes Pando, en la que solicita que la cantidad que le corresponde como premio por el accesit se destine a los gastos que origine la Exposición. José Prendes-Pando y Díaz-Laviada (Gijón, 1866-1960) fue de los jóvenes activistas que hicieron bandera del arte y de la ilustración en el Gijón de las últimas décadas del siglo XIX, dándose a conocer en las revistas generacionales como un dibujante de marcada personalidad, como prueba ya el programa de una velada del Sport Club Apagadorista, diseñado a modo de cartel en 1890, o este boceto de 1899 que, politiquerías al margen, está claro que representaba un modelo nuevo y rupturista opuesto a la tradición impuesta por García Mencía.

Las críticas al alcalde y al ayuntamiento con ocasión de los carteles de festejos no cesarían,

pues la delicada situación financiera municipal afectaría también a la edición. A fines de mayo, el alcalde se dirigía a la litografía de los Moré solicitando información sobre si la empresa podría comprometerse a confeccionar los carteles según el boceto de García Mencía, y *El Noroeste* adelantaba la contestación negativa el 9 de junio, en una gacetilla en la que escuetamente se señalaba: “No hablemos de los carteles, porque éstos, ya es sabido que no quiere hacerlos la casa “Moré Hermanos” si no le pagan lo que le deben. En lo cual hace muy bien”. En días sucesivos el periódico no dejará de denunciar la irresponsable actitud del ayuntamiento ante la propaganda de unos festejos que en éste como ningún otro año estaban más necesitados de publicidad ante una oferta como la de la exposición, y que esa frivolidad se trasladase además a la gestión de los recursos económicos, de tal modo que las deudas acumuladas impidiesen encontrar casa litográfica dispuesta en esas condiciones a afrontar la edición de los carteles y de los programas. Por ello, el periódico definía al ayuntamiento como “El mayor enemigo del pueblo”. A mediados de junio la situación no tenía visos de resolución, pues los Moré se negaban en rotundo a realizar el trabajo si antes no se les abonaba la cantidad que el Ayuntamiento les adeudaba, quedando la institución en ridículo después de convocar un concurso de carteles para al fin no poder editarlos. Aún el 25 de junio los carteles no estaban en la calle, con una tardanza de difícil justificación, pues para el 15 de julio estaba señalada la inauguración de la Exposición Regional, que después se pospondría al día 23. Al margen de este cartel, es seguro que la organización de la Exposición dispuso la confección de un cartel anunciador del acontecimiento, pero no hemos hallado datos referentes a su encargo y confección, mientras que el anunciador de las corridas de toros no tuvo en Mencía a su autor, y el utilizado sería despreciado por ser “uno de esos modelos que tienen archivados las litografías de Madrid”.

5

El cartelismo en las dos primeras décadas del siglo XX

La primacía mantenida durante cerca de dos décadas por Julio García Mencía en el cartelismo gijonés, y por ende, en el asturiano, empezaría a ceder con el nuevo siglo. Su concepción del cartel festivo deudor de los modelos europeos, particularmente franceses, que él había asimilado e introducido en Asturias, ya no respondía a las premisas conceptuales entonces vigentes que se abrían paso en la formulación de la publicidad y en los lenguajes del cartel. Su querencia por un cosmopolitismo franco, por diseños que realizaran una visión calidoscópica de la fiesta, combinando y realzando la belleza del marco físico de la ciudad con sus perspectivas de playa y puerto, calles y paseos, con las más relevantes ofertas del programa de festejos, se había agotado ante el empuje de un costumbrismo de raíz naturalista que frecuentaban los jóvenes pintores locales y que habría de influir en la nuevas temáticas del cartel, dando protagonismo a las figuras representativas de una identidad popular y folklórica netamente asturiana, que encabezaban el gaitero y la aldeana.

Si bien estos prototipos ya habían sido fijados por el propio Mencía en algunos de sus diseños para la publicidad comercial e industrial, ahora se transformarían en iconos inexcusables de cualquier reclamo festivo, como reflejo de una recuperación de los emblemas que identificaban la especificidad de Asturias y lo asturiano desde una reivindicación de lo regional y lo local. Con ese precedente de Prendes Pando para el cartel de 1899 y en otros comerciales, será a partir de las convocatorias de los primeros años del siglo XX, y particularmente en el concurso de 1906, cuando se haga efectiva esa opción innovadora que deberá además tener “un verdadero mérito artístico”. Ese naturalismo, volcado en las

esencias del paisaje y los tipos humanos del país, conviviría con un modernismo cosmopolita, que con sus movimientos y evanescencias transportaba al espectador a otros mundos en los que la belleza no conocía patrias ni fronteras.

Pero además, el reconocimiento del cartel como creación artística y su normalización como medio alternativo de expresión para toda clase de artistas, señala la incorporación de muchos de ellos, incluso de los más prestigiosos, a unas tareas para las que no son obstáculo, sino todo lo contrario, la formación académica y los reconocimientos alcanzados en las Exposiciones Nacionales. Bien es cierto que esa incursión en campos con una consideración hasta entonces secundaria, había comenzado por las tareas de ilustración de obras literarias y de publicaciones periódicas, sobre todo revistas como *Blanco y Negro*, que fortalecían el prestigio de artistas como Martínez Abades o Álvarez Sala.

Y a estos precedentes en las labores de ilustración se habían sumado la participación en algunos concursos de carteles, como el señalado encargo a Dionisio Canal y el ofrecimiento del mismo Martínez Abades para realizar el de 1898. Pero es ahora cuando la figura de Mencía se difumina y pierde por su traslado a Madrid, y el espacio que él deja vacío es ocupado por una generación de artistas, algunos de ellos formados bajo su tutela, que muestran una vocación transformadora que impregnará con rupturas formales el nuevo lenguaje del cartelismo asturiano. La vía predilecta de todos ellos para darse a conocer va a ser la ya abierta y trillada del cartel de festejos.

Los de 1900 y 1901 aún lo hará Mencía en un estilo que no se contempla “lujoso”, pero sí “del mejor gusto”. El de 1900 será de nuevo objeto de críticas por la tardanza –aparece justo un mes antes del inicio de los festejos–, y por el contrasentido de tener un buen cartel cuando la oferta festiva es pobre:

“Cuando tenemos fiestas pasables, o no hay cartel, o éste es muy malo. Pues bien, ahora tenía que ocurrir

lo contrario. Las fiestas son indignas de Candás; pero el cartel es de lo más bonito.

Está visto que estamos condenados a no hacer las cosas derechas. De los festejos podemos asegurar lo que Gedeón dice de muchos libros: Que el papel vale más”.

El Comercio se referirá también a su tardía aparición, describiéndolo en términos gráficos:

“El imprescindible Pelayo vuelve a aparecer con faz cobriza, más que arengando a aquélla pléyade de héroes, representando el inmortal roncalés emitiendo una de las inspiradas notas de Favorita. Música, mucha música en el cartel anunciador de festejos ¡Qué afán por divulgarlo! Separando las corridas de toros de los demás festejos... van unas cañas de arbustos poblados de hojas con singular desorden dispuestas. Entre el follaje aparece miscelánico grupo de niños ciegos, cupidos, que dirán los parnasianistas. Aquí es donde demuestra la galana inspiración el maestro; parece que todo su interés lo puso en bocetar la heterogénea orquesta, figuras salientes de la obra del reputado maestro. Después, la playa coronada por el monte Cerbigón”.

Y a Mencía se va a deber también el cartel de los festejos de 1901, que junto a la inevitable vista de la playa de San Lorenzo y la no menos ineludible suerte de toreo, hará referencia a dos novedades urbanas de ese año: el nuevo kiosco de la música en el paseo de Alfonso XII y el edificio del asilo infantil de la Fundación Pola, acompañado de una alegoría de la Caridad a través de una matrona protegiendo a dos niños. Será éste el último que ejecute en su pródiga etapa de relación laboral y societaria con la Litografía Moré, que dará paso a su participación en 1901 en la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, de la que será nombrado gerente junto a Alberto Paquet. Las nuevas responsabilidades gerenciales apartaron a Mencía de la creación, permitiendo de este modo incorporarse a la nómina de cartelistas a una nueva generación que había dado sus pasos bajo su tutela. El primero que había logrado ya

cierta proyección fue el ya citado José Prendes-Pando, en cuya obra cartelística se percibe un alejamiento de los modelos propuestos por Mencía y una apuesta por nuevos lenguajes en los que se conjuga la caricatura con modernos tipos y composiciones muy en la línea de la publicidad conocida a través de diarios y revistas y, también, de los repertorios de modelos empleados en las litografías. Buen ejemplo de esos modelos y de la querencia por acomodarlos a la publicidad gijonesa son los insertados en la revista *Gijón-Begoña*, que aunque sin firma son claramente de su mano. Prendes-Pando, que siguió estudios de Leyes, se integró en el Círculo de Bellas Artes, y participó activamente en la fundación de las revistas *La Golondrina* y *La Comedia Gijonesa*, a las que aportó gran número de caricaturas e ilustraciones.

El éxito alcanzado por su accesit en el concurso de 1899, menguado por la polémica desatada con la concesión de los premios, no dio continuidad a su faceta de cartelista, de la que no tenemos más noticias.

A Evaristo Valle (Gijón, 1873-1951), sí se le puede considerar discípulo de García Mencía, puesto que guió sus primeros pasos, le animó a trasladarse a París y lo incorporó al equipo de dibujantes-bocetistas de la Litografía Moré y de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas. Personalidad capital del desarrollo de la pintura asturiana, Valle fue, como buen autodidacta, víctima en sus inicios de dudas e indefiniciones que condicionaron su primer desarrollo entre la caricatura, el dibujo y el trabajo en la industria litográfica, antes de desembocar en la pintura. Como bocetista de Artes Gráficas siguió fielmente la estética modernista en una vertiente de su producción, pero supo impregnar otros trabajos de una expresión propia que se salía de los cauces estéticos impuestos por el mercado.

En 1902, Valle apenas permanece dos meses en la plantilla de Artes Gráficas, y en carta de 5 de junio de este año confiesa al también pintor Nicanor Piñole ese abandono laboral, y que se

pasa todo el día en el estudio realizando bocetos para cartel y otros encargos: “sólo me dedico a hacer bocetos para carteles o lo que caiga”. Alguno de esos bocetos fue el que presentó al concurso convocado en San Sebastián para anunciar la nueva plaza de toros, en el que no tendría ningún éxito, aunque esperaba al menos cierto reconocimiento: “me tiré una pequeña plancha pues ni una mirada obtuvieron”. Otro de ellos era el boceto para el cartel de los festejos gijoneses de ese año. No sabemos si le fue solicitado directamente por el Ayuntamiento o era encargo de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, empresa a la que se le había adjudicado el trabajo de litografiarlos. En este cartel Valle estructura la composición en dos espacios similares divididos por un impactante tratamiento del nombre de la ciudad, que se destaca en intenso rojo acompañando al escudo sobre el fondo blanco de unas partituras al vuelo con intenso movimiento. En el espacio superior, a la izquierda, un director de orquesta en actitud enérgica destaca sobre un fondo de notas musicales que salen de un conjunto de trompetas. Con este motivo hacía referencia al certamen de bandas, la propuesta más destacada del programa de festejos. El espacio inferior mantiene esa concesión tradicional al paisajismo local con una vista portuaria al atardecer, con los tonos propios del crepúsculo.

Una gacetilla de *El Comercio* destacaba el gran formato del cartel, y hacía elogios al autor, no sin poner algunos reparos:

“Son de buen gusto en cuanto al dibujo; es un lástima que el colorido sea algo fúnebre y demasiado nocturno. Los mismos asuntos que el artista ha elegido, inundados por las espléndidas luces de un día de toros, hubieran hecho resaltar más la nota típica de esos días alegres. Por lo demás, el dibujo es acabadísimo y revela la hábil mano de un artista notable, el joven gijonés Evaristo Valle”.

Como veremos, este encargo animaría al artista a participar en el concurso de 1906.

Para 1903, el Ayuntamiento idea desembarazarse del cartel de festejos, por una u otra razón siempre conflictivo. Se propone subvencionar con seis mil pesetas al empresario de la plaza, obligándose éste a dar tres corridas y a confeccionar el cartel de toros y el de los festejos, entregando al Ayuntamiento trescientos ejemplares de ambos. Imponía también la condición de que el cartel “será formado con alegorías a gusto de la Comisión de Festejos”. Será esta comisión, de la que forma parte Mencía, la que no habiendo logrado llegar a un acuerdo con el empresario, decida a fines de mayo editar el cartel de festejos, si bien ateniéndose a “un cartel modestito, presupuestado en unas 1.000 pesetas y tirado a varias tintas y relieves dorados”.

Un año después, en 1904, el programa de festejos será objeto de una programación absolutamente renovadora. Si en 1899 la Exposición Regional había contrastado la efervescencia local con la actividad regional y de toda la cornisa cantábrica, ahora se imponía una reflexión sobre el estado de la producción estrictamente local. Esta mirada sobre lo propio estaba planteada por el Círculo de la Unión Mercantil, que sustituyó al Ayuntamiento en gran medida como entidad organizadora de las fiestas. La programación, además de las clásicas romerías, verbenas, iluminaciones y corridas de toros, tenía su plato fuerte en actos novedosos estrechamente vinculados a la realidad económica y sociocultural de la ciudad. El de mayor interés es sin duda el Certamen del Trabajo, una exposición demostrativa del grado de avance tecnológico y artístico de la industria y el artesanado, en el que participaron obreros y técnicos de todos los sectores, entre ellos el de las artes gráficas. Como complemento a esta muestra se realizó la Cabalgata Mercantil e Industrial, en la que participó la Compañía Asturiana de Artes Gráficas con una carroza alegórica, y la convocatoria de un interesante Certamen Científico Literario. Otros actos inéditos del calendario festivo fueron el Festival Escolar, el Coso Blanco, el Certamen de Bailes y

Cantos Regionales, el Batallón Infantil, el Concurso de Muñecas, y una nueva modalidad de regatas y Concurso de Ganados. Pese a tan abultada oferta festiva, nada sabemos del cartel, concentrándose los esfuerzos en la edición de un lujoso porfolio de cuarenta y ocho páginas que incluía la colaboración literaria de prestigiosas firmas.

Esta convocatoria fue un éxito, convirtiéndose en un referente para los festejos futuros, que no llegaron a despertar similar interés y proyección. El Certamen del Trabajo y la apuesta por un amplio programa festivo suponen un hito en las tradicionales celebraciones veraniegas en torno a la festividad de la Virgen de Begoña el 15 de agosto, y basta conocer lo sucedido en el año precedente y en el postrero para comprobar esta singularidad que tiene en el cartel nuestro argumento.

En 1905, la situación de las arcas municipales no iba a permitir plantear unos festejos plenos de actos atractivos, pero esta dificultad financiera no justificaba ante las organizaciones civiles y la ciudadanía la inacción que mostraba el Ayuntamiento, que aún en mayo no tenía ni siquiera un bosquejo de programa. Por ello, el Círculo de la Unión Mercantil, Industrial y de la Propiedad hizo pública su protesta, denunciando la exigua cantidad de 30.000 pesetas consignada en los presupuestos para las fiestas, que suponía un grave perjuicio para la industria y el comercio local, ahuyentando a los potenciales veraneantes, que eran una de las fuentes de ingresos más importantes del propio comercio y en último término del Ayuntamiento. El grave déficit y la “anormal” situación administrativa no justificaba para el Círculo esta desatención, ejemplarizando en los festejos del año anterior el esfuerzo organizativo desplegado por algunas entidades locales como el propio Círculo.

El argumento de los veraneantes y viajeros estacionales sería recurrente en todos estos años, como llamada de atención al trato marginal que daba el Ayuntamiento a todo lo que redundase en igualar a Gijón con el resto de

las ciudades y centros balnearios cantábricos, como Santander, Bilbao o San Sebastián. La comparación sería siempre empleada por los detractores de la política municipal, de tal modo que el concejal Arizaga estudiaría los presupuestos de estas tres ciudades para responder a los críticos que, de las cuatro ciudades, era Gijón la que más gastaba en sus festejos. Pero esto no convencía a nadie, y menos a Adeflor, recién licenciado en Derecho, que en junio realiza un viaje por el País Vasco y Navarra, y que en sus crónicas no deja de reflejar críticamente las enormes diferencias que existen en el aprovechamiento del potencial turístico entre las capitales vascas y Gijón. Pero nada lograría hacer variar una trayectoria estéril, que desembocaría en unos festejos pobres y sin apenas atractivo. En este contexto, el cartel de los festejos era totalmente secundario, de tal modo que no existe ninguna referencia a él en las sesiones municipales ni tampoco en las informaciones y debates en la prensa. Cuestión por otro lado explicable si tenemos en cuanta que aún en los primeros días de julio ni tan siquiera se habían editado los programas de mano. Pero esta actitud, ese desprecio hacia el cartel como vehículo básico de publicidad de las fiestas, contrasta, por ejemplo, con la intención de la comisión mixta de concejales e industriales de Villaviciosa de anunciar las fiestas del Portal “en artísticos carteles y programas”, mientras el alcalde de Gijón recibía desde Manresa la convocatoria de un concurso exposición de carteles y “anuncios artísticos” a celebrar durante sus fiestas mayores, y el prestigioso litógrafo valenciano Enrique Mirabet, después de una estancia de tres días en Gijón, se trasladaba a Sama y La Felguera, en un recorrido por toda la región “demostrando su agradecimiento a los asturianos por la constancia en solicitar trabajos de su casa”.

Esta constante presencia de las empresas litográficas valencianas en Asturias, y en particular en Gijón, venía avalada sobre todo por los carteles taurinos, y de hecho en estos

festejos de 1905 únicamente contarían con ese cartel de calidad o “de lujo”, definiéndose al de las corridas de este año de “verdadero valor artístico y hecho con mucho gusto al cromo”. El motivo gráfico central representaba en un círculo enmarcado con hojas de hiedra una escena taurina —“un circo taurino”—, que servía de fondo para destacar la figura de una “hermosa valenciana, vestida con el clásico traje del país que lucen en días de toros las bellas mujeres, hijas de la ciudad del Júcar”, que, sentada, apoya su mano izquierda en la cadera, mientras que con la derecha saluda con el clásico pañuelo taurino. Habría que retrotraerse a las específicas producciones de García Mencía para los cosos asturianos para hallar una expresión propia, alejada de los reiterados esquemas temáticos y compositivos de un género de tanta difusión y éxito nacional y regional, del que se hacía eco el periódico local *El Noroeste* al reproducir como colaboración un texto de A. Morais en el que destacaba las razones de la fiebre coleccionista de los carteles taurinos, su origen y evolución, para detenerse en su momento de mayor esplendor a fines del siglo XIX, en esa etapa en la que desde Gijón García Mencía hacía su estimable contribución al género: “Pero cuando el cartel comenzó a adquirir verdadero valor artístico, fue a mediados del último tercio del pasado siglo, cuando la litografía hubo realizado el sueño de reproducir fielmente la obra del artista y aparecieron algunos de estos que dedican su talento y sus pinceles a ilustrar sus incidentes de la bulliciosa fiesta española. Entonces el cartel se convirtió en obra de arte, y ascendiendo del modesto rango que ocupaba pasó a ser para todos simpático y atractivo”, citando como los renovadores del género a Daniel Perea, Marcelino de Unceta, Checa, Esteban, Mariano y José Benlliure, Bermejo, Persat y Vila Prades”.

El desánimo y la sensación de fracaso en abordar la organización de unos festejos veraniegos que colocasen a Gijón al menos en una situación de cierta igualdad con respecto a

Santander y San Sebastián como centro balneario de referencia, y la constatación de una falta de reacción a la inactividad que se venía arrastrando desde años anteriores, van a hacer crisis en 1906.

La nutrida Junta Municipal de Festejos había presupuestado para el gasto en la propaganda de las fiestas de este año un total de siete mil quinientas pesetas divididas en diversas partidas. Se decidió la convocatoria de un concurso para el cartel anunciador, y se consignan mil pesetas para los premios y dos mil quinientas para la edición del cartel ganador. La Comisión de Propaganda de la Junta, consciente de la necesidad de ampliar la publicidad de las fiestas veraniegas, se proponía dar primacía a los carteles, programas y a la inserción de artículos en prensa en detrimento de las tarjetas postales anunciadoras, menús para restaurantes, sobres, etc.

Con respecto al cartel, la Comisión anticipaba, de acuerdo a los antecedentes constatados en años anteriores, que “si no ha de encerrar verdadero mérito artístico” era preferible renunciar a su edición. Para salvaguardar esa calidad artística, se proponía la convocatoria de un concurso nacional convenientemente anunciado, exponiéndose los bocetos originales en Madrid y celebrando en la capital la ceremonia de entrega de premios para darle una mayor repercusión, a la vez que la cuantía de ese premio debía ser una cantidad en metálico suficientemente importante para que el concurso resultase atractivo para los artistas más renombrados del momento. Para esta estrategia se pensaba en la colaboración de algún prestigioso pintor local con reconocimiento en Madrid. El desarrollo de los trabajos encaminados a la organización del concurso de carteles parece que se había encomendado a Ventura Álvarez Sala (Gijón, 1869-1919), a quien se había ofrecido por ello formar parte de la Junta, pero el artista declinó el ofrecimiento por tener que ausentarse durante un tiempo de Gijón para instalarse en Madrid. En vista de la carencia de este apoyo

para el concurso y ante la premura de tiempo, la Comisión decidió convocar el concurso en Gijón, si bien dándole un carácter nacional, por lo que se hacía un llamamiento a la participación de todos los artistas españoles. Recuperaba de este modo la formula del concurso, empleada únicamente con anterioridad en un año tan especial como 1899. Adeflor haría de esta convocatoria y del mismo cartel una cosa tan propia, moviendo sus hilos entre bambalinas, que no cejaría desde sus crónicas de criticar las erráticas ideas de la comisión de festejos con el fin de intentar encauzarlas a sus planteamientos, dirigidos a logar el encargo para su admirado Álvarez Sala, que al fin saldrían triunfantes, no sin sobresaltos:

“Quién fue el tozudo que se empeñó en sacar a concurso el cartel de los festejos, y por tontera encargarle a un artista que pudiera tomar parte en el concurso la formación del Jurado? ¿Se ha ido de los caletres lo que lógicamente creíamos que había dentro? ¿A qué concurso? ¿No había seguridad de encontrar en casa quien nos hiciera el cartel? ¿Se trata de perder tiempo y darse pisto y alternar en la corte? Para 80.000 pesetas de presupuesto, ¿vamos a lanzar a los cuatro vientos el sonido de la corneta de llamada, solicitando la concurrencia de todos los artistas españoles? Se necesita estar lelo para incurrir en semejante ridículo. ¡Qué poco me alegraría el hecho de que este Jurado premiara a uno de esos cartelistas que tienen en casa colecciones de programas para todos los gustos y para todos los gastos, y que, ¡al fin! después de tantas idas y venidas nos encontráramos con un cartel sin ambiente local, quizás muy bonito, muy mono, pero acaso tan bueno como nos lo pudiera haber ofrecido una casa litográfica de esas de Levante que se dedican a semejantes trabajos!...

Argumento de la Comisión: con ese concurso se dará mayor publicidad a los festejos. ¿Por qué? Porque formando en el jurado los directores de los rotativos madrileños, éstos insertarán los bocetos. ¡Caramba, hombre, caramba!... ¿Es que el concurso va a brindarnos un programa puramente gijonés, de

carácter local, que es lo que hace falta para atraer al forastero?... Ese jurado premiará la obra más artística, con la que quizás lo mismo se podrán anunciar los chorizos de Candelario, y conste que no trato de molestar a los chorizos”.

El 23 de abril, la Comisión daba a conocer, por fin, las bases del concurso, en las que se establecía la libertad del artista en cuanto al “estilo, carácter y procedimiento del cartel”, debiendo sujetarse únicamente al formato (2´15 x 1 m.) y a la “proposición general” de que el cartel debía reflejar no sólo la imagen de la villa, sino incluir también las más atractivas ofertas del programa festivo como el Certamen Internacional de Bandas y Orfeones, la Cabalgata Industrial, el Certamen del Trabajo, Tiro de Pichón, iluminaciones, regatas, jiras, corridas de toros y el Certamen Regional de Canto y Baile. El plazo de presentación de los originales concluía el 20 de mayo, siendo expuestos al público y dándose a conocer el fallo del jurado tres días después de la finalización del plazo. Se concedía un único premio de 600 pesetas, pasando el boceto original a propiedad exclusiva del Ayuntamiento. Los bocetos se expusieron en la galería alta del Instituto de Jovellanos desde el día 21 de mayo. La convocatoria fue calificada de verdadero éxito al presentarse diez bocetos, que en conjunto reunían una alta calidad (1. Iris de paz; 2. María Rosario; 3. 1906; 4. Plotín; 5. Nafersuldiz; 6. Gijia; 7. Pongamos alto el nombre de Gijón; 8. Aires de mi tierra; 9. La Ola; 10. Schietto), teniendo en cuenta la premura con la que fue anunciado y, sobre todo, por la exigua cantidad destinada al premio. La prensa resaltaría que en casi todos ellos se daba la nota regional y en muchos la local, y que el público que asistiese a la exposición se convencería ante la contemplación de la obras “que no es este como otros concursos a donde suelen acudir mamarrachos pintados por aficionados, sino verdadero conjunto de pinturas en las que los concursantes han sabido, cual más cual menos, dar una nota de arte”.

Esa nota regional se visualizaba en una temática que incidía como motivo central en los prototipos del asturianismo a través del gaitero y la aldeana, elementos de una definición sustantiva de la identidad de Asturias que ya habían tenido una destacable presencia en la publicidad desde fines del siglo XIX, pero que ahora se habían convertido en elementos inexcusables de la iconografía festiva, tal como se observa en los bocetos presentados. Al margen de los que serían premiados, Evaristo Valle, uno de cuyos bocetos se conserva, había presentado éste bajo el lema “Plotín” y optaba por concentrarse en una figura simbólica como el gaitero (cat. n.º 23). La crítica observaba esta figura como un modelo retardatario y vinculaba la obra al boceto premiado bajo el lema “María Rosario”, por su estrecha relación con los motivos publicitarios de casas de sidra champanada (El Gaitero, en el caso de Valle, y la de Vereterra y Cangas, para “María Rosario”). Además compartían similar postura, sentados ambos de modo distendido sobre soportes pétreos con relieves, destacándose su silueta en primer plano sobre un fondo de paisaje marino o de ambiente festivo en el caso de “María Rosario”. La prensa describió el de Valle como

“Un aldeano antiguo que con la consiguiente gaita se sienta en una peña cercana al mar con el vaso de sidra en una mano. Sobre “la líquida superficie”, henchida la vela, se desliza una lancha. Tiene el mismo inconveniente de “María Rosario”. Recuerda demasiado otra marca de sidra asturiana”.

Más irónica se mostraba al describir la obra presentada bajo el lema “Nafersuldiz”:

“Una fulana que no se distingue ciertamente como tipo gijonés, ni siquiera asturiano, se dispone a levantar del suelo una ferrada de las que ya solo se ven en las aldeas. Al fondo se divisa el edificio de la Aduana y la rampa de la sardina”.

El presentado como “Gijia” se consideró el de menos calidad artística, al ver en él la “indocta

mano de un principiante”, describiéndolo con burla:

“Un sol que no es de justicia, ni mucho menos, aparece (no sabemos si sale o si se pone) sobre el mar, dejando en aquellas ondas que semejan escaleras, una vía láctea que se nos antoja carretera de segundo orden. Sobre una escalinata que no existe más que en la imaginación del pintor contemplan la playa parejas de “ambos sexos”. Es también de admirar en este boceto la sombra de las casetas”.

En el del lema “Pongamos alto el nombre de Gijón” se incidía en el empleo de la asturiana:

“Otra aldeana con el vestido típico, y como la de “María del Rosario”, bella, de pié sobre una tayuela, alzándose sobre la punta de los pies, señala, de acuerdo con la inscripción del lema, el nombre de Gijón. Adornan el cartel alegorías de las iluminaciones, de los toros, etc. Y en la parte inferior se admira una preciosa vista de la playa, admirablemente reproducida. Es lo mejor del cartel, como es lo peor la tayuela que parece se sostiene en dos pies”.

Otro de ambiente regional es el presentado bajo el lema “Aires de mi tierra”:

“Un gaitero y un tamborilero, de la época moderna, como que se esconden entre montones de rabioso verde, tal vez avergonzados de verse tan solos y tan desairados. Sobre todo, el niño trata a toda costa de ocultar el instrumento que más que tambor es una caja de redoblante. Arriba, corren así como unos muñecos, decapitados, y para que nada falte hay escudo con el facsímil (vamos a decir) del vencedor de Covadonga: ¡Pobre Pelayo!”.

En “La Ola” se observa el influjo del marinismo de Martínez Abades en su expresión más virtuosa:

“Una ola gigantesca rompe sobre el acantilado de la costa, en un punto que bien pudiera ser el despeñaderu de Santa Catalina... o bien cualquier otro por el estilo. Una verdadera nube de espuma se alza

hirviente... Indudablemente es mucha nube. El motivo recuerda otros cuadros, tal vez otro cromó; pero no hay que negar que es muy artístico y que está admirablemente hecho. Es un cuadro...pero no es un cartel anunciador”.

El jurado nombrado para dictaminar el cartel de los festejos, formado por Fermín Laviada, José Ruiz Gómez y Luis Suárez Infiesta, se reunió el día 22 eligiendo por unanimidad el presentado bajo el lema “Schietto”, cuyo autor era Ventura Álvarez Sala, siendo premiado con las 600 pesetas. Pero el jurado, que rechazó la inclusión de “Iris de paz” por no guardar las medidas exigidas, hizo constar por unanimidad que dos de los bocetos presentados, dada su calidad, eran acreedores de sendos accesits en condición de “premios especiales”, con una cantidad de 150 pesetas. Estos dos trabajos eran los presentados bajo los lemas “María Rosario” y “1906”, sobre cuyos autores se conservó el anonimato hasta que no diesen su aprobación expresa los creadores para que se hiciesen públicos.

“María Rosario”, que fue reproducido en la portada del porfolio, fue descrito de este modo:

“En lo más alto una hermosa aldeana, graciosamente sentada, irreprochablemente vestida con el traje típico de Asturias, sonríe al público, mientras extiende con la mano siniestra levantada en alto, una guirnalda de flores. Se ven a lo lejos, bajo hileras de faroles, grupos de bailadoras. Un bajorrelieve ostenta una cabeza de un toro, no tan propio como los de Unceta, y medallones con angelotes, tal vez excesivamente desarrollados. Grupos de flores caídas salpican las inscripciones con los números del programa. El tono general es alegre, propio del carácter anunciador que debe tener un cartel. La aldeana está admirablemente de naturalidad, de colocación y de picardía. ¡Lástima que recuerde tanto, hasta por la postura, la etiqueta de cierta acreditada marca de sidra asturiana!”.

La modernidad formal y el vivo cromatismo se destacaban a propósito del otro boceto con el lema “1906” premiado con accesit, atribuible a

Valle, que así había presentado dos bocetos. Esa modernidad se hallaba en esa estética avanzada, en las tonalidades sorollescas y, sobre todo, en ese gusto por una mirada cálida y cercana, burlona y casi caricaturesca hacia otros gijoneses contemporáneos, tan definitoria ya entonces de su personalidad artística. La descripción no deja, creemos, lugar a dudas sobre su autoría:


 Boceto para cartel con el lema *María Rosario* que se reprodujo en el programa de festejos de Gijón de 1906

Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

“Asunto puramente local. Un conocido vendedor de billetes de lotería, que por más señas es cojo y manco y toca el zanganillo (conste que no dijimos que le llaman Patona) ofrece unos carteles anunciadores a tres señoritas, en las que alguien quiere ver también personas conocidas. Entre las figuras aparece, al fondo, un trozo de playa. Llama la atención este boceto por la libertad de su factura y lo atrevido del colorido, que recuerda la paleta del gran Sorolla. Su

autor, cuyo nombre se adivina, ha querido sin duda demostrar, en un alarde de humorismo, que el modernismo no nos asusta”.

Con respecto al ganador, presentado por Ventura Álvarez-Sala bajo el lema “Schietto”, se adelantaba que

“En él se fijan instintivamente las miradas de cuantos visitan la exposición: es indudablemente el que sobresale. Representa un marino que extiende la bandera de la matrícula de Gijón, donde aparece escrito el anuncio de los festejos, mientras una aldeana de estos alrededores haciendo de la mano portavoz llama la atención hacia el anuncio. Sobre ellos se ve a lo lejos la incomparable playa de San Lorenzo, contemplada al caer de la tarde, en que el agua se torna de un azul profundo, desde lo alto de Somió. No hay colores chillones, pero no por eso deja de ser interesante y llamativo el cuadro. Las figuras, a la poética luz de atardecer, tienen tal relieve que parecen destacarse y vivir. Son dos tipos arrancados de la realidad. Ignoramos, como es natural, quien sea el autor, pero hay que reconocer desde luego que es un maestro”.

El fallo del concurso fue saludado por el público que esperaba en la galería alta del Instituto “con visibles muestras de aprobación”, y como un feliz y brillante prólogo de las fiestas. “Adeflor” (Alfredo García, Gijón, 1876-1959), siempre atento al pulso de su ciudad y a cualquier manifestación de la cultura popular, en la que incluía los diversos modos de reclamos publicitarios como esos rótulos que manifestaban aún la fuerza de la ignorancia y el despropósito, y sobre los que el diario *ABC* había convocado un concurso en el que Asturias estaba representada por diez “joyas”, había alertado sobre la tardanza en confeccionar el programa de festejos y la inexplicable dilación en encargar el cartel de los festejos, que saldría “a todo trapo, o seáse a todo tamaño, y quedará concluido cuando Dios quiera”, y con cierta retranca señalaba que para la segunda quincena de mayo ya estarían los carteles y el porfolio en

la calle. Con el mismo humor ácido, saludaba a fines de ese mes la elección del jurado del concurso de carteles, recordando que, como solía ser habitual, llegaba tarde a quienes eran sus predilectos destinatarios; es decir, a los veraneantes capitalinos y castellanos:

“Ya tenemos cartel anunciador de nuestras veraniegas fiestas. Allá para Julio, cuando de Madrid, Valladolid y otros puntos hayan huido hacia las playas en busca de temperatura agradable casi todos los que pueden veranear, aparecerán pegados por esquinas y andenes de ferrocarril esos carteles en especie de artístico anzuelo para pescar forasteros. Echaremos la red cuando todos los pexes se hayan ido a otra parte”.

Pero lo interesante de esta crónica de “Adeflor”, que en realidad era un artículo de opinión, eslabón de una cadena que era intensa campaña en pro de la dignificación del cartel de festejos, era que desvelaba su papel en el logro de ese triunfo de Álvarez Sala. Descubría que había sido él quien había pugnado, sin lograrlo, para que no se convocase el concurso y se encargase directamente el cartel a Álvarez Sala (“Encárgese el cartel a Álvarez Sala, que nos hará cosa buena, y con calma ya prepararemos para otro año un concurso de verdad, con premios decentes y con seguridades de que el torneo será brillantísimo”). Recordaba después que la incapacidad y tozudez de los miembros de la comisión habían vencido su opinión basada en un oportunismo que era “la condición indispensable del anuncio y la propaganda”, y se abrió un concurso que define como “pobre y cuasi depresivo”, desvelando después cómo había sido él quien había animado a Álvarez Sala a presentarse: “al que no hubiera concurrido mi amigo Álvarez Sala si mis indicaciones no le hubieran movido a poner de cuerpo presente a la desdichada comisión”, a la que acusaba de perder el tiempo y hacérselo perder a los jóvenes concursantes. De ahí sus virulentas diatribas.

De esos jóvenes concursantes saludaba en especial a Evaristo Valle, premiado con

uno de los accesits, cuya trayectoria aplaudía estableciendo similitudes con Álvarez Sala:

“Valle, el discretísimo enamorado de la escuela pictórica de Zuloaga, fue premiado con uno de los accesits otorgados. En mi modesta opinión merecía los dos. Evaristo Valle, y no digo esto porque haya tenido la necesidad de que Bonafoux y Francos Rodríguez me lo confirmaran, es una verdadera genialidad. Si dispusiese de toda la habilidad técnica precisa, sería Valle el primer pintor español en ése género que cultiva. En el boceto de cartel que fue premiado nos da pruebas de que adelanta a pesar de que el Ayuntamiento le retiró la subvención. Yo creo que por eso adelanta. Lo mismo le pasó a Álvarez Sala, el cual jamás obtuvo ni la más ligera pensión oficial. Al calor de sus crisis económicas cobró bríos y anhelos de ganar la cumbre. El éxito de Valle en su última obra y por lo que afecta al pobre crédito local, ha sido enorme. “Yo le felicito, sí”, como dijo Ramos Carrión a Álvarez Sala por su cuadro “La Promesa”, sin pasar a analizar su trabajo, ni ver golpes de luz sorollesca en su original y regocijante lienzo”.

En alguna ocasión se ha especulado con la falta de comprensión y apoyo de Adeflor hacia Valle, que este texto viene a desmentir. Es cierto que Álvarez Sala concitaba para él las preferencias, y que resumía todos los valores que necesitaba la pintura gijonesa. Esa admiración nacía de una amistad personal, y Álvarez Sala había realizado en 1902 la portada, original expuesto en los escaparates de la Casa Masaveu y reproducida en fotograbado por Laporta Hermanos, del libro *Crónicas (A través de Galicia)*, una recopilación de los artículos de viaje de Adeflor por la vecina región. El artista había padecido la negativa de apoyo en sus estudios por parte del municipio, y sería el Casino de Gijón la institución que los subvencionase. Con amplia y reconocida experiencia como ilustrador en *Blanco y Negro* entre 1896 y 1908, y con muchas obras de temática gijonesa, Álvarez Sala había contribuido en 1903 a las ilustraciones del

número único de la revista *Gijón Clavé*, en las que evidenciaba, según la crítica, su amor a la tierra al acertar a reproducirla con extrema fidelidad y “con un hermoso y expresivo carácter”. Ese carácter era resaltado como un prodigioso fruto de su naturalismo, de esa mirada realista sagaz y fiel al mundo popular asturiano que hallaría reconocimiento, aunque no el debido, aseguraban, con su presencia en la Exposición Nacional de Bellas Artes de 1904 con “La Promesa”, obra que en la Exposición de Munich del año siguiente obtuvo medalla de oro de segunda clase. En esta obra, el ambiente marinerolocal se enmarcaba en un episodio de lucha por la vida, fe y cumplimiento de la promesa hecha. Daba este lienzo continuidad a obras antecedentes de ambiente marinerocomo “¡Todo a babor!” y, ya inmerso en ese mundo de los tipos de mar, el pintor exponía en el Salón de la Publicidad en 1905 “El barquero”, ambientada en el entorno de la desembocadura del río Nalón. Culminaría esa atención al género con “El pan nuestro de cada día”, con la que obtuvo una primera medalla en la Exposición Nacional de 1915, retratando a los marineros vascos, conocidos como “los vizcaínos”, en su lancha en el puerto de Gijón en el momento de la comida.

En ese 1906, el artista trabajaba en su estudio de Somió en la obra “La sidra“, que pensaba enviar a la Exposición Nacional de ese año, pero para la realización del cartel retornó a los marineros, esos personajes consustanciales al carácter y al paisanaje gijonés que nunca hasta entonces habían tenido ese protagonismo, detentado por los clásicos “asturianos” y “asturianas”, acompañando la figura del marinerono una campesina, extraída de un repertorio de obras contemporáneas relacionadas con los tipos populares, y los trabajos y ambientes rurales, de las que el porfolio de ese año reproduciría dos en fotografiado con el título “En la tierra” y “Viniendo del campo”. Para el cartel definitivo, el pintor realizó dos estudios o bocetos precedentes al óleo sobre lienzo, que se

conservan en sendas colecciones particulares. El boceto del cartel fue fotografiado por Julio Peinado por encargo del alcalde, con el fin de que fuese reproducido en el diario *ABC* “como medio de propaganda de los festejos veraniegos”. La edición corrió a cargo de la Litografía Matheu, de Madrid, tal vez por imposición del propio artista, mientras que el faldón donde se detallan los diferentes festejos, con una decorativa orla modernista cuyo motivo central es una cabeza de toro, fue tirado en la Compañía Asturiana de Artes Gráficas. Álvarez Sala mantuvo su presencia en la publicidad de los festejos gijoneses, realizando las portadas de los programas de 1912 y 1917.

El cartel de 1906 señaló un hito en la historia del cartelismo asturiano y fue modelo a seguir para futuras producciones. Aún en 1961, con ocasión de la celebración de una exposición de carteles en el Ateneo dentro de la programación de la Semana de la Publicidad, fue mostrado en ella de modo destacado como ejemplo relevante del cartelismo de su época.

El logro del cartel de 1906 y la experiencia acumulada en todo el proceso, desde la misma convocatoria hasta su difusión, de nada sirvieron de cara a los festejos de 1907. La municipalidad pasaba de nuevo por una situación financiera agónica, y los festejos no centraban la preocupación del alcalde y concejales, de tal modo que el propio alcalde Juan Cavo en contestación a una pregunta del concejal Elías en la sesión de 29 de mayo sobre si había algún programa para los festejos, respondía que haría “todo lo posible para que Gijón no carezca de alguna fiesta veraniega”, remitiéndose a la cantidad consignada en los presupuestos –15.000 pesetas–, que desde diversos sectores se consideró ridícula e insignificante. De nuevo la prensa azuzaba al consistorio con la importancia de los festejos en la oferta veraniega destinada a los turistas madrileños y castellanos, y Adeflor, con su ironía provocadora, proponía un gasto rentable en una propaganda capitalina que diese cuenta

diaria de las frescas temperaturas estivales de Gijón para atraer a los asfixiados vecinos de Madrid, y denunciaba la tardanza organizativa, la renuncia a la colaboración municipal con las entidades ciudadanas, y retomaba los ejemplos de Santander y San Sebastián.

En 1907 no hubo cartel destacable de los festejos, salvo, una vez más, el de las menguadas corridas de toros, cuyo motivo central era “un torero recibiendo una ovación y un piquero aguardando la salida a la plaza”. Mientras, en el Ayuntamiento se recibían y mostraban en los soportales del edificio municipal, lugar habitual para mostrar todo tipo de publicidad institucional, preferentemente carteles, los del concurso de la Real Sociedad Hípica de San Sebastián (“Una verdadera obra maestra en dibujo y colorido”), los del concurso de bandas militares y civiles organizado por el Ateneo Mercantil de Valencia, o el de las fiestas de San Fermín en Pamplona (“Magnífico cartel anunciador”). Además, los gijoneses tendrían entonces muy mermada la contemplación de carteles en la calle, pues en julio el alcalde dictaba un bando en el que según el artículo 165 del reglamento vigente de Policía Urbana, prohibía terminantemente fijar carteles en las fachadas o paredes de los edificios particulares, permitiendo únicamente su colocación en los “anunciadores” recientemente instalados en diferentes puntos de la ciudad, y siempre previo pago de los correspondientes derechos.

La restricción impuesta no afectaba a otro tipo de carteles de iniciativa municipal como los que al año siguiente se colocarán en los parques para educar a la infancia en el amor y cuidado a las flores y plantas; y en 1908 ya se dejarán ver carteles de otras villas, como los “magníficos y artísticos” anunciadores de la fiestas de La Felguera, que se completaban con los “muy vistosos” de las corridas de toros, o los que colocados en Mieres, calificados de sugestivos, anunciaban la publicación de la novela de Blasco Ibáñez *Sangre y Arena* como folletín del periódico *El Liberal*. Pero Gijón tendrá en este año un cartel de fiestas sin



Ventura Álvarez Sala
Festejos de Gijón, 1906
Litografía Matheu, Madrid
137 x 100 cm
Col. Museo Casa Natal de
Jovellanos, Gijón

ninguna repercusión, y solamente el de toros –con la estampa de un “soberbio torazo saliendo de la jaula”–, será reconocido por su atractivo.

En esta irregular trayectoria municipal en lo que afecta a los medios de proveerse de cartel de festejos, nos encontramos en 1909 con otra convocatoria de concurso, restringida con exclusividad a los artistas gijoneses. A principios de junio se hacen públicas las bases por la Junta Ejecutiva. El tema será de libre elección, y sus dimensiones concretas de 2’50 x 1’10 m., pero se señalaba expresamente que serían admitidos a concurso “no los bocetos de cartel, sino los carteles concluidos a todo su tamaño, y con todos los colores con los que habrá de ser reproducido”. El plazo de presentación, en la sede de la Unión de Gremios, finalizaba apenas quince días después, y se estipulaba un único premio dotado con quinientas pesetas, quedando la obra ganadora de propiedad municipal.

El escaso tiempo entre el anuncio de la convocatoria y la finalización del plazo de entrega, y sin duda cierta perplejidad de los artistas por el errático planteamiento del Ayuntamiento, hizo que únicamente se presentasen tres obras a concurso, más otra que llegó fuera de plazo. En esta ocasión no fueron mostradas al público. El jurado, reunido el día 19 de junio y compuesto por Antonio Suardíaz, Miguel de la Cruz, Nemesio Lavilla y Alfredo González Valdés, otorgó el premio a la obra presentada bajo el lema “Steeple Chase”, cuyo autor resultó ser Arturo Truan. Ante la calidad de la obra presentada como “Impromptu”, que se contempló también como merecedora de recompensa, el miembro de jurado Sr. Suardíaz, en representación de la fábrica de cervezas “La Estrella de Gijón”, ofreció dotar este segundo premio con 250 pesetas.

La obra del polifacético Arturo Truan Vaamonde (Gijón, 1868-Santander,1937), al que se calificó de “artista discreto” no obtuvo todos los plácemes y fue objeto de críticas, tras ser mostrada en el escaparate del bazar de calzado “La Americana”. Como única

originalidad se señalaba su formato apaisado y, en cambio, se le atribuía un mediano valor artístico, opinión refrendada por un público desencantado, “que esperaba fundadamente una más pujante muestra del arte gijonés, ya que cuenta nuestra villa con elementos capaces de llenar más brillantemente el objeto perseguido con el concurso”. El motivo que más destacaba en el cartel era un caballo saltando un obstáculo sobre un fondo de paisaje en el que se percibía la iglesia de San Pedro y el cabo de Torres. El cartel fue estampado por la Casa Matheu, de Madrid. El segundo premio, del que no se señala autor, rememoraba composiciones precedentes con un marinero de cuerpo entero que señalaba el letrero de Gijón, y cuya silueta se recortaba sobre la colegiata y el palacio de Revillagigedo, rodeado de varios medallones con el escudo de la villa y escenas de regatas, carreras de aros y bicicletas, concurso hípico, corrida de toros, partido de fútbol y un automóvil.

Lógicamente en esta primera década no todo son carteles festivos, aunque sí son los que la prensa les dedica mayor atención en detrimento de un cartel comercial que iba ganando mayor protagonismo. En esta primera década, las fuentes iconográficas se innovan con la utilización de modelos fotográficos para realizar carteles de publicidad en composiciones que muestran las instalaciones y talleres de todo el proceso productivo, como ocurre con el cartel de la serrería de la Sociedad Bertrand y Cía, importadores además de madera, que se litografía en el verano de 1904 en los talleres de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas y que se muestra en esta exposición (cat. n.º 21). Mayor interés tiene la gran producción publicitaria de los importantes almacenistas ovetenses “Estremera Hermanos”, cuya amplitud de productos de venta y representación los hacen ser uno de los mayores demandantes de publicidad, pues, además, muchas de las marcas comerciales registradas por ellas eran netamente asturianas. Así, por ejemplo, para sus “azafranes puros y selectos”



traídos de Aragón y La Mancha, especificaban su “gran presentación en estuches litografiados”. Pero donde más hincapié hicieron en una propaganda extensiva fue en su especialidad de marcas de papel de fumar, cuya variedad dividían en las “exclusivas” y en las “en depósito”, y para cuya venta especificaban “condiciones especiales para partidas. Facilidad de propaganda. Preciosos estuches. Grandes regalos. Carteles, etc.”. Esta producción levantina solía hacer hincapié en marcas exóticas o en aquellas relacionadas con todos los aspectos de lo femenino, dado que el consumo de tabaco era eminentemente masculino y que para él se dirigía la publicidad. Sin embargo, las marcas exclusivas de Estremera Hermanos iban desde “Cléo”, en referencia a la afamada Cleo de Merode, o “Chic” con su connotación frívola de “gran mundo”, pasando por “Rey de Espadas”, “Aromático”, “Triunfo” y “Oro”, para desembocar en las de inevitable vinculación con el ámbito regional como “Asturias” o la más tardía “La Panoya”. Para la marca “Asturias”, los Estremera ya habían encargado en 1898 un

cartel con el ineludible sello regional en “una hermosa aldeana del concejo de Oviedo, apoyada en un gran librito y fumando con la gracia de una andaluza”; y para la más tardía marca “La Panoya” no se desmarcarían en los carteles de ese costumbrismo que realzaba como prototipo de lo asturiano a un campesinado siempre idealizado. Pero la fuente iconográfica iba a ser en este caso muy singular. Fernández Asenjo, un indiano enriquecido que llegaría a ser alcalde de Valdés, su concejo natal, encargó al pintor García Sampedro, uno de los integrantes de la llamada “Colonia de Muros”, un retrato de su padre, un campesino natural de Carollas (Valdés). El pintor lo representó en un descanso de la siega, sentado sobre el paxu y sosteniendo la guadaña, teniendo como fondo la casería familiar con su hórreo. Tocado con montera picona, sostiene sobre su hombro derecho la chaqueta, y viste sobre la camisa el chaleco. Con rostro afable mira al espectador, mientras se entretiene en liar un pitillo, colocando la picadura sobre el papel. No sabemos la razón por la que el retrato no quedó en la familia Fernández Asenjo, sino que pasó a los herederos de Manuel Méndez de Andés, industrial tabaquero en Argentina, cuyo hijo levantó en Luarca su residencia “Villa Excelsior”, uno de los ejemplos más sobresalientes de la arquitectura indiana en la región. En uno de los salones de esta residencia estaba colgado el cuadro aun en los años 30. El éxito de la pintura fue inmediato, sobre todo en los medios de la emigración que identificaban al retratado como trasunto de ese padre del que se habían separado, manteniéndose al frente de la casería familiar en Asturias. Una prueba de ese éxito la hallamos en que el propio García Sampedro lo incorporó como una de las alegorías de Asturias en la orla del diploma que le encargó en 1904-1905 Juan Bances para el Centro Asturiano de La Habana, colocándolo en primer plano en el ángulo inferior izquierdo, teniendo como fondo una silueta de Oviedo en la que se destaca la torre de la catedral.

Posteriormente, los Estremera debieron gestionar ante el pintor la realización de un cartel cromolitográfico para anunciar su papel “La Panoya”, empleando el mismo motivo sin ninguna variación, salvo la incorporación de una leyenda que supuso un auténtico éxito publicitario: “Miráime bien... Toy fumando con papel de La Panoya”. En diferentes versiones de soportes propagandísticos –una de ellas fue la edición en lengua asturiana del famoso romance del papel de fumar “La Panoya”–, sería la silueta y el texto en azulejo el que perviviría por más tiempo en la fachada de la casa que cierra la calle Fruela de Oviedo, que permitía su visión con amplia perspectiva desde la calle de Uría. Pero el librito de papel de esta marca incorporaba en su registro como logotipo una *panoya* (mazorca) de sencillo y rotundo tratamiento gráfico. Este librito se empleó por los Estremera para otro cartel, en este caso en formato horizontal, con el texto: “¡Trabajadores! Fumad con el rey de los papeles / La Panoya / Estremera Hermanos-Oviedo / Almacenistas por mayor de papeles para fumar”.

Para Tomás García Sampedro no sería ésta la única incursión en el cartel. Obtuvo el premio en el concurso convocado por el Ayuntamiento de Cádiz para anunciar los actos y festejos conmemorativos del centenario de la Constitución de 1812 y el sitio de la ciudad, con una obra alegórica en la que la monarquía libertadora sostiene un ejemplar de la constitución.

Es entonces también cuando el farmacéutico de Villaviciosa Cardín, en sociedad con un Valdés, seguirá los pasos de su compañero de profesión el avilesino Graño en la preparación y comercialización intensiva de gran número de específicos. Ambos tendrían como modelo antecedente las campañas realizadas a fines del siglo XIX por el polifacético médico gijonés Octavio Bellmunt en prospectos realizados en su fototipia. Cardín y Valdés empezaron los encargos de carteles publicitarios hacia 1895, el primero en solitario cuando tenía abierta oficina en Oviedo, con ejemplares tipográficos

que relacionaban toda su oferta, para pronto dar paso en 1901, con el dedicado al “Antiséptico Analgésico Cardín”, a una serie de carteles litográficos realizados por Artes Gráficas en los que la iconografía giraba en torno al mundo femenino y a los medios industriales y artesanales, clientes siempre receptivos a las soluciones rápidas y efectivas, casi “milagrosas”, para su males. Así, son mineros, carpinteros, campesinos o marineros los que componen las escenas de los carteles del “Trabmull” (cat. n.º 49) o del “Pectoral Cardín”, este último aparecido en 1905.

A partir de 1910 se percibe un agotamiento de los concursos para la elección del cartel de festejos, que pierde la primacía que detentaba en beneficio de otros festejos como los de Carnaval, que irrumpen de nuevo con ímpetu al ser “oficializados” desde el Ayuntamiento. Con motivo de estas expansiones transgresoras se recuperan las “aleluyas” punzantes que no dejan titere con cabeza y las “coplas” que hacen de la actualidad política la diana de la sátira más ácida. Se editan en tamaño folio con

ilustraciones arcaizantes en grabados en madera, en algunos casos recuperados de los archivos de las propias imprentas, y se venden o distribuyen gratuitamente como hojas volanderas, y son pegados en las paredes de la ciudad sin que duren mucho allí, pues son pronto arrancadas: el poder no las ve con agrado y no consiente la crítica libre. Serán también los carnavales los que permitan una presencia de los artistas asturianos en una de las convocatorias españolas más prestigiosas como es el concurso del Círculo de Bellas Artes de Madrid, en cuya convocatoria de 1912 logra un primer accesit con la obra presentada bajo el lema “Bohemios” un artista poco proclive a los trabajos gráficos como Nicanor Piñole (Gijón,1878-1978), que repetirá en el concurso de 1913. Quizás por esta apertura al ámbito del diseño gráfico se le encarga el de la cubierta del porfolio veraniego de 1914, que debido a problemas de litografiado no llegó a salir. Más fiel a estas convocatorias del Círculo fue Sócrates Quintana (Mieres, 1891-Madrid, 1984), establecido en Madrid y conocido



Papel de fumar La Panoya, de Estremera Hermanos (Oviedo), h. 1903
Imp. lit. de Ramiro P. del Río, Luarca
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

entonces tanto por sus labores de ilustración como por sus hazañas deportivas, siendo prototipo de *sportman*. A la convocatoria de 1914 presentó al menos uno bajo el lema “Chulapona”, que Francés destacó junto al de Néstor de la Torre como el mejor del concurso. A la de 1915 presentó otros dos, y el mismo número al concurso de 1916, en el que no alcanzó premio, a pesar del apoyo expreso de José Ramón Zaragoza. En este último año logra un accésit por el boceto “Beethoven” en el concurso convocado también por el Círculo para anunciar unos conciertos corales, merecedor de un segundo premio para José Francés, quien lo define como “uno de nuestros cartelistas más notables y en su reciente obra muy original y muy dentro de las exigencias del género”. Vinculado a la colonia asturiana de Madrid, para cuya revista diseñaría una portada, Sócrates firma en este 1916 el cartel de las fiestas del Centro Asturiano de Madrid. En 1917 logra el segundo premio en el concurso del Círculo, habiendo sido otorgado el primero a Agustín López González y el tercero a Rafael de Penagos. De la obra de Sócrates se destaca su soltura y sobriedad: “No se puede llegar a más en la simplificación de la línea y el color, ni en la sobriedad de la composición para expresar gráficamente un asunto”. Y en 1919 presenta al concurso otro boceto “algo sordo de color, pero rebosante de cualidades decorativas”, que son las que le hacen destacar en otra

convocatoria gráfica de ese mismo año como el concurso de portadas de la revista *Nuevo Mundo*.

Su especialización en el cartel continúa en la década siguiente, aunque sin presencia efectiva en Asturias, alcanzando un tercer premio en el concurso de carteles anunciadores de Segovia organizado en 1924 por la Junta de Turismo de la ciudad castellana, y participa con carteles en la Exposición Internacional de Artes Decorativas de París de 1925 y en la Nacional de Bellas Artes del año siguiente. La constancia en su trabajo como cartelista tras la Guerra Civil, durante la que realiza al menos algún grabado de tema bélico, queda patente en la obra de la colección del Museo del Pueblo de Asturias encargada en 1957 por su villa natal para anunciar el homenaje al cantante Juanín de Mieres, cuando Sócrates Quintana seguía frecuentando la pintura y se dedicaba a realizar ilustraciones de obras literarias (cat. n.º 114). Es esta publicidad de las celebraciones festivas de Carnaval la que va a dar entrada a una nueva generación de transición de cartelistas, ilustradores y caricaturistas, que alcanzará su mayor prestigio en la década siguiente, en unos años veinte en los que el cartel asturiano va a alcanzar su mayor difusión.

Entre estas personalidades gijonesas a caballo entre una generación y otra va a destacar Pedrín Sánchez (Gijón, 1899-Sarriá, Barcelona, 1944), alumno del Real Instituto

Jovellanos y del Ateneo Obrero, que tras esa primera formación, ingresará como aprendiz en los prestigiosos talleres de Lladó y Calsina, dándose a conocer como dibujante y pintor-decorador en el Certamen del Trabajo de 1904, completando su formación en Madrid, en el Círculo de Bellas Artes. Para entonces su prestigio como caricaturista lo ampliaría con su labor como escenógrafo, ilustrador y cartelista, antes de iniciar en 1921 una larga etapa de residencia en Méjico. En 1918 realizaría el cartel de las fiestas de Carnaval, boceto expuesto en los escaparates del bazar Masaveu y litografiado por la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, en el que moderniza el tradicional Pierrot en el ambiente de una cabalgata nocturna. Otra lectura gráfica de la fiesta es la que da Evaristo Valle, autor del diseño de la portada del programa, litografiada también en Artes Gráficas y calificada de “hermosa y originalísima”. Valle, en la línea de sus “carnavaladas” plasma una cabalgata multitudinaria de encapuchados y “enchisterados” que sigue a la figura vivamente tratada en rojo de Mefistófeles.

A esta temática carnavalesca se sumó en alguna ocasión el llanisco José María Saro Posada, creemos que simple aficionado, aunque frecuentó los concursos nacionales de carteles tan en boga en esta época, como el de la marca de perfumería Floralia en 1916.

6

El triunfo del cartelismo. El cartel de los artistas

Desde la aparición del cartel en Asturias, su evolución con la asunción de opciones diversas desde los recursos técnicos de imprentas y litografías hasta la definición de un lenguaje netamente propio, va a estar condicionado también por un enfrentamiento solapado que deviene en debate en círculos minoritarios. De un lado se posicionan quienes lo consideran una creación secundaria de ese artesanado especializado que engrosa las plantillas de los establecimientos tipográficos y litográficos, y que sin formación artística reglada o académica, y gracias a unas condiciones naturales que les guían al autodidactismo, son capaces de elaborar ese cartel que salta del juego de letras a la imagen gráfica. En el otro campo se encuentran quienes desde la consideración social de artistas plenos son capaces de entender el cartel como una manifestación exclusiva de su época que no pervierte su consagración a la artes mayores, sino que las enriquece prolongando las potencialidades del dibujo y evitándoles ese encierro voluntario en sus torres de marfil, en los estudios o en los salones y exposiciones nacionales, para mostrarse con naturalidad en una calle que es espacio de vida y vehículo de transformaciones, fundiéndose así con un medio social amplio, no cerrado a las élites como lo era hasta entonces. En esta corriente se inscriben esa generación de artistas que podemos llamar en el contexto del cartel como de transición; aquéllos como Martínez Abades o Álvarez Sala que se abren sin complejos al cartelismo, una vez que son, además de reconocidos pintores, valorados ilustradores de las más prestigiosas revistas gráficas. Pero cuando el cartel adquiere al fin en Asturias una normalidad artística y publicitaria desacomplejada, desprovista de esos lastres que imponían dudas y reticencias sobre su carácter

de obra artística y su función dinamizadora en el paisaje urbano, va a ser con esa generación que se forma en los ambientes académicos críticos con la tradición y que abrazan la modernidad a la española, extrayendo de las vanguardias modelos capaces de armonizar con ese casticismo nacional gritón, colorista, de bajo fondo y verbena con el que pretenden enterrar, airados y revolucionarios, esa crisis arrastrada: la de la negrura eterna, la endogamia y la falta de aires nuevos.

Quienes protagonizan aquí ese movimiento son los artistas de la generación de 1900 y sus cercanos y secuaces, formados en las escuelas de artes de Oviedo y Gijón, becados a San Fernando y pensionados a Italia y París, que regresan ansiosos de recoger plácemes y bendiciones de sus coterráneos con exposiciones individuales en ateneos y colectivas institucionales que nacen como complemento de acontecimientos de mayor envergadura o de políticas puntuales sin vocación de continuidad. Al socaire de tres de esos proyectos políticos es cuando se logra reunir a la práctica totalidad de esta generación en torno al cartel, sirviendo de muestrario de su compromiso con ese medio con el que dialogarán de igual a igual con sus contemporáneos españoles, no sin que aparezcan reticencias que se solventan, como veremos, dando a los asturianos un protagonismo único.

Esos tres proyectos son coincidentes en estos años veinte, aunque uno tiene una larga historia sin haber logrado armar una estructura ni siquiera primaria. El primero es ese eterno recurso del turismo que desde el siglo XIX aflora cada cierto tiempo como necesidad y como solución, sin que ni una ni otra lleguen a concretarse y fraguar. Buen ejemplo es el cartel turístico de los Caminos de Hierro del Norte de España, realizado en París hacia 1900, que recurre como atractivos de Asturias a un paisaje de Covadonga, con la basílica y una joven con traje regional, insertándose en él, enmarcada, una vista portuaria de Gijón, motivo extraído de una tarjeta postal.



A. Ponchín
Cartel de Caminos de Hierro
del Norte, h. 1900
Soc^{te} des établ^{ts} J. Minot, París
105 x 75 cm
R. D. 865
Col. Martín Carrasco Marqués,
Tapia de Casariego

El siempre lúcido Bonet, ante una de esas resurrecciones ocurrida ahora al abrigo de la corte alfonsina y desde la experiencia catalana explicada por el conde de Guell, definía las incapacidades asturianas para materializar esas políticas turísticas:

“Otra de las cosas que son muy necesarias, es la campaña que hay que desarrollar en Asturias, no para que nos conozcan fuera, sino para que reflexionemos, para que nos percatemos de lo que debe hacerse. En una palabra, para encontrarnos. Porque aquí andamos hoy en la misma desorientación en que anduvimos siempre. Y no sabemos si esto será lo que engendra la falta de entusiasmo que lleva a la liquidación...”.

Ese intento de reconducir la propaganda turística se basará fundamentalmente en los reportajes fotográficos que inciden monotemáticamente en los paisajes naturales, pero incorporará tímidamente el cartel vía administración central siguiendo los esquemas temáticos europeos, principalmente franceses y alemanes, con algunas aportaciones asturianas, que en algunos casos quedarán en bocetos sin llegar a editarse. Esta experiencia fragmentaria con el cartel como arma de publicidad turística deberá esperar a la exposición de 1933 para alcanzar una plasmación idónea, y hasta entonces se sumarán a esta vertiente artistas de diferentes generaciones. Eugenio Tamayo (Gijón, 1891-San Sebastián, 1972) que no practicaría la litografía artística hasta la década siguiente, había realizado uno de los carteles anunciadores de la Primera Exposición de Bellas Artes celebrada en Oviedo en septiembre de 1916, firmando el otro el pintor, escultor y dibujante Marcelo Presno.

En los veinte, Tamayo se especializa en el diseño publicitario, con una amplia gama de logos, emblemas, tarjetas postales comerciales y carteles. Entre éstos últimos realizó varios para anunciar la exposición-subasta celebrada en Oviedo en 1922 para recabar fondos para los niños víctimas de la hambruna en Rusia, realizando además otros de productos de

belleza y de establecimientos comerciales ovetenses, uno turístico (“Asturias: Turismo”) con el inevitable hórreo con *panoyas* de maíz cercano a un árbol que destaca sobre cielo de azul intenso con montañas nevadas al fondo.

El hórreo sería un motivo recurrente en la cartelística turística de posguerra en las obras de Morell, Teodoro Delgado y Alfonso (cat. n.º 119-121).

En la Feria de Muestras de 1926, se dedicó un stand al Instituto de Turismo y a los comités turísticos locales en el que se presentaron carteles relativos a Llanes, Ribadesella, Colunga, Peñamellera Alta, Vidiago, San Martín del Rey Aurelio, Sama de Langreo, Trubia, Parres, Noreña, Cabrales, Caravia, Onís y Quirós. En el espacio dedicado a Covadonga, además de cuadros y fotografías, había un cartel dedicado al Real Sitio, obra regalada por Zubillaga, un artista hijo del alcalde de Gijón durante el Directorio. A Zubillaga le había encargado el Instituto en ese año el diseño de tres carteles, otro al pintor José Uría (Oviedo, 1861-Vigo, 1937), y otro enviado desde Suiza por Fochlatter que serían destacados en la muestra del stand. Se sumaría a ellos otro cartel de propaganda turística encargado también ex profeso al dibujante Rosales y otro a un artista que desconocemos, de tal modo que a fines de 1926 el Instituto de Turismo de Asturias había editado ocho carteles.

El Patronato Nacional de Turismo, fundado en 1928, no podía dejar al margen a Asturias en la serie de carteles turísticos, eligiendo para su realización a un artista de singular formación, que abordaría entre otros proyectos la ilustración del “Nueva York”, de Paul Morand, aparecido en 1930, que realizó años después. Joaquín Vaquero Palacios (Oviedo, 1900-Madrid, 1998), ya había mostrado interés por el cartel con anterioridad, y de hecho en su exposición individual en el Salón Masaveu de Oviedo, en septiembre de 1924, cerraba el catálogo de las cincuenta y cinco obras expuestas con un “Boceto para un cartel”. Ahora, en 1929, recibía este encargo al que

daría respuesta con un cartel de composición y cromatismo dentro de los cánones europeos del género dedicado al puerto de Pajares y a la entrada en la región por ferrocarril y carretera entre bellos paisajes de montaña. Este cartel fue presentado y profusamente distribuido en versión francesa, inglesa y alemana en el verano de ese año. La prensa regional se felicitaría por la atención prestada por el gobierno central y hacía hincapié en la “visión ideal” de Pajares dada por el artista, lamentando que no se diese prioridad al dedicado a Covadonga por diferentes razones, la más importante que era un lugar de sobra conocido que reunía todo tipo de atractivos y era “la concentración de las magnificencias turísticas de Asturias”.

Editado a fines de 1930, el cartel dedicado a Covadonga, con la leyenda “Asturias. Sus paisajes y sus monumentos”, recibió elogios por



Carteles en la pared de un
chigre, Gijón, h. 1925
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

estos carteles no se realizó edición litográfica, aunque se anunciaban tiradas de mil quinientos ejemplares para distribuir en Sevilla y Barcelona. En la Exposición se mostraron únicamente los bocetos. Uno se debía a José Uría, quien armonizaba en su composición una perspectiva del Naranjo de Bulnes con una panorámica de la gruta de Covadonga, colocando en primer plano a una grupo de turistas contemplando el paisaje y dispuestos a emprender una excursión en automóvil. Los otros dos fueron hechos por Eugenio Tamayo y por Mariano Moré (Gijón, 1899-Oviedo, 1974), y mostrados en primicia en el escaparate de un comercio de la calle de Uría en Oviedo. Del de Tamayo, cuyo tema era el puente de Cangas de Onís, se valoraba la “concepción modernista” en el uso de tintas planas, potente cromatismo y trazos sobrios, mientras que en el de Moré era una calidoscopio de escenas y paisajes asturianos.

La producción como cartelista de Mariano Moré va a ser paralela a su obra pictórica, y frecuentará el género hasta entrados los años sesenta. Magnífico dibujante, esta querencia por el cartel y el medio gráfico se explica con lógica por ser hijo de José Antonio Moré y conocer desde la infancia todo el proceso y entresijos de la industria litográfica, que en él sumará excelentes cualidades artísticas y una sólida formación académica. Además de los diseños realizados para la litografía familiar, Moré ya se da a conocer en 1917, cuando firma la portada de los carnets-invitación para los bailes de Carnaval de 1917, que volverá a realizar diez años después para la misma Asociación. Colabora entonces estrechamente con su pariente Robustiano Viña en su litografía, y en los años dorados del cartelismo asturiano es un referente, consagrado, como veremos, con premios en las convocatorias más importantes. Volverá después a frecuentar el taller de los Viña a fines de los veinte y primeros treinta, donde se litografían sus carteles para productos farmacéuticos, para publicitar los carbones de la mina “Clavelina”, de Turón,

propiedad de la sociedad Ortiz Sobrinos, y el que anuncia las conservas de pescados de la empresa “Pesquerías Asturianas, S. A.”, de Luanco, deudor éste último en cierto modo de algunas figuras prototípicas de la pintura vasca de este periodo, con un pescador con boina y vestido con mahón azul, portando a hombros un remo, y mostrando en su mano izquierda un bonito.

Otra publicidad institucional a través del cartel, que permite a los artistas asturianos de esta generación consolidar su contribución, es la impulsada por el Instituto de Puericultura y Gota de Leche de Gijón, institución sanitaria ejemplar promovida y mantenida en su dirección con incansable entusiasmo por el médico Avelino González. Creada originalmente en 1904, fue refundada en 1921 por la Junta de Protección a la Infancia de Gijón con una actividad incesante y de logros ejemplares. Las obras de construcción de su céntrica sede se iniciaron en 1922, siendo inaugurada en 1925, para cuya ocasión se encargó a Alfredo Truan Álvarez (Gijón, 1895-1964) un cartel alegórico, expuesto en los escaparates de Masaveu y Compañía, en el que teniendo como fondo el edificio presentaba en primer término un grupo en el que figuraban un anciano, una mujer y un niño, destinatarios y beneficiarios de la acción protectora del Instituto. Prestigioso dibujante, Truan acumulaba ya cierta experiencia como diseñador gráfico y cartelista, pues realizó el cartel de los festejos de Gijón de 1922, litografiado por Artes Gráficas, diseñó los carnés de baile de Carnaval del Casino de Gijón en este año y en 1924, e hizo en el primer año una decoración de la Cervecería Setién que intercalaba entre sus dibujos publicidad comercial.

El Instituto de Puericultura se financiaba con los fondos provenientes de un impuesto municipal sobre espectáculos y de los beneficios obtenidos de la Rifa Pro Infancia, instaurada en torno a 1927 y de la que el dibujante y cartelista BYA (Braulio Iturbe Álvarez) hizo el cartel anunciador.

Avelino González y su equipo dieron gran importancia a la decoración de las estancias, en particular de las destinadas a los niños, que fueron decoradas con frescos alusivos a personajes de cuentos tradicionales ilustrados, realizando algunas de estas obras Mariano Moré. Con posterioridad, se completó esta decoración con azulejería y otros elementos cerámicos realizados por el prestigioso ceramista talaverano Ruiz de Luna. Pero este interés por introducir las manifestaciones artísticas en un complejo sanitario no se redujeron a estas decoraciones. Conscientes de lo inexcusable de las campañas profilácticas y de difusión higiénica, el Instituto hizo de la propaganda a través de carteles, folletos, circulares y sobres uno de los ejes de su política preventiva y de mejora de las condiciones sanitarias de la población.

Desde el mismo 1925 ya se hacían estas campañas de propaganda, repartiendo en los domicilios donde había niños recién nacidos folletos ilustrados conteniendo consejos para el cuidado y crianza del niño. Y esta publicidad se hacía también a través de sobres impresos y distribuyendo carteles de propaganda de la puericultura por ateneos, academias, colegios y otros centros societarios. Más tardía es la llamada “Cartilla de puericultura”, que se entregaba a los progenitores y que estaba ilustrada con “monos” sugestivos acompañados de máximas de autores clásicos referentes a la niñez. Y de esta misma época, en los inicios de los años treinta, es el logro de que el Ayuntamiento de Gijón colocase en las vías y calles de mayor circulación indicadores ilustrados con el texto “Automovilistas, pensad en los niños”.

En ese conjunto de materiales publicitarios, los más llamativos son los carteles, dirigidos a concienciar de la alta mortalidad infantil, de la importancia de la lactancia materna y de las condiciones básicas de salubridad para que el niño creciese sano. Esta estrategia se resumía en un objetivo claro: “Si con nuestra propaganda salvamos una sola vida, nos damos

por satisfechos, ya que el agradecimiento que nos tendrá en su corazón esa madre nos compensa ampliamente de todos los sacrificios y dineros gastados”. Dineros siempre escasos, que en época republicana pudieron reducirse aún más al pretender las nuevas autoridades prohibir la Rifa Pro Infancia.

Tal vez por esta economía precaria, la propaganda a través del cartel se realizó combinando los carteles de edición propia con los enviados por la Dirección General de Sanidad, y aquellos de especial interés de campañas extranjeras, fundamentalmente alemanas, que fueron reproducidos fotográficamente en grandes ampliaciones, incorporando textos en castellano.

El primer cartel de edición propia se encargó a Alfredo Truan, específicamente para la Gota de Leche. No muy afortunado para el fin perseguido –la propagación de la lactancia materna–, presenta a una de las clásicas figuras estilizadas y de aire decadente tan características de su obra como una madre dando el pecho a su hijo.

Mayor calidad artística y razón iconográfica tienen los dos bocetos de Paulino Vicente (Paulino Vicente Rodríguez, Oviedo, 1900-1990), en la colección del Museo Casa Natal de Jovellanos, como enseñanza de los beneficios de la lactancia materna frente a la preparada y suministrada en biberón. Fechados en 1927, el primero presenta a una rolliza madre en el acto de dar de mamar a un robusto niño. El conjunto centra la composición sobre un manzano lleno de frutos y un campo florido como símbolo de la fertilidad y pujanza del método natural, todo ello interpretado con simplicidad y un cromatismo vivo. Se contrapone esa transmisión de vitalismo con el tratamiento dado a la lactancia artificial, una madre exhausta, de enferma delgadez física y expresión dolorosa y perdida, sostiene sobre su regazo a un niño de tono cerúleo y gesto mortuorio, mientras muestra en su mano derecha un biberón sobre un fondo de campos yermos y un árbol seco. Esta obra transmite desolación y esterilidad en



un cromatismo de ocre y negros que refuerzan su fuerte carga expresionista. Creemos que ambos bocetos nunca fueron convertidos en cartel litográfico. Estos bocetos, que en su día la Consejería de Sanidad consideró “proyectos de cartel” y su técnica “temple al huevo sobre lienzo”, fueron restaurados en la década de 1980 por el pintor Ruperto Álvarez Caravia. Paulino Vicente también acumulaba una importante experiencia como cartelista. En 1922 realizó varios carteles para anunciar la subasta en Oviedo a favor de los hambrientos rusos, y creó otros muy difundidos para las destilerías “El Norte”, de Oviedo, entre ellos el del “Anís Marichu” y el del “Vino Ursus”, empleándose estos diseños para las etiquetas y otros medios de propaganda como los azulejos publicitarios colocados en los andenes de la desaparecida estación del Ferrocarril Vasco-Asturiano, en Oviedo. Como anuncio de esta destilería creó también el pintor Crisanto

Bartolozzi

Cartel del Instituto Nacional de Previsión utilizado para anunciar el seguro de maternidad de la Caja Asturiana de Previsión Social y el Instituto de Puericultura de Gijón, h. 1932

Col. Archivo Municipal de Gijón

Santamarina Izquierdo un cartel con un gnomo levantando sendas copas de anís. Y para la de otro ovetense, Aurelio G. Hidalgo, y para su anís “El Principado de Asturias”, diseñó el acuarelista y dibujante Tomás Fernández Bataller (Oviedo, 1891-1962) un expresivo cartel de tintes regionales.

En este 1927 en el que hace los bocetos pro lactancia, Paulino Vicente participó en el concurso de portadas de la revista *Blanco y Negro* con el trabajo “Xente d’Uviéu, tambor y gaita”, reproducido en otros medios. Más tardío, de 1929, es el cartel publicitario realizado con motivo de la inauguración de la Lavandería Mecánica, en Oviedo.

La razón por la que no se llevaron al cartel los dos bocetos de Paulino Vicente para la campaña pro lactancia materna nos es desconocida, pues su calidad artística y su expresividad en cuanto al objetivo propagandístico es de clara utilidad publicitaria. Tal vez fuesen impedimentos económicos, pues de los siempre escasos fondos destinados a este fin, una buena parte se destinó ese año al vistoso y gran cartel por su formato destinado al Día del Niño y a anunciar la cabalgata de los Reyes Magos; cartel por cierto realizado por un artista no asturiano –J. Pons–, y litografiado en Valencia por la prestigiosa casa J. Ortega (cat. n.º 56). Más tardíos, ya de los años treinta, son los dos carteles realizados por Mariano Moré. Uno forma parte de la campaña profiláctica contra la tuberculosis y su transmisión a través del esputo. Basado en otro cartel reproducido en formato tarjeta postal por la Dirección General de Sanidad, lo que lo hace no del todo original, en él el artista enfrenta la figura del enfermo sentado en un banco y teniendo a sus pies un conjunto de calaveras siguiendo un esquema formal de claro expresionismo, frente a una agradable figuración con la que crea al niño que se entretiene jugando en el suelo con arena y un pequeño rastrillo (cat. n.º 51).

Esa placidez se transforma en explosión de vida y alegría en el cartel consagrado a los “Derechos del niño”, que resuelve a modo de

multitudinaria manifestación infantil portando pancartas con lemas siguientes: Que no exploten nuestra niñez, Que en la guerra o desdicha no nos abandonen, Queremos padres sanos, Queremos protección contra las moscas, Que tengamos buenos maestros, Queremos lecha materna, y Queremos aire y luz (cat. n.º 57).

Estas dos últimas consignas van a ser los argumentos de otros dos carteles editados en 1932, no sabemos si promovidos por el Instituto o por algún organismo del gobierno republicano. Uno presenta a un niño desnudo en su corralito, en una habitación con la ventana abierta que permite la entrada de la luz solar, acompañado del texto “Luz y Aire en las habitaciones es lo que necesita el Niño”. El otro es una interpretación humorística de un niño con babero que llora desconsoladamente y sostiene en su mano izquierda un biberón, imagen que refuerza un texto al pie: “No quiero biberón! Quiero el pecho de mi madre!”. El Instituto difundió hasta la Guerra Civil los carteles con los que la Dirección General de Sanidad coincidía en sus campañas y objetivos (cat. n.º 52-55).

En este ámbito sanitario y vinculado ahora al mundo del trabajo y a la prevención de los accidentes de trabajo hay que recordar la campaña pionera, en cumplimiento de la nueva legislación preventiva de accidentes, que a fines de 1932 emprendió la sociedad Duro-Felguera, encargando de su dirección al jefe de los servicios médicos Tobías Alonso. Fue éste quien solicitó a Juan José Moreno, que firmaba artísticamente como “Cheché”, la realización de un conjunto de carteles para distribuir por todos los talleres e instalaciones de la fábrica en los que se hiciera expresa, con toda la fuerza conceptual y visual posible, la llamada de atención para evitar los accidentes laborales. Nacido en Valladolid, Juan José Moreno tenía formación artística y se consideraba ante todo escultor. Debió cursar sus primeros estudios artísticos en su ciudad natal, que amplió en Madrid, siendo discípulo de Victorio Macho, compatibilizando esta formación artística con su

trabajo como ayudante de dentista. Participó en algunos concursos, como el convocado por el diario madrileño *La Voz* para realizar una medalla con la que premiar al mejor equipo de fútbol español, y cuyo primer premio le fue otorgado a él.

No sabemos la razón por la que Cheché se establece en 1932 en Sama de Langreo, localidad minera e industrial en la que centralizó su actividad, que expandió a otras villas cercanas. En Sama hizo también proselitismo y educación artística, como demuestra la conferencia que pronunció en abril de 1933 en el Ateneo Popular, con el título “Una idea sugestiva del arte moderno”. La presentación del conferenciante corrió a cargo de Ovidio Gondí, quien resaltó “la vida inquieta” de Cheché. Para el cartelista, el arte



Cheché Cartel para la campaña de prevención de riesgos laborales de la Sociedad Duro-Felguera, 1933 Artes Gráficas, Gijón Col. Arxiu Nacional de Catalunya.

moderno no existía como una realidad consolidada, sino que se hallaba en un proceso de iniciación cuya definición se encontraba más sustantiva en las artes plásticas. El que entiende como “nuevo estilo” tenía para él tres vertientes claras: el primitivismo o arte ingenuo y rudimentario; el que opta por el “estilismo” o sintetización de la línea, la forma y el color; y el “suprerrealismo” o arte deshumanizado que parte de lo meramente mental. Estas tres corrientes las explica al público con muestras gráficas, dibujos y ejemplos de la producción de los artistas más destacados, entre los que incluye a su maestro Victorio Macho. Percibe la deshumanización más en la pintura que en la escultura, y cita como modelos a “grandes artistas” como Climent y Benjamín Palencia, cuya obra califica de “pintura de sensaciones”. En esa idea subjetiva que tiene del arte contemporáneo, Cheché no se decanta por ninguna corriente definida, y sí se adscribe a esa vanguardia que pretende romper con el pasado, con ese realismo trasnochado que identifica como copia de la fotografía.

Meses después, en agosto, y en el mismo Ateneo Popular de Sama, el artista inaugura una exposición individual en la que presenta además de tres esculturas –“Maternidad”, “Indiferencia” y “Retrato”–, que la crítica considera que debe ser la técnica en la que a la vista de estos logros debe concentrarse, suma unos dibujos de estilizada modernidad. Pero el bloque más amplio de la exposición son la serie de bocetos de cartel encargados por Duro-Felguera, empresa que en estos momentos se halla inmersa en una compleja crisis obrera. No es extraño por ello que se valorase esta acción profiláctica a través de unos carteles en los que se transmitía la identificación del artista con los medios metalúrgicos y mineros:

“La tragedia de la mina y de la fábrica. Los perfiles dolorosos que llenan diariamente el hogar proletario. Imprevistos recogidos muy concretamente por un joven artista: Juan José Moreno “Cheché”, alumno de Victorio Macho, que hoy, entre nosotros, saturado ya

del ambiente minero-metalúrgico, traduce su idea en esos magníficos carteles de profilaxis del trabajo. En estos carteles al agua, una combinación de contrastes en el color, arbitrariamente artísticos, y, resaltando las figuras de una reciedumbre proletaria. Y en el amasijo de la tragedia, sinceridad en el dolor físico y sinceridad en el dolor espiritual. La tremenda mutilación corporal y la noble y justa crispadura de la rebeldía”.

Esta interpretación presentaba a “Cheché” como prototipo de artista-proletario identificado plenamente con la causa de la clase obrera. Era una obra militante, que para la crítica superaba sus presupuestos originales –la prevención de los accidentes laborales–, para ser un reflejo militante de las duras condiciones en las que mantenía al obrero la explotación capitalista y las estrategias, en este caso obligadas por una legislación progresista, que pasaban por el encargo, sin mucha convicción, de unos carteles para cumplir el expediente, sin querer profundizar en los verdaderos problemas y en sus óptimas soluciones:

“Encierran estos carteles de “Cheché”, aparte del valor artístico expuesto, el fondo social de una tragedia palpitante, cotidiana, de la que ningún obrero, el de la fábrica como el de la mina, puede sustraerse.

Quizás el proletariado se familiarice con ese peligro existente, que, en un momento cualquiera, acaso a la hora de retirada de los lugares de trabajo, aparece en toda su magnitud de catástrofe.

De ahí que las Empresas, exprimidoras siempre de la energía proletaria, ante la realidad de una legislación que favorece hasta cierto punto a la clase explotada, acuden a ésta con una propaganda profiláctica que, a modo de “alertas”, sea sensibilizada en todos los momentos por la retina obrera. No es un acercamiento humano, un sentimiento de hermandad lo que obliga al patrono a poner sobre aviso a sus explotados. Es una plataforma crematística, un pensar en las futuras cargas que reducirán, sin duda alguna, el numérico de los futuros dividendos.

¡Profilaxis del trabajo!... Dentro de poco tiempo, todas las Empresas reproducirán estos magníficos carteles de Juan José Moreno. No por el arte, no por el espíritu que el artista puso en sus obras, que quedará relegado a último término, sino porque el capitalismo va a tiro hecho al concreto económico.

Y contemplando estos carteles habría que ir pensando en otras medidas profilácticas. Habría que ir de lleno a la exigencia de una inspección detallada. Analizar cómo se llevan los trabajos en las fábricas, y, sobre todo, en el fondo del infierno de las minas. ¡No es lo imprevisto! No es la explotación de grisú con todas sus dolorosas consecuencias, ni tampoco la explosión “de bocazo”. Es también, en gran importancia, evitar ese afán de llevar las labores mineras en unas condiciones deplorables de seguridad con el propósito de conseguir una producción que tenga el mínimum de gastos en la conservación.

Ante la nueva legislación de accidentes, las Empresas acuden a estas “llamadas”, siempre oportunas antes de ahora. Pero es necesario que las inspecciones sepan exigir de las Empresas, en todo momento, que en los lugares de trabajo no sólo son necesarios carteles de propaganda profiláctica, que eviten en lo posible lo imprevisto, sino también, en grado perentorio, en hechos reales, una mínima seguridad, por lo menos, taxativamente especificada en la Policía minera. Esto sería la verdadera labor profiláctica. Por lo menos, así entendemos el significado de la Profilaxis del trabajo”.

La crítica a la función del cartel, o mejor, la crítica a una campaña basada únicamente en el cartel como argumento de prevención de los accidentes laborales no puede ser más directa, y no hallamos parangón, si acaso en lo que atañe a la puesta en cuestión de algunos carteles festivos, a su papel secundario, a su eficacia relativa, frente a la no resolución del verdadero origen de los problemas. El cartel es aquí mero argumento empresarial para cumplir en sus mínimos una legislación de obligado cumplimiento, cuyo “más allá” significaba una inversión que las empresas no parecían muy dispuestas a efectuar.

Por todo ello, la exposición, estos carteles, obtuvieron un gran éxito ante el público obrero que se sintió reflejado en las situaciones extremas que se daban no tan ocasionalmente en sus centros de trabajo. Ese proletariado –“masa consoladora” para el artista– comprendía además su “sincero modernismo”, y rendía homenaje al creador de esos carteles en los que se sentían reflejados “por el valor significativo que lleva como base el complemento revolucionario, que es creación tanto en el arte como en lo social”. El éxito hizo que la exposición fuese montada días después en el Ateneo de Pola de Laviana. De la serie de carteles encargados por Duro-Felguera únicamente conocemos dos modelos, en la colección del Arxiu Nacional de Catalunya. En ellos no aparece el nombre o logotipo de la empresa editora, pero sí el de la litografía en la que se estamparon: “Artes Gráficas-Gijón” y la firma del cartelista. Uno hace referencia al peligro de vestir como ropa laboral el mono de mahón con la suficiente amplitud, sin el preciso ajuste al cuerpo, como para que sea fácil que se enganche a las máquinas en movimiento. En este caso el trabajador es atrapado por una polea transmisora, percibiéndose una aceitera y una escalera en líneas abocetadas. La figura está tratada en tintas negras y verdes sobre un impactante fondo amarillo, como faldón el texto: “Llevad vestidos ajustado, no engraséis en marcha las transmisiones”.

El otro varía en el destino y tratamiento gráfico. Está dirigido a los mineros y al peligro de introducir cualquier medio que provoque una chispa o llama para evitar la explosión del grisú. Sobre un fondo de fuego producto de la explosión que coge por sorpresa al minero, se observa una lámpara minera estallando. En el ángulo inferior derecho de la escena, en círculo, una calavera como símbolo de la muerte segura. En el faldón, se disponen en triángulo otros tres círculos con detalles del peligro del fuego provocado por un cigarrillo, un mechero y una cerilla cercana a la yesca, que cierran el texto: “Preservad vuestro cuerpo con vestidos ajustados. Ventilar bien el tajo. No abráis la

lámpara, no fuméis, no encendáis yesca, cerillas o mechero”.

Cheché se basó en algunas fuentes iconográficas de campañas similares llevadas a cabo en otros países europeos, y formalmente sus carteles están muy cercanos a algunos realizados en Alemania. La estancia de Juan José Moreno en Asturias se prolongó unos meses más. Después, se trasladó a Madrid, donde continuó al menos con la creación escultórica, aunque su actividad laboral en 1934 era la de orfebre, trabajando en una joyería de la capital. Durante la Guerra Civil, como señalaremos, destacó como cartelista del bando republicando, homenajeando en uno de estos carteles a la Asturias de la Revolución de 1934.

De todos los proyectos institucionales que hemos referenciado, y que en estos activos años veinte, marcados por la Dictadura de Primo de Rivera, van a ser la plataforma de lanzamiento en el ámbito español de toda esta generación de artistas del cartel, ninguna tendrá mayor trascendencia y repercusión que las Ferias de Muestras celebradas en Gijón. Gracias a ellas, el cartel anunciador de encargo directo o seleccionado por concurso se despega de ese molde que lo constreñía, reduciéndolo a un campo muy concreto de propaganda, abriéndolo ahora a toda una publicidad industrial y comercial tan amplia como era la de las casas participantes en el certamen, abriéndose también, gracias a la exposición Agro-Pecuaria, a toda la temática referente a la agricultura, ganadería, y a la maquinaria y productos empleados en este sector. Pero además, el cartelismo de la Feria permite la consolidación de una imagen gráfica extensiva que interpreta las dos bases de la pujante economía regional: la minera e industrial, y la tradicionalmente campesina, que se funden en esa visión que los cartelistas van a dar a España de lo que es la Asturias de su época. Por ello, no es extraño que en los concursos participen la práctica totalidad de los artistas asturianos jóvenes, activos tanto en la propia región como

residentes en otros lugares de la geografía española, que contemplan esta posibilidad como única oportunidad de consolidar una unidad generacional, una nueva promoción de creadores ansiosos por romper con la tradición y avanzar de acuerdo a una modernidad que impone lenguajes propios. Esta idea generacional se percibe también, si bien de un modo menos compacto, en la actitud ante el proyecto, pronto frustrado, de creación de un Museo Provincial de Bellas Artes, para el que donan algunas de sus mejores obras.

El objetivo de la Feria de Muestras es coincidente con el de los propios artistas: realzar y fortalecer la imagen de la economía regional como una de las más avanzadas y de mayor vitalidad y futuro en el marco español. Pero como había ocurrido en tantas de las iniciativas promovidas en décadas anteriores, el proyecto es tardío y nada original. En este caso, se copia la feria realizada por la patronal



Germán Horacio
 II Feria Oficial de Muestras
 Internacional, Gijón, 1925
 Artes Gráficas, Gijón
 Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

guipuzcoana en San Sebastián en 1922. Ante el conocimiento del éxito de este proyecto vasco, la Asociación Patronal gijonesa propone en 1923 al ayuntamiento la celebración de una feria en la que además de lo estrictamente regional, se hará hincapié en la energía adicional que aportarán los financieros, industriales y comerciantes asturianos establecidos en América, con quienes se establece contacto y a los que se les presenta el proyecto con ocasión de la celebración del Congreso de Comercio en Ultramar. Son de nuevo los indianos a los que se les llama en busca de ayuda y apoyo económico, y de ahí que el propio reglamento señale que “tiende la Feria de un modo especial a favorecer el intercambio comercial con las naciones de América Latina”.

Un año después se celebrará la primera Feria de Muestras de Asturias, en cuya estructura organizadora se incluye un Subcomité de Arte y Propaganda encargado de la labor anunciadora y difusora en el que se integran numerosos artistas locales: los pintores Nemesio Lavilla, Alfredo Truan, Nicanor Piñole, Evaristo Valle y Manuel Medina; los escultores Gargallo, Pepín Morán y Álvarez Laviada, y los arquitectos Cruz y Busto. Entre los materiales publicitarios se contemplaban los carteles, cuyo autor desconocemos, que se estamparon en tamaño “grande”, con tirada de dos mil ejemplares, y en tamaño “pequeño”, con tirada de mil ejemplares.

Para la II Feria, de 1925, se encargaron al artista gijonés Germán Horacio los dos carteles anunciadores, que supusieron su consagración como cartelista, y conviene recordar ahora su biografía para reafirmar el sentido de este triunfo inicial de quien sería el cartelista asturiano por excelencia hasta el fin de la Guerra Civil.

Germán Horacio (Germán Horacio Robles Sánchez) nació en Gijón el 3 de diciembre de 1902, siendo hijo primogénito y único varón que sobreviviría del matrimonio formado por Emilio Robles Muñiz y Agapita Sánchez. Emilio Robles empleó en su producción literaria, crítica e histórica el seudónimo de “Pachín de

Melás”, por el que fue conocido como una figura capital, respetada y querida por todos los sectores sociales, del movimiento cultural asturianista desde fines del siglo XIX hasta el inicio de la Guerra Civil.

Su hijo mostró pronto inclinaciones artísticas, a las que no debieron ser ajenas el trabajo de su madre en la Litografía Moré. Sin embargo, sus progenitores tenían pensado otro futuro profesional para él. La condición de profesor del padre en la Escuela de Artes Industriales, le obligó a iniciar la carrera de Perito Mecánico, que se salda en el primer curso con un rotundo fracaso. Entró después como aprendiz en un taller mecánico, puesto en el que no permaneció por mucho tiempo debido a un accidente laboral. Como última alternativa, ingresó en el prestigioso comercio Bazar Piquero, primero, para reparar juguetes, gramófonos, aparatos de radio, cámaras fotográficas, etc.; para luego, y dadas sus dotes para el dibujo, encargarse de ilustrar los catálogos de la firma y realizar toda clase de publicidad. Para perfeccionarse en este trabajo, asistía a las clases nocturnas de la Escuela de Artes y Oficios, y, con quince años, se da a conocer en la prensa como dibujante y caricaturista, obteniendo un éxito local que le decide a continuar con esta especialidad. Con apenas 17 años, en 1921, se da a conocer como caricaturista en las páginas de los diarios *El Comercio* y *La Prensa*, firmando sus trabajos como “Pachín”. Constantino Suárez señala que usaba también la firma “Gr.Man”, pero no hemos hallado ninguna obra así rubricada. 1922 va a ser un año clave para su carrera artística. Realiza el primer cartel del que tenemos noticia, encargado por la Asociación de Dependientes para anunciar sus bailes de Carnaval. El boceto es expuesto en el escaparate de la Casa Masaveu, obteniendo elogios. Solicita una pensión del Ayuntamiento para realizar estudios artísticos en Madrid, al mismo tiempo que lo hará José Álvarez Sala (Pepe Sala), mostrándose el municipio reticente a la concesión, lo que desata una campaña



avalada por una mayoría de conspicuos ciudadanos, que al fin logra le sea dada. Comienza también en 1922 su tarea como ilustrador. Hace las portadas de las obras de su padre *El último sermón*, *La Sosiega* y *El Filandón*, y cuando éste funda a fines de ese año la colección La Novela Asturiana, que editará obras a lo largo de 1923, Germán Horacio realiza las portadas e ilustraciones, comenzando por la que inaugura la serie, *El gaitero de Fonfría*, firmada por su padre, con un estilo que va demostrando su evolución y madurez partiendo de esos primeros trabajos

Germán Horacio
 II Feria Oficial de Muestras Asturiana
 Internacional, Gijón, 1925
 Artes Gráficas, Gijón
 Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

aún en la línea de cierto humorismo gráfico tintado de expresión regionalista. Ahora, su dibujo se hace más expresivo y moderno, influido por ese modelo local que es Alfredo Truan. Así se percibe en la portada e ilustraciones de *Con la mecha encendida*, obra de A. Muñoz de Diego editada en 1923 en la colección La Novela Asturiana. Entonces ya emplea la que será su firma habitual en todos sus trabajos gráficos: “Germán/Horacio”. En febrero de 1922 dona cuatro dibujos a la exposición organizada en el Ateneo Obrero para recabar fondos para los hambrientos de Rusia, y

a medidos de agosto inaugura en el Pabellón del Real Club de Regatas la que será su primera exposición individual. Toda la crítica se hace eco de esta muestra, en la que percibe una rápida y sólida evolución en los dibujos y caricaturas de personajes locales, sobre todo en esta última modalidad, mientras en los dibujos se destaca como cualidad lo decorativo, siendo constantes la referencias al estilo de Truan, aunque se valora como rasgo de su personalidad artística un total autodidactismo, y por ello se justifica esa propensión a seguir la línea del dibujante gijonés y la perentoria necesidad de esos estudios en Madrid que le abrirán el conocimiento de las modernas corrientes artísticas.

La coincidencia de su exposición con la de Evaristo Valle en el Real Instituto, y la de Nemesio Lavilla en la sede de la calle Corrida del Real Club de Regatas, permite a Pachín González establecer paralelos entre los inicios de los tres artistas y la importancia que habían tenido para los dos maestros el apoyo institucional para ampliar estudios, sirviendo a Germán Horacio para poder encauzar su condición de buen dibujante en ciernes, de contrastados ingenio y sensibilidad, que debiera potenciar su faceta de dibujante decorativo por su gusto y visión clara del colorismo y su capacidad de síntesis, olvidando la caricatura. Y José Francés, uno de sus constantes valedores, lo señala como una firme promesa del dibujo de ilustración y del cartelismo español. Entre tanto sigue colaborando con sus dibujos en la prensa, ilustrando las “Charlas Populares” en el diario *El Comercio*.

Con un banquete-homenaje en “La Mariñana” de Somió por el éxito de su exposición, sus amigos le despiden antes de su marcha a Madrid el 9 de octubre de 1922. En la capital asiste como alumno libre a las clases de la Escuela Superior de Bellas Artes, que abandona por la práctica del dibujo en el Museo de Reproducciones Artísticas. Permanece cierta rebeldía a la enseñanza reglada y el mantenimiento de esa opción decisiva por el

autodidactismo. Acabada la pensión para los cursos 1923 y 1924, solicita de nuevo la renovación en agosto de este año, que le es desestimada, pero durante esos dos cursos no se desvincula del ambiente local, y en el verano de1923 participa en la Exposición Regional de Pinturas celebrada en la Escuela de Comercio con algunas obras, entre ellas el boceto de cartel “Lorindo”, en el que la crítica destaca el influjo estilístico de Penagos, “para quien tiene fervores de discípulo Germán Horacio”; aporta nuevas caricaturas de futbolistas y diseña los decorados para la obra teatral de su padre *Pastorela*, estrenada en enero de 1924. La revista humorística local *La Karaba*, para la que realiza algunas portadas, reproduce entonces un retrato de perfil hecho por su compañero Pepe Sala, y alaba su evolución patente en los dibujos reproducidos por *Los Lunes de El Imparcial*: “Germán Horacio es un artista de cuerpo entero”. Es en este periodo cuando realiza el servicio militar destinado en La Coruña.

En julio de 1924 celebra su segunda exposición individual en los salones del Ateneo Obrero. Presenta un conjunto de treinta obras, cuya temática se centra en las que se denominan “escenas de costumbres asturianas”, y en una vertiente que se define de “fantasía”, puramente decorativista, en la que de nuevo la crítica percibe un auténtico progreso y considera que debe ser su campo de especialización y su futuro como artista, lamentando que la miopía municipal cierre el camino de un aprendizaje aún necesario. Algún dibujo de entonces, reproducido en los periódicos, deja constancia de esa evolución, del abandono del bucolismo rural, de los tipos y paisajes de pueblo, por esa mirada cosmopolita de los frívolos veinte, de ambientes sofisticados y formas refinadas.

El regreso a Gijón lo devuelve a una realidad dominada por la cortedad de miras, pero que pugna por romper esa dinámica esterilizante. En esa esperanza de cambio es en la que se inserta la Feria de Muestras, de la que en 1925 recibe

ese encargo de realizar los dos carteles. Este encargo está en lógica relación con el trabajo que realiza entonces Germán Horacio, y que no es otro que el de ocuparse de la publicidad, decoración y escaparatismo del prestigioso Bazar Piquero, para el que realiza llamativos carteles. En esta labor permaneció hasta su marcha a Madrid en 1926. De nuevo en la capital, vive de las colaboraciones como dibujante en las revistas *La Esfera*, en la que ilustra algunos cuentos de su padre en torno a los mitos y supersticiones del folklore asturiano, *Estampa, Blanco y Negro, Nuevo Mundo, Buen Humor* y *Por esos Mundos*, y completa sus ingresos con el trabajo como retocador e iluminador en un estudio fotográfico. Pero su labor creativa sigue siendo efectiva en Gijón a través de la ilustración de obras de su padre como el tomo de poesías *Pensatible...* (1925), y otras sucesivas, hasta que ya de nuevo en Gijón ilustre entre otras la *Antología de poetas asturianos* (1929), la comedia *Noche de luna* (1933) y otros encargos como la portada de la partitura de Lavandera *Alma Asturiana*.

En lo que atañe al cartel, son estos dos para la Feria de 1925 donde demuestra esa madurez como cartelista que irá alimentando su fama como el primero de su especialidad en Asturias. Al socaire de este éxito, realiza carteles para empresas y comercios locales como el del “Garaje Castro” (1927), representante en Gijón de las afamadas bicicletas marca “Cuesta” (producción de los conocidos ciclistas locales Jesús y Marceliano Cuesta). También recibe el encargo de sendos carteles anunciadores de encuentros de fútbol, uno de ellos para el partido internacional Italia-España, celebrado en el Campo del Molinón el 22 de abril de 1928. En este año, participa en la II Exposición de Artistas Regionales organizada por el Ateneo Obrero con “varias obras propias para ilustraciones”.

En mayo de 1927 contrae matrimonio con Florinda San Agustín Labrada, nacida también en 1902 e hija de un prestigioso peluquero de la ciudad, a la que conoce desde la infancia. Él

continúa con su trabajo en el Bazar Piquero, y en marzo de 1929 nace su único hijo. En enero de 1930 la familia se establece en Madrid, donde Germán Horacio ingresa en el departamento de publicidad de los populares “Almacenes Quirós”, propiedad de la firma “Hijos de Felipe G. Quirós”, fundada en 1880 y colectivizada en 1936. En estos almacenes realizó todas las campañas, destacando por su calidad y efectividad la de las camisas “Las Palmas”. Mantuvo este trabajo hasta el inicio de la Guerra Civil. Pero esta ocupación laboral no le impide montar un pequeño estudio en el hogar familiar y atender a una demanda particular creciente, pues trabajaba también para una empresa de publicidad, correlativa a sus éxitos públicos como cartelista en el ámbito español.

Esa amplia producción cartelística le anima a solicitar las salas del Círculo de Bellas Artes para realizar una exposición individual. La petición le será denegada con el argumento de que sus carteles eran “muy comerciales”. Como alternativa a esta negativa, logra el apoyo del Ministerio de Economía Nacional, que patrocina su exposición en las salas del Círculo de la Unión Mercantil con resonancia en la prensa madrileña y en la asturiana. Presenta en total setenta y cuatro bocetos de cartel de las más variada temática publicitaria.

En 1932 concurre a la Exposición Nacional de Bellas Artes con el boceto de cartel “Crema”, por el que alcanza un accesit a primera medalla, y a la organizada ese mismo año con el título “Pro Madrid” por la UDE (Unión de Dibujantes Españoles), asociación constituida en Madrid en 1920 de la que es miembro, celebrada en el Círculo de Bellas Artes, y en la que se le otorga la medalla de oro. Su triunfo, el de quien es al fin profeta en su tierra, es considerado definitivo por la prensa gijonesa, que señala las recompensas obtenidas como un espaldarazo a un cartelista “de primera línea”, que hace tiempo ha conquistado este puesto “por la solidez de su obra original, de firmes trazos, orientaciones modernas y

concepción espléndida”. En el concurso convocado por la fábrica de cintas de seda “G. Benet” en Barcelona, obtiene el segundo accesit, dotado con 100 pesetas, por la obra “Arlequín”, y también en ese fructífero 1932 participa en el XV Salón de Humoristas.

Dos años después, en 1934, logra el primer premio en el concurso organizado por el Hogar-Escuela de Huérfanos de Correos; el segundo galardón en el concurso para carteles de la lotería Pro Ciudad Universitaria, que gana “Tono”, estando el jurado compuesto por Julio Bravo, Penagos y Agustín Aguirre, y participa en el concurso para anunciar la Exposición Nacional de Bellas Artes. Sumará el primer premio en el concurso de carteles turísticos organizado por la Diputación de Guipúzcoa con el dedicado a la villa de Zarauz. En 1935 logra otro primer premio para anunciar el baile de máscaras de la UDE por la obra “Espagnolade” y concurre al organizado para anunciar la tradicional corrida de toros de la Asociación de la Prensa, que gana Josep Renau. Ya en 1936, alcanza el primer premio en el certamen convocado por la Diputación de Guipúzcoa para propagar la amplitud de su industria y comercio.

Ese éxito nacional vendrá corroborado por la reproducción de algunos de sus trabajos en prestigiosas revistas especializadas extranjeras como la inglesa *Comercial Art and Industry*, que en 1933 reproduce su cartel para la Compañía Colonial de Madrid; la alemana *Gebrauchgraphic*, en 1935, con el cartel “Jerseys Pluma”, y *Modern Publicity*, también en este año, con el cartel “Coto Nacional de Caza”, con el que concurrió a la exposición Pro Asturias, de 1933.

Pese a su establecimiento en Madrid, Germán Horacio también continúa recibiendo encargos desde Asturias. En 1930 realiza el cartel publicitario para los “Tintes Dragón” (Tiña sus prendas con tintes “Dragón” en frío y caliente) y en torno a ese año es el cartel que realiza para la firma “F. Serrano” de su Anís de La Asturiana. El artista, sujeto a la exigencias del

cliente, conserva la botella del licor en su identidad tradicional, puramente finisecular (la firma se creó en 1895 y su producto más exitoso fue este anís), y la contrapone a la silueta de una campesina que es la marca registrada de la casa ejecutada con una modernización de líneas puras y muy estilizadas con tintas planas, y que sostiene con ambas manos en alto una bandeja con la botella y una copa. Es la imagen de una puesta al día de la publicidad sin renunciar a la tradición (cat. n.º 33). El cartel fue masivamente reproducido en tarjeta postal realizada por la casa “T. G. Hostench”, de Barcelona.

De la repercusión de este logro publicitario de Germán Horacio da idea que en los años cuarenta, Alfonso reinterpreta en su publicidad para la casa esta figura con leves variaciones, de un modo sumamente respetuoso, cosa que no hacen otros diseñadores y publicistas cuando en 1947 la vuelvan a interpretar de modo más tradicional y folklórico acompañada del popular slogan “Su presencia siempre agrada”.

Ese mantenimiento de los vínculos con Asturias encuentra su expresión más sólida en su presencia en convocatorias institucionales como ésta de las Ferias de Muestras. Son los dos carteles que Germán Horacio realiza para la II Feria de 1925 los que mejor demuestran los frutos de esa especialización “decorativa” que reclamaba la crítica, que deben interpretarse como cualidades para el arte publicitario. Sin embargo, no abandona el artista esas dos vertientes temáticas de su obra: la tradicional mirada sobre el paisaje y el ambiente asturiano, y su asunción de una modernidad transformadora. Y aquí, en estos dos carteles, esa doble visión emerge con naturalidad al solicitársele un cartel que únicamente anuncie el carácter industrial y comercial de la Feria, y otro que atienda más a la publicidad turística resaltando los valores del paisaje. El primero combina un paisaje fabril con un gran trasatlántico como imagen de la condición productora de Asturias y de su vocación americanista, pues no en vano la Feria se

denomina “Asturiana e Internacional”. De ahí que la prensa dijera de él que “el asunto resume las actividades de Asturias en su aspecto industrial, destacando en primer término la silueta de un trasatlántico, que simboliza el hispanoamericanismo”. De este cartel, denominado “grande”, se realizó una tirada de dos mil ejemplares y fue litografiado por Artes Gráficas, distribuyéndose ya a fines de mayo. El otro, de temática puramente paisajística, con un árbol en primer plano sobre un fondo de montañas nevadas, era de los considerados “pequeños” por su tamaño y su tirada fue de tres mil ejemplares. Aún había otro tamaño “más pequeño”, del que se hizo una tirada de mil ejemplares. La razón de este reducido tamaño era que estaba destinado a ser colocado en el interior de los comercios o en sus escaparates, y en oficinas, y que tenían una función publicitaria marginal con respecto a la primordial de la Feria, pues su destino era exaltar “la visión del aspecto turístico de Asturias”.

Tras la experiencia pionera de 1924, la comisión de propaganda había ampliado sensiblemente los medios de publicidad. Merece la pena detenerse en ellos para comprobar cómo el cartel se inserta en este complejo publicitario. Se encargaron diez mil pay-pays plegables; novecientas noventa insignias de solapa o distintivos esmaltados; sesenta y cinco mil postales (muchas fotográficas y otras reproduciendo los carteles del año); cuarenta mil planos ilustrados en español, inglés, francés, alemán y portugués; cuarenta mil sobres de la Unión de Gremios –entidad que realizaba una suscripción pública para financiar la propaganda–, ilustrados con fotograbados de paisajes asturianos, y ciento veinte mil sellos que reproducían los carteles de ese año.

Además, se proyectaban artículos y anuncios en porfolios, revistas, diarios y semanarios; la distribución de la propaganda por mediación del Ministerio de Trabajo; la propaganda en el extranjero a través de la participación en la



Exposición de Grenoble, con sellos de la Feria editados en francés, y anuncios luminosos en la Puerta del Sol de Madrid. Los carteles se pegarían en la capital en las vallas existentes en la calle de Alcalá y en la Red de San Luis. Cincuenta y seis anuncios rotulados reproduciendo los carteles en los vestíbulos de otras tantas estaciones de ferrocarril. Para la correspondencia e información sobre la Feria y su participación se encargaron diez mil circulares con el distintivo del “farol lumínico”; veinte mil reglamentos-contratos y miles de circulares. Por último, se concebía el proyecto del rodaje de una película con un presupuesto cifrado entre 10.000 y 15.000 pesetas. Toda esta publicidad se encargaba a representantes o agentes especiales, como los destinados en el País Vasco y Santander, varios eventuales en distintas provincias y un representante comercial para todos los Estados Unidos

V. Zubillaga III Feria Oficial de Muestras Internacional Asturiana, Gijón, 1926 Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

Con ocasión de la III Feria de Muestras de 1926, el encargo del cartel turístico recayó en V. Zubillaga, artista, que como hemos visto encontró cierta especialidad en esta modalidad, y de ese esquema no se aparta para realizar en éste un paisaje de vivo cromatismo, de luminosidad mediterránea, que en nada se relaciona con los rasgos del paisaje asturiano. Coincidió esta distribución de su cartel con su exposición de treinta cuadros de “arte decorativo” en las salas del Ateneo, entre los que se incluían paisajes de Covadonga, Ribadesella, los Picos de Europa, composiciones alegóricas y cartones para tapiz. Para el cartel propagandístico del aspecto industrial-comercial de la Feria desconocemos el artista que lo realizó. En él se recupera una iconografía alegórica tan clásica como un Mercurio de busto en primer término, como símbolo del comercio, sobre un mar que surca una embarcación que lleva bordado en se vela el escudo de Asturias y la inscripción de la Feria. Con un lenguaje poético, el secretario general de la Feria, el inteligente y activo Romualdo Alvargonzález Lanquine, describía el significado del cartel de esta poética forma como trasunto de la aventura de la Feria:

“Por los mares de la duda, entre la niebla del recelo, ante los escollos de la crítica, luchando con las inclemencias de la opinión, con las tempestades de las pasiones, con el frío de la indiferencia y con las calas de la abulia, hizo su viaje anual, la nave mensajera de los prestigios y portadora de las energías y actividades de un pueblo laborioso, pero incomprensivo.

Esta nave triunfadora que pilotos valientes guían empuñando con mano firme la caña del sacrificio está a la vista del puerto y ostenta un nombre grabado en la polea y bordado en el gallardete del palo mayor. Este nombre dice Tercera Feria de Muestras Asturiana. En lejanas tierras se llenaron sus bodegas. Las primicias de la industria ocupan enteramente sus sollados.

Alimentó sus motores la esencia de la voluntad y de la abnegación. Su rumbo fue marcado por el destello del optimismo y la estrella de la esperanza.

Su sirena poderosa anuncia su arribo a los vientos de la fama. Las anclas de su decisión resbalan por los escobones y se incrustan en la roca de la tenacidad. La nave se balancea orgullosa de sí misma, sobre las aguas tranquilas del puerto.

El capitán y los pilotos sonríen. La Tercera Feria de Muestras Asturiana vencedora de los mares, de la niebla, de las tempestades, de los fríos y de las calmas, ha atracado a los muelles de la victoria y saluda con su bandera invencible”.

Para la IV Feria de 1927 la opción va a ser una primera figura nacional del cartelismo y la ilustración como Penagos, sin duda avalado por José Francés, ese crítico e historiador que promueve incansable el valor del arte asturiano. Penagos no es un extraño en el cartelismo asturiano. Un año antes, en 1926, las Juventudes Marianas de Asturias le han encargado el cartel de la convocatoria de la Asamblea Mariana en Covadonga, que él resuelve con un diseño basado en diversos motivos del Santuario. Teniendo como fondo el arco de piedra natural de acceso a la Santa Cueva, destaca en el centro la imagen de la “Santina”, “tal como se venera en la basílica”. Del cartel cromolitográfico se hizo una tirada de tres mil ejemplares, “que se repartieron por todas las diócesis de España, fijándose, además, en las principales estaciones de los ferrocarriles de Asturias y Santander”.

De nuevo para esta Feria hay un cartel turístico de sutil iconografía con una representación de la Ciencia en esa cabeza femenina alada, aplicada a los frutos más distintivos de esta fértil tierra en unas manzanas que sostiene entre sus manos abiertas en forma también de alas y sobre una de las cuales se posa una abeja como símbolo de la laboriosidad. Como fondo, en dos tonos de verdes, prados y silueta de montañas. Para el cartel propiamente destinado a la Feria, sobre una base en la que se suceden montañas en diversos tonos de azules entre las que se sitúan, como imagen de esos valles mineros y metalúrgicos, cinco chimeneas humeantes que

en su alzada verticalidad componen las dos terceras partes del cartel, sobre un luminoso fondo amarillo, más puro en ese sol circular sobre el que se recorta la cabeza de la mujer vestida con el traje regional como representación de Asturias, que con sus manos alza el caduceo de Mercurio, atributo de la actividad y el comercio.

El encargo a Penagos, un cartelista cuya firma conllevaba por sí sola publicidad, debió despertar suspicacias entre los artistas asturianos, que debieron alegar, según costumbre inmemorial, el porqué se elegía a un artista no asturiano cuando la región se hallaba sobrada de creadores capaces de afrontar un reto de estas características, es decir, un cartel para publicitar el acontecimiento central del verano asturiano. Y como ejemplo de esa riqueza del arte regional, ésta había quedado patente en la Exposición de Artistas Asturianos celebrada en Madrid en 1926. La potencia de esa crítica y la constancia en el debate alentado por la prensa encontraron una salida lógica en la convocatoria de un concurso abierto únicamente a los artistas asturianos; una solución justa que al final tampoco logró satisfacer a todos los participantes. El principal valor de este concurso fue la demostración efectiva de que el cartel asturiano se hallaba en este preciso momento en su edad de oro, y que artistas de todo género hacían de su ejecución un argumento central o un complemento de su producción total.

Esa prensa local, con *El Noroeste* en cabeza, fue la que incitó con más ahínco a la celebración de un concurso. Valorando muy positivamente la elección del cartel como medio elemental de propaganda, defendía un concurso cerrado entre los artistas asturianos para la elección del de 1927:

“Nosotros suponemos que el Comité de la Feria de Muestras apelará también al mismo sistema (concurso), y suponemos también que aproveche esta oportunidad para que el interesante exponente de la actividad de Asturias sea siquiera en ese solo aspecto

un motivo para que nuestros artistas se den a conocer. Hay en nuestra provincia pintores y dibujantes en número y calidad suficientes para que un concurso de carteles al cual acudan, sea una sugestiva manifestación del arte astur. Si se ofrecen premios, ni más ni menos cuantiosos que los que se asignan en otras partes en tales casos, estamos seguros de que los artistas asturianos se esmerarán, y la Feria contará con un atractivo más, pues la exposición de todos los carteles tendrá tanto interés, por lo menos, como cualquiera otra instalación que pudiera organizar. Esto aparte, entendemos que ya es hora de velar, colectivamente, por los prestigios individuales que en Asturias viven casi ocultos, por un alejamiento completo de la opinión local. La oportunidad que se presenta ahora es magnífica y no debe desaprovecharse”.

El mismo medio de prensa, al cierre de presentación de obras a concurso, reincidía en estas ideas en defensa de los cartelistas asturianos:



Penagos IV Feria de Muestras Asturiana, Gijón, 1927 Artes Gráficas, Gijón Col. Muséu del Pueblu d’Asturies



“Recordamos que el pasado verano, después de ver los carteles que anunciaron el anterior certamen (realizados por Penagos), indicamos la conveniencia de abrir un concurso entre artistas asturianos. Estábamos seguros de que sería un éxito y la realidad ha venido a darnos la razón. En Asturias hay muchos artistas capaces de hacer un buen cartel, y si el Comité expone los que ha recibido, en número superior a treinta, la opinión se convencerá de que no es preciso salir de los límites de nuestra provincia para encontrar una buena obra artística en esa modalidad. Por otra parte, es de aplaudir la iniciativa del Comité, pues conviene poner en contacto a las gentes de

Asturias con sus artistas, más abandonados aquí que en ninguna otra provincia”.

Como consecuencia de esta campaña, con argumentos tan sólidos como directos, el Comité Ejecutivo de la Feria decidió convocar el concurso, “al que podrían acudir libremente todos los artistas asturianos”, cuyas bases se dieron a conocer ya en diciembre de 1927. La primera condición exigida era que los artistas debían tener presente para la realización de los carteles, que éstos debían anunciar al mismo tiempo la Feria de Muestras y la Exposición

Agro-Pecuaría. El tamaño máximo de los bocetos permitido era de 120 x 87 cm, “sin margen de ninguna clase”.

Los bocetos debían ajustarse a unas condiciones para poder ser ejecutados litográficamente como carteles: que no exigiesen más de ocho tintas planas, con la terminante exclusión de las plateadas y doradas. Para la realización de los bocetos se podría utilizar cualquier procedimiento pictórico, salvo el óleo. Todos los bocetos debían llevar el rótulo: “V Feria de Muestras Asturiana Oficial, e Internacional, y Exposición Agro-Pecuaría. Gijón, 10-25 de agosto de 1928”. Se sumaban otras bases como la utilización de lema, autoría en sobre cerrado, certificación, lugar y plazo de entrega, etc. Venían después las bases que provocarían fricciones y problemas serios con los artistas. El Comité Ejecutivo de la Feria se reservaba el derecho de admisión, pudiendo excluir a aquellos trabajos que no se ajustasen al espíritu y texto de las bases, “y los que por razones morales o estéticas no merezcan ser exhibidos”. Se planteaban dos premios (1º. de 1.000 pesetas y 2º. de 500 pesetas), y “además se podrán adquirir otros trabajos mediante indemnizaciones que en total no excedan de mil pesetas”. Tales cantidades fueron consideradas exiguas y poco estimulantes por su escasa cuantía para atraer a los jóvenes artistas. El concurso podría declararse desierto, siendo el fallo inapelable, pues la mera presentación de la obra conllevaba el total acatamiento de las bases. Se fijaba la fecha del fallo del jurado y su comunicación pública, y el modo de exposición que se considerase más oportuno: únicamente los premiados o bien todos los presentados.

Además de la cuantía y distribución de ésta según los premios, la penúltima base sería la que de modo más serio causaría fricciones, por el oportunismo de la organización y la utilización casi espuria, cuando no directa explotación, de los artistas y su trabajo:

“El Comité Ejecutivo quedará propietario absoluto de los trabajos premiados y de los que en definitiva adquiera. El hecho de premiar uno o varios carteles no implica la obligación de editarlos, pudiendo reproducirlos al tamaño que estime más conveniente, respetando siempre las tintas del original y utilizándolos libremente para propaganda de la Feria”.

El concurso coincidió además con la constitución de un nuevo Comité Ejecutivo de la Feria en cuya primera reunión celebrada en marzo de 1928 se trató de las labores de propaganda, que para hacerla más efectiva se nombró a dos subcomisiones, y se acordó la exposición de los bocetos presentados a concurso y la elección del jurado encargado de seleccionar a los premiados. La decisión de exponerlos públicamente en el salón de entrada de la Escuela de Comercio fue aplaudida como gesto de transparencia y como muestra de que el Comité de Propaganda “no quiere vivir divorciado de la opinión pública”, una opinión que se expresaba a través de los comentaristas de prensa para quienes tanto el número de carteles participantes –un total de cuarenta y uno–, como la calidad evidente de la mayoría de ellos era ya suficiente para aplaudir la fórmula del concurso.

El Noroeste, que tanto había pugnado por la celebración de este concurso, se felicitaba por el éxito de su lucha y reflexionaba sobre el nivel que había alcanzado el cartelismo asturiano:

“El resultado del concurso de carteles abierto por la Feria de Muestras vino a demostrarnos que no es preciso salir de esta región para hacer una propaganda artística de primera calidad. Asturias tiene cartelistas buenos; no muchos, pero los tiene. Y es evidente, ahora lo vemos, la trascendencia de la iniciativa de la Feria, rompiendo una obstinación de negar importancia a los de casa. Si como esperamos, el jurado calificador cumple con acierto su misión, la V Feria se anunciará más dignamente que la anterior, y la anunciarán artistas asturianos.

En todos los expositores se advierte una loable inclinación a la expresión sintética, que es la

característica obligada de todo cartel. En todos los que han enviado hay algo digno de ser tomado en consideración, claro está, porque no faltan los que permanecen aún, artísticamente, en los comienzos de nuestra Era.

Sin que neguemos sistemáticamente a éstos méritos de toda índole, es forzoso que hagamos justicia a los mejor orientados, a los que tienen el concepto justo de cartel y se atuvieron a las exigencias de esta modalidad artística.

Con decir que el cartel debe ser una estridencia, un grito de color “¡Pan! dans l’oeil”, en la gráfica expresión francesa, no se ha dicho todo. Debe ser eso, en efecto, pero debe serlo a través de muy diversas condiciones: la originalidad, la composición, la armonía cromática o la disonancia bien conseguida; la corrección de dibujo, en fin”.

En base a estos criterios, el anónimo cronista únicamente contemplaba “cuatro o cinco carteles bien logrados”. La crítica especializada no dejó de poner reparos, en especial, a que no todos los bocetos atendían a las cualidades propias y al destino del cartel:

“En realidad no todos los artistas asturianos que han trabajado para este concurso pusieron su mira en lo que más importaba: en hacer un anuncio. No se trata de hacer un cuadro para un Museo, sino de ejecutar algo sintético en su conjunto; simple en sus tonos y llamativo a la vez, sin por eso olvidarse de las reglas del arte ni de su precisa armonía. Era, pues, un anuncio llamativo a lo que había de tender; un anuncio moderno, destinado a poblaciones populosas donde las gentes no pueden detenerse a descifrar minuciosidades y pasan ante los carteles anunciadores dedicándoles, a lo más, una ojeada. La ciencia del cartelista está, pues, en que el cartel surta su efecto de anuncio en esos tan breves instantes”.

Más certero y perspicaz en la crítica se mostraba B. Fernández-Mar al informar a los emigrantes asturianos en Cuba de las características del concurso y de las cualidades de los artistas asturianos para asumir los retos del moderno cartel:

“Muchos de estos artistas jóvenes han concurrido al Concurso de Carteles de la Feria de Muestras, si bien hay que decir que de los más estimables sólo concurrió un corto número, siendo los más, en su gran mayoría, artistas incipientes. Se notaba enseguida la categoría de cada autor por la interpretación artística dada por cada uno al objeto del cartel, por la técnica desarrollada, por la concepción y composición del asunto, y por la orientación estética. Como era de esperar, todos aquellos que balbucean en la expresión pictórica y aquellos otros que no siendo despreciables como artistas no supieron, sin embargo, darse cuenta de lo que debe ser el moderno cartel como orientación estética y como expresión sintética, se inspiraron en la musa rústica ya exclusivamente o ya hermanándola con la de la dinámica industrial, pero dándole una interpretación arcaica, expresando valores externos, y aplicándole una técnica o siguiendo una tendencia estética ajenas a las cualidades requeridas por la pintura de cartel. Éstos fueron los más; pero hubo también una selecta minoría que supieron dar a sus obras el carácter apropiado, que, dándose cuenta de lo que es este Arte y de las corrientes estéticas actuales, presentaron unos primorosos carteles que reunían todas las cualidades de esta clase de pintura para estos tiempos: citemos entre otros Elías Díaz, Germán Horacio, Ignacio Lavilla, Mariano Moré, Alfredo Truan y Faustino Aguirre, cuyas obras perfectamente ejecutadas, de inspiración feliz y original y acertadamente compuestas, constituyeron el blanco de la admiración de los numerosos visitantes”.

En los logros de esas finalidades tan claramente expuestas, y según la particular visión de otros críticos y periodistas, se destacaban los presentados bajo el lema “Ars Una”, del que se señalaba que se ajustaba a la perfección a los requisitos para un cartel de la Feria, describiéndolo en todos sus extremos:

“Sobre un fondo negro, un fondo uniforme, destaca un caballo blanco, en actitud elegante y armoniosa; a casi todo lo alto una mujer que, sin duda, representa a la agricultura; bajo en el ángulo derecho, el escudo de Asturias; y de su ángulo contrario, en la parte de arriba, parten unas banderas de varios países cuyas

Penagos
IV Feria de Muestras
Asturiana Oficial-
Internacional, Gijón, 1927
Artes Gráficas, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

flechas caen sobre el escudo de Asturias; al pie unas alegorías de la industria y el comercio.”

Para el crítico este boceto destacaba en el conjunto de la exposición, y además “atrae prontamente la atención del visitante”. El presentado bajo el lema “Feria” lo describía como otra variante igualmente eficaz y llamativa de cartel de propaganda:

“Un fondo de reflejos, a grandes barras, de la bandera nacional. En primer término una moderna figura de mujer, en tono verde. Es igualmente repique de atención para la vista del que pasa”.

Como “muy bien logrado y ciertamente alegórico” calificaba al presentado bajo el lema “Progress”:

“Con grandes planos, que es lo que se necesita, al fondo, un tractor, un Mercurio, y chimeneas de

fábricas; más en primer término un toro que arrastra una gualdrapa y el escudo; unas guirnaldas de flores y un niño, que trompetea a los cuatro vientos la fama de nuestra Feria de Muestras”.

En el presentado como “Nocturnalia” hallaba similitudes con “Progress”, destacando el tratamiento minucioso de los detalles y el “impecable dibujo”: “Un mocetón recio, manta al hombro (no asturiana, desde luego) que sujeta un magnífico toro, en otros detalles otras alegorías”.

El humorismo, la tradición caricaturesca, se plasmaba en “Portavoz”, de autor identificable, y “de lo más vistoso que se presenta al concurso”.

Dos bocetos del mismo autor –“Mi ternera” y “Gaita y Tambor”– hacían adivinar a un artista de temperamento en el umbral de alcanzar una personalidad definida, por lo que debería ser alentado en esta línea del cartel en la que lograría culminar la perfección.

El boceto “Fusians” “representa a un forjador martillo en mano con un yunta de bueyes, en blanco, al fondo. Muy bien ejecutado, solo encontramos el lunar de lo débil de los tonos. Esto, cierto es, siempre desde el punto e vista de nuestra teoría de que para un anuncio los colores deben ser un tanto estrepitosos”. Ante “Maruxina” era inevitable citar a Arrue por el tratamiento de figuras y la escena: “un hombre lleva cruzados sobre los hombros una oveja; una campesina al lado; fondo de hórreos”.

“Alf” es “una rueda dentada, una manzana y un yugo sobre un fondo uniforme”, asunto muy indicado para anunciar ciertamente, pero en el que al autor “le faltó un poquitín más de acierto en resolverlo”.

En “Lechera” observaba la mano acostumbrada y experta, pero que no había tampoco alcanzado el objetivo perfecto; mientras que elogiaba uno sin lema que

presentaba una rueda dentada, y en una franja que cubría la extensión del cartel incorporaba un haz de trigo y una hoz. Con “Mercurio”, la figura mitológica aparecía en primer término sobre un fondo de rueda dentada, chimeneas, un carnero y otras alegorías.

“Mundial”, con dos figuras en primer término: un hombre llevando en las manos el caduceo de Mercurio y una rueda dentada, y una mujer con frutas y espigas en el regazo, junto a un buey, con un fondo de mar y chimeneas. El crítico objetaba la actitud un poco violenta del hombre.

Mal colocado en la sala, lo que dificultaba observar su mérito y su justa valoración, el boceto presentado bajo el “Número Trece” presentaba una figura de minero en primer término “vigorosamente trazada; el pico al hombro; un ternero como alegoría pecuaria; fondo de fábricas”. Era un trabajo “ciertamente estimable”.

Más cuadro que boceto de cartel era el presentado como “Del país”:

“Trasunto hermoso de una escena del agro astur. En un lado, al fondo, alegorías de un cargadero. En los ángulos superiores cuelgan manzanas; como plano del fondo, la verde campiña asturiana, un prado en cuesta por el que sube una muchacha, que se apoya en una vaca, que, con su cría apacienta. Encantador asunto y muy bien tratado: un boceto es, bien se ve, salido de manos de pintor ya triunfante de todas las dificultades de su arte. Es un bello cuadro este boceto, aunque precisamente demasiado cuadro para cartel anunciador”.

En “Eva” se reflejaba en primer término una neña acompañada de una ternera y como fondo un stand de la Feria; y en “Carmina”, era semejante el modelo y la calidad de la ejecución con una neña acompañada de una novilla y un arado con un fondo de construcciones industriales.

Con “Asturias, tierra y vida” regresaba Mercurio airoso montando un caballo blanco y con el escudo de Asturias en la silla, y en “Pro Asturias” aparecía una mujer portando en una



mano una hoz y en la otra una rueda dentada que destaca sobre un fondo negro, acompañando a los escudos de Asturias y Gijón.

En “Fecun” señalaba la crítica que el autor, pese a la originalidad del asunto, no había logrado ejecutarla en su justo término: campo de flores, siluetas de fábricas y un campesino con una macona llena de hierba.

“¡Oh!” debía su originalidad al juego compositivo con siluetas, donde destacaba la de una aldeana astur. Con “Hermes” se retomaba la simbología mitológica con mano inexperta, del mismo modo que “Mercurio XX” explotaba

la imagen de la agricultura y la ganadería.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

El cartel de la 6ª Feria de Muestras Asturiana y 2ª Exposición Agro-Pecuaría, Gijón, 1928. El cartel muestra una figura femenina en un vestido rojo, sosteniendo un cetro en su mano derecha y un caduceo en su mano izquierda. Detrás de ella se encuentra un toro rojo. El fondo es negro con elementos blancos que representan manzanas y una vaca. El texto en el cartel indica: 'GIJÓN 6ª FERIA DE MUESTRAS ASTURIANA 2ª EXPOSICIÓN AGRO-PECUARIA oficial e internacional 10-25 agosto 1928'.

esa mitología con una gran cabeza a modo de relieve rodeada de panoyas de maíz.

“Todo por Asturias” jugaba con una iconografía clásica en tonos llamativos. Sobre un fondo de brillantes semicírculos destaca una figura atlética con toga. Sobre su cabeza y en fondo negro una testuz de toro. Amparando a la figura, dos columnas salomónicas. La Asturias real era la que patentizaban las chimeneas y el maíz.

Esa misma Asturias era la que representaba en “Pascual” la figura de una mujer con una manzana en la mano, y en la misma línea

Mariano Moré
V Feria de Muestras Asturiana
y Exposición Agropecuaria,
Gijón, 1928
Artes Gráficas, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

Paulino Vicente
5ª Feria de Muestras
Asturiana y Exposición
Agropecuaria, Gijón, 1928
Artes Gráficas, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

Antonio Benito
V Feria de Muestras Asturiana
y Exposición Agropecuaria,
Gijón, 1928
Artes Gráficas, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

Mariano Moré
6ª Feria de Muestras Asturiana
y 2ª Exposición Agropecuaria,
Gijón, 1929
Litografía Luba, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

alegórica con carga ideológica “Siempre remar” mostraba a una mujer con un martillo en una mano y la hoz en la otra. Más mujeres y manzanas en “Asturias XX”, con una composición con un fondo de prados con dos vacas y en primer término una mujer recogiendo manzanas en su delantal.

En “Tauro” fracasaban las débiles tonalidades para una composición en la que Minerva dominaba sobre un fondo de fábricas y un toro. Con “Auseva” se regresaba a la esencia campesina de la región: rodeando a una campesina del país sobre tierras aradas se presentaban dos cabezas de vacas, trigo y siluetas alegóricas. Y otro tanto ocurría con “Prometeo” con una vaca paciendo teniendo como fondo el mar y un conjunto fabril. En otro boceto sin lema, otro tipo clásico del país, una aldeana, se ocupa de hilar mientras una vaca pace en un prado.

“Rosina” aportaba al concurso el único boceto de tema minero, con una bocamina en primer término, contrastando con “Fruto Bendito”, cuyo tema único era un conjunto de manzanos cargados de su fruto.

La mitología sumaba en “Tritón” a esta única figura “tratada con vigor”; y “Multiplicámini” era simplemente un dibujo minucioso con valores decorativos. “Ulises” sintetizaba en lo posible los contenidos de la Feria, en tanto “Fermue” y “Grancallada” no merecían mayor atención por ser obras notorias de principiantes. Por último, la crítica desistía en describir el boceto “Litógrafo Eléctrico” por no alcanzar a comprender sus intenciones publicitarias y propagandísticas.

En este somero repaso a los bocetos presentados al concurso se percibía la impronta de los asuntos mitológicos y alegóricos, pero ante todo desaparecían los asuntos o tratamientos específicamente de propaganda turística, y se buscaba una fusión de los elementos iconográficos clásicos de la industria con los representativos de las actividades propias del mundo rural en lo agrícola y ganadero. La razón de estos cambios está en que por vez primera la Feria buscaba otra

especialización, otra mirada comprometida con la economía y la sociedad asturiana, convocando a la vez que la V Feria de Muestras, la I Exposición Agro-Pecuaria, que constituyó un verdadero éxito.

Esta novedad no se le escapó al humorismo popular, que a propósito de la exposición de los bocetos, creó esta copla:

	“Contemplando los bocetos
	Que en el “hall” están sujetos,
	Y, al ver que en ellos hay jacas,
	Toros, terneros y vacas
	Y hasta caballos caretos,
	Así exclamó Nicolás,
	Que es una persona seria:
	–¿Pero no es esto una feria?
	¿Por qué querrán otra más?”

El jurado, reunido el 12 de marzo, estaba compuesto por Nicanor de las Alas Pumaríño, presidente de la Feria; Antonio Alonso, arquitecto municipal de Avilés; Rogelio Martínez, vocal del Comité de Propaganda, y los pintores José Uría, director de la Escuela de Bellas Artes de Oviedo, y Arturo Truan, que no pudo asistir por enfermedad.

En su fallo concedió los siguientes premios:

Primer premio (dotado con 1.000 pesetas) al cartel “Fusains”, cuyo autor era Mariano Moré (Gijón). Segundo premio (600 pesetas) recayó en “Del país”, de Paulino Vicente (Oviedo). Un premio de 200 pesetas a “Auseva”, de Antonio Benito Fernández (Gijón). Un premio de 200 pesetas a “El número 13”, de Iván Fernández Candosa (Gijón) Un premio de 100 pesetas a “Mundial”, de Mariano Moré (Gijón) Un premio de 100 pesetas a “Nocturnalía”, de Tyno Uría Aza (Ribadesella) Un premio de 100 pesetas de “Progress”, de Germán Horacio (Gijón) Un premio de 100 pesetas a “Mercurio”, de Bernardo Uría Aza (Ribadesella) Un premio de 100 pesetas a “Ars Una”,

de Ignacio Lavilla (Gijón) Un premio de 100 pesetas a “Feria”, de Elías Díaz Vigil-Escalera (Gijón).

El resultado consagraba a los artistas gijoneses, pero no todos ellos estuvieron de acuerdo, no con la decisión del jurado, que al menos respetaron públicamente, sino con las condiciones exigidas por la Comisión de Propaganda a los premiados en lo que afectaba a la propiedad intelectual y a los derechos de reproducción, que ésta reclamaba a los artistas que le fueran cedidos sin ninguna contraprestación. Esto hizo que Elías Díaz Vigil-Escalera, Germán Horacio e Ignacio Lavilla retiraran sus bocetos de carteles y renunciasen a su premio en metálico.

Pero desde otros medios, la selección de premiados fue criticada sin contemplaciones y con sólidos argumentos. Fernández-Mar sería uno de los pocos que expresaron su desacuerdo:

El cartel de la V Feria de Muestras de 1928, con el lema "Mundial", de Mariano Moré.

“El público, docto y profano, coincidió esta vez en la apreciación de la calidad de las obras y en estimar su catalogación en el orden de los premios; y estimamos que la apreciación del público era acertada. Empero, el fallo del jurado contradijo en cierto modo las apreciaciones del público y de las personas entendidas en cuestiones de Arte, deduciéndose del mismo alguna desorientación en materia artística, especialmente en pintura para propagandas, y advirtiéndose un extraño desconcierto en la clasificación de las obras premiadas. Hubiera sido muy conveniente una clasificación de más fino tacto, que aquilatase mejor el valor de cada obra. Se reconocerá la necesidad y la conveniencia del esmero en esta clase de fallos. Aparte el imperativo de justicia que siempre reconoceremos dominando en la voluntad de todo jurado calificador, el acierto en el fallo sobre cualquier concurso artístico, científico o literario, se hace muy necesario, porque de él depende una parte del prestigio de los concursantes, y porque contribuye a alentar o a desalentar a hombres verdaderamente artistas, o a avivar la petulancia en los faltos de talento, según que la decisión se ajuste o no a normas de cabal acierto”.

El cartel de la V Feria de Muestras de 1928, con el lema "Mundial", de Mariano Moré.

Llama la atención una decisión tan radical de retirar la obra, sobre todo en Germán Horacio, pues el cartelista gozó de atenciones privilegiadas por parte de la Feria, en cuyo Palacio o edificio central ocupó un espacio en la zona de acceso a los jardines en la que mostró una colección de sus carteles, que fueron calificados de “espléndidos”, a modo de exposición. Podría ser que el artista hubiese pagado alquiler, aunque las crónicas de la inauguración del evento, el 10 de agosto, señalen de pasada esta muestra, que no tuvo en la prensa ninguna otra repercusión. Fue en muchas décadas la única exposición monográfica de un cartelista asturiano celebrada en la propia Asturias.

La Comisión sacó a concurso entre las empresas gráficas asturianas y españolas (“siendo siempre preferidas en igualdad de condiciones las de nuestra región”) la edición de carteles grandes y pequeños, postales y sellos, logrando la adjudicación Artes Gráficas, de Gijón. Como carteles, tarjetas postales y sellos se editaron los tres primeros premiados: Moré, Paulino Vicente y Antonio Benito Fernández.



El cartel de la V Feria de Muestras de 1928, con el lema "Mundial", de Mariano Moré.

Cartel presentado en el concurso de la Feria de Muestras con el lema "Mundial", de Mariano Moré, 1928

Foto de Constantino Suárez

Los desencuentros finales del concurso debieron hacer desistir a la organización de la Feria a utilizar esta misma fórmula del concurso para la convocatoria del evento en 1929 –año en que la Feria estuvo a punto de no lograr la pertinente autorización gubernativa al coincidir con las de Barcelona y Sevilla–, aprovechándose de las condiciones impuestas en el concurso de 1928 para anunciar la del año siguiente, utilizando al menos dos de los carteles premiados en ese año: “Mundial”, de Mariano More, y “Nocturnalía”, de Tyno Uría Aza (cat. n.º 58). Este último cartel se litografió en Artes Gráficas, mientras que la tarjeta postal del de Moré se realizó en Litografía Luba.

El concurso de 1928 consagró a cartelistas ya conocidos y dio a conocer a otros de los que hasta entonces no existía información de su dedicación al género. Así ocurre con Goico Aguirre (Faustino Goicoechea Aguirre, Oviedo, 1905-Madrid, 1987), que Fernández Mar cita como Faustino Aguirre. Es ésta la primera noticia sobre su labor como cartelista, vertiente creativa que lo consagrará en la década siguiente como el más interesante creador junto a Germán Horacio, cuando realice una serie de bocetos para cartel de publicidad del tabaco para la Unión Española para la Industria y el Cultivo del Tabaco, que creemos no se llegaron a litografiar, el magnífico conjunto de carteles cinematográficos o su obra en plena Guerra Civil.

Lo mismo ocurre con los polifacéticos hermanos Uría Aza: Tyno (1904-1984), Bernardo (1892-1974) y Antonio (1902-1984). Tyno había realizado por encargo algún cartel de tema turístico, y en 1927 obtuvo el primer premio en el concurso de carteles de propaganda veraniega convocado por el Ayuntamiento de Santander con la obra presentada bajo el lema “Mar y nubes”, obteniendo también otro primer premio en un concurso celebrado en Zaragoza. De su hermano Bernardo desconocemos en cambio cualquier antecedente de atención al cartel con anterioridad al logro de este premio.

Tampoco era conocido como tal Ignacio Lavilla Nava (Gijón, 1895-México D. F., 1980).

De familia de artistas por ambas ramas –era sobrino del pintor Nemesio Lavilla y nieto del excelente imaginero Vicente de Nava–, cursó estudios en la Academia de San Fernando, compatibilizando la creación artística con el periodismo, que ejerció desde 1921, con especial atención a la crítica de arte. Como cartelista y diseñador gráfico sabemos que obtuvo una mención honorífica en uno de los clásicos concursos de carteles del Círculo de Bellas Artes de Madrid, realizó ilustraciones en portfolios, y, tras este desencuentro con la organización de la Feria, diseña en 1930 el diploma oficial de este certamen. Identificado con las izquierdas, fue redactor jefe del periódico *Avance*, y tras sufrir en la posguerra procesos e internamientos, funda en Gijón en 1949 la activa Agrupación Gijonesa de Bellas Artes, de la que sería primer presidente, y vicepresidente del Ateneo Jovellanos, cargos que ocupó hasta su exilio a México en la década siguiente, donde se dedicó a la pintura y a la ilustración de obras literarias y de texto.

Más curiosa resulta esta incursión en el cartelismo del oftalmólogo Elías Díaz Vigil-Escalera (Gijón, 1903-1978), que destacó como dibujante desde niño, cuando publicó dibujos en la revista infantil *La Tribuna*. Durante su etapa de estudiante en Madrid en los primeros años veinte –finalizó la carrera de Medicina en 1926–, realizó dibujos para la revista *Buen Humor*, y en Gijón aportó dibujos y anuncios publicitarios de un estilo muy personal y con la firma “Elías” a algunos programas y portfolios veraniegos gijoneses, destacando por su calidad la portada del *Gijón Verano 1932*. Ilustró algunas obras literarias, sobresaliendo entre ellas *El calvario de piedra* (1930), de Joaquín A. Bonet, en uno de cuyos dibujos –interior de una oficina–, reproduce un cartel turístico de Asturias.

Entregado al arte, además de ser licenciado en Ciencias Químicas y profesor de Enseñanza Media, fue Iván Fernández Candosa (Gijón, 1906-1976), que en estos años se especializó en la realización de pergaminos y diplomas,

siendo ésta la única noticia que tenemos de su incursión en el cartel.

Otros artistas de esta generación que con seguridad participaron en el concurso, aunque sus nombres no trascendieron, fueron Pepe Sala (José Álvarez-Sala y Álvarez-Sala, Gijón, 1904-1965), sobrino del pintor Ventura Álvarez Sala, pensionado por el Ayuntamiento de Gijón, junto a Germán Horacio, para realizar estudios en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando, que como muestra de sus adelantos ofrece en 1923 al municipio un cuadro al óleo –“busto de una gitana”– y un boceto para el cartel anunciador de los festejos veraniegos de ese año que “representa un grupo de dos lindas vecinitas que charlan en la playa con un caballero. Tiene contrastes de colorido muy vistosos y acusa una técnica sui generis muy aceptable”. El artista se especializó en la posguerra en el retrato, celebrando varias exposiciones.

También es posible citar entre los no mencionados a Fernando Cienfuegos-Jovellanos (Gijón, 1907-1933), que muy joven aún se dio a conocer como caricaturista y dibujante



Cartel presentado en el concurso de la Feria de Muestras con el lema “El número 13”, de Iván Fernández Candosa, 1928
Foto de Constantino Suárez

publicitario, para pronto interesarse por el cartel. En 1927 realiza el anunciador de los bailes de Carnaval de la Asociación de Dependientes, que mostró en el escaparate de un comercio de la calle Corrida; y al año siguiente el del Certamen Regional del Trabajo de La Felguera, calificado de “admirable”. Al anunciar su autoría, la gacetilla señala que “ya conocíamos algunas obras más de este carácter”, lo que transmite que su producción cartelística fue más amplia. El autor del cartel de 1930 de ese Certamen fue el artista felguerino José de Miguel.

Es muy probable que otro de los artistas obviado en las informaciones sea Luis Pardo Díaz (Gijón, 1910-2000), de quien se conservan un boceto para cartel de la Feria de Muestras fechado en 1927 y un Mercurio abocetado como motivo para cartel, con el mismo destino y fechado en igual año.

Y el mismo anonimato inducido se les podría aplicar a Crisanto Santamarina Izquierdo (Oviedo, 1899-San Sebastián, 1975), que en su etapa madrileña realizó carteles y trabajó como ilustrador al lado de Penagos para el editor Saturnino Calleja, y ya en San Sebastián abrió un estudio publicitario en el que realizó gran número de carteles para la industria y las instituciones guipuzcoanas. También podría haber participado Félix Gazo Burriel (Oviedo, 1899-Zaragoza, 1933), que aunque ausente de su ciudad natal desde 1922, seguía manteniendo estrecho contacto con sus condiscípulos de la Escuela de Artes y Oficios de Oviedo. En estos años, Gazo se interesó por el cartel, logrando varios premios.

Tampoco se puede descartar la participación de “Marola” (Manuel Rodríguez Lana, Gijón, 1905-1986), para quien ya la realización de carteles y diseños publicitarios, en una etapa de su biografía llena de dificultades y vacilaciones, era un objetivo, como lo fue para Luis García Rovés desde similares inquietudes.

Por último, de quien carecemos de toda noticia es de Antonio Benito Fernández.

Los conflictos surgidos con la elección del cartel y la planificación de la propaganda



hicieron que el boceto de la Feria de 1930 fuera encargado a la firma publicitaria Roldós-Tiroleses, cuya sucursal gijonesa dirigía entonces Policarpo Conesa. El cartel conjugaba los colores de la bandera española para fondo y texto con motivos y escenas industriales, agrícolas y ganaderas silueteadas en negro y con composición en zeta.

Con los efectos de la crisis de 1929, la Feria, nacida al amparo de la Dictadura de Primo de Rivera y de la monarquía alfonsina entra en declive. La que debiera ser la IX convocatoria en 1931, ya instaurada la República, no se celebrará. De este modo se cierra uno de los capítulos más brillantes de la historia del cartel asturiano, reflejando también en sus conflictos la debilidad de las estructuras publicitarias regionales, la falta de confianza en la propia capacidad creadora de los artistas asturianos y un recurrente estancamiento que sólo en periodos concretos logra dejar ver sus verdaderos valores.

Roldós-Tiroleses S. A.
7ª Feria de Muestras Asturiana y 3ª Exposición Agropecuaria, Gijón, 1930
Artes Gráficas, Gijón
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

7

Una proyección nacional. La exposición de carteles “Pro Asturias”

La última iniciativa que valora el cartel como medio irrenunciable de cualquier campaña de propaganda y que vuelve a incorporar a los artistas asturianos, ahora en un papel de igualdad, en el panorama del cartel de su época, va a ser la convocatoria de una exposición en 1933 realizada bajo el título “Pro Asturias”.

La obsesión institucional por el turismo como sector económico desaprovechado, al no ser explotadas las bellezas naturales de la región atrayendo a viajeros estacionales, se mantiene inalterable en medios y fines teóricos y prácticos desde fines del siglo XIX. Es cierto que la labor del Patronato Nacional de Turismo ha supuesto un empuje en la puesta al día, pero la sensación de falta de unión y de dispersión de energías en torno a las perspectivas sobre cómo articular el sector y buscar la colaboración institucional para solucionar los problemas de infraestructuras de comunicación y alojamiento, apenas hacen eficaces algunos logros de la década anterior.

Ante esta situación, la Junta Local de Gijón del Patronato Nacional de Turismo y el propio Ayuntamiento de la ciudad serán los organismos más activos en la búsqueda de soluciones, gracias sobre todo a labor desplegada por Rafael Villa, secretario de la Junta gijonesa, quien impulsa la celebración en octubre de 1932 de una Asamblea de Ayuntamientos de la Costa Asturiana para debatir diversas ponencias sobre políticas turísticas. Uno de los proyectos de ponencia era relativo a la propaganda, con una proposición de medios unificados y comunes para todos los municipios costeros, con la edición de carteles únicos y la apertura de una oficina turística en Madrid, en los locales del Centro Asturiano de la capital. En su redacción final, la comunicación aprobada por la asamblea señalaba:

“Se acuerda hacer un proyecto de propaganda mancomunada, mediante el empleo de carteles, pequeños folletos y publicidad en la prensa de Madrid y provincias castellanas, cuyo proyecto y presupuesto se remitirán por la Junta de Turismo de Gijón a los Ayuntamientos con el fin de que éstos puedan estudiar sus disponibilidades y acordar una cantidad fija en el presupuesto municipal”.

Nada de lo acordado se llegará a materializar, y únicamente la constancia de Rafael Villa logrará alcanzar el objetivo de realizar una exposición de carteles concebida como propaganda turística bajo el título “Pro Asturias”; un modelo de muestra ya puesto en práctica con éxito y que, después de esta exposición, tendría continuidad en el mismo formato. Para su organización, Villa contará con el apoyo del Ayuntamiento de Gijón, a través del concejal Félix Guisasaola; de la UDE, del agente publicitario José Ramos García, asturiano retornado de Cuba, y, sobre todo, de José Francés.

Los primeros pasos se dan ya en diciembre de 1932, asegurando el patrocinio de la UDE (Unión de Dibujantes Españoles) y el local para la exposición: las salas del Círculo Mercantil, que se piensan son las más idóneas. En el mes de marzo, la Comisión Municipal de Festejos de Gijón realizaba una propuesta al pleno municipal para financiar la exposición que se habría de celebrar en mayo en los salones de *El Heraldo de Madrid*, en la plaza de Callao. En los documentos aportados, la entidad organizadora es la UDE, y se señala que se otorgará una medalla de oro al mejor cartel artístico de propaganda asturiana para atraer al “veraneante”.

Las bases para formalizar el acuerdo entre el Ayuntamiento y la UDE están firmadas por José Francés, que una vez más actuaba de valedor de los intereses de Asturias. De acuerdo a ellas, la exposición se celebraría en el mes de mayo y la UDE se comprometía a imprimir un cartel anunciador con el lema “Exposición Pro Asturias”, que colocaría profusamente por Madrid, entregando doscientos ejemplares al

Ayuntamiento de Gijón para su colocación en otras poblaciones, y otros doscientos ejemplares sin inscripción de fechas y lugares para su aprovechamiento en las otras muestras previstas en Valladolid y en el propio Gijón. También se haría la necesaria publicidad por medio de circulares en la prensa.

El Ayuntamiento de Gijón, por su parte, se comprometía en firme a la adquisición de diez carteles al precio de trescientas cincuenta pesetas cada uno, pudiendo elegir el tema y leyenda de los mismos, con lo cual pasarían a ser de su exclusiva propiedad. También debía adquirir en trescientas cincuenta pesetas el cartel anunciador de la muestra. El pago de estos once carteles se realizaría en un 50% a la firma del contrato y el 50% restante a la apertura de la exposición en Madrid. Por último, el Ayuntamiento debía aportar el local necesario para hacer la exposición en Gijón a lo largo del mes de agosto, y la UDE daría preferencia en los contratos de los carteles publicitarios a entidades comerciales con domicilio en Asturias, casas asturianas residentes en Asturias o fuera de Asturias, no debiendo además pasar del número de quince el resto de carteles a exponer que “no sean fundamentalmente de Asturias”. El pleno del Ayuntamiento de Gijón de 30 de marzo de 1933 aprobaba la asignación de 3.850 pesetas para la realización de la muestra, cantidad con cargo al presupuesto de la Comisión de Festejos. Franqueados los escollos financieros, de este modo se ponía en marcha definitivamente la realización de la exposición. La muestra sería denominada también “Salón de Carteles Publicitarios Pro Asturias”, al ser otro de sus objetivos establecer una relación entre dibujantes y entidades o personas que pudiesen utilizar para sus fines sus creaciones:

“Un buen cartel propaga con la mayor eficacia; pero como no todo el que lo necesita tiene nociones para elegir por sí lo que más le conviene, bien está que se fomenten las exposiciones y se oriente al público habituándolo a juzgar”.

Pero la respuesta por parte de estos sectores comerciales más interesados en hacer publicidad de sus productos no fue la esperada:

“El comercio y la industria regional ha respondido muy débilmente a esta manifestación esencialmente asturiana y aunque esperamos aún que algunas entidades oficiales y algunas otras empresas importantes acudan al certamen, debemos desde aquí dar las gracias a los industriales, muchos de ellos modestos, que con viva perspicacia comercial y profundo amor a su tierra no han vacilado en cooperar a este acto”.

La inauguración, celebrada el 19 de mayo, fue sobre todo un acto de afirmación regional. La ceremonia la abrió Félix Guisasola en representación del alcalde de Gijón, siguiéndole con palabras de saludo Fondevilla, director de *El Herald*o *de Madrid*. El cartelista Ferrer habló en nombre de sus compañeros de la UDE y el crítico Vegué Goldoni, en ausencia de José Francés, disertó sobre “El arte del cartel en España”. En su pequeña conferencia señaló que aunque este arte no se creó en España, sino que fue importado, “en poco tiempo se ha conseguido un plantel de cartelistas que pueden codearse con los mejores artistas extranjeros”, aunque contemplaba como un defecto del colectivo “el ambientarse en una quimera estética que no es propia de España, pero fuera de esto la técnica del cartelista español avanzaba con una mayor eficacia” como venían a demostrar las obras de Ribas, Penagos y Bartolozzi en esta exposición, en quienes veía el pequeño defecto “de seguir las leyes que vienen de Alemania, pues conviene ante todo, sin exagerar la nota, una nacionalización racional del cartel español”, y por último se felicitaba porque Asturias despertaba de su letargo en las políticas turísticas a través del cartel.

El acto continuó con el recitado de una poesía de Alfonso Camín por Blanquita Jiménez y la lectura de unas cuartillas de Palacio Valdés evocando su tierra natal.

En días sucesivos, dieron conferencias Valentín Andrés Álvarez sobre “Paisaje de Asturias”; Eduardo Martínez Torner sobre la música y los bailes tradicionales asturianos; Marcelino Suárez, secretario del Ayuntamiento de Avilés, sobre la vida económica de Asturias, cerrando el ciclo José Francés sobre el arte contemporáneo asturiano. Las palabras de clausura de la muestra el 5 de junio correspondieron a Federico Ribas, que como presidente de la UDE agradeció la colaboración de entidades y particulares en llevar a buen fin la muestra. El cartel anunciador de la exposición, calificado de “espléndido”, fue realizado por Germán Horacio, quien lograba una interpretación sobria de Asturias con juegos de tintas azules y verdes de mar y montaña: “He ahí todo: impresión exacta, transcripción acertada de características, tratadas con una sincera ponderación de medios de concepción y realización”.

El plantel de cartelistas era sin duda el conjunto más relevante del cartelismo español del momento, pese a algunas ausencias notables, y sus bocetos para cartel cubrían todos los aspectos posibles para una campaña de turismo que propagara tanto los valores paisajísticos como monumentales, ampliándolos con productos distintivos de la región. Briones, utilizaba una perspectiva clásica de la Playa de San Lorenzo con el Campo Valdés y la iglesia de San Pedro para su cartel “Gijón, sede del turismo”; Prieto, con una gran panorámica de Salinas, firmaba el cartel “Salinas, playa amplísima y tranquila“. Benet, empleando virtuosamente una variada gama de verdes, había confeccionado el cartel “Maravillosa desembocadura del Sella“; Pedrosa firmaba el titulado “Llanes, archivo de las tradiciones astures“.

Los carteles turísticos dejaban paso a la publicidad comercial con los carteles de Ferrer para Toldos Echaniz; Félix Alonso para El Gaitero; Carlos de Salazar para Carbones Ortiz Sobrinos; Moliné para La manzana de Asturias; Molina Gallent para Pesca y conserva en Asturias; Benet, para la única empresa del

sector gráfico asturiano que apoyó la iniciativa, Litografía Luba, y Ribas para la Fábrica de loza de San Claudio. Completaban la exposición otros bocetos de cartel de Rivero Gil, Gorí, Tono, Espert y Melendreras con asuntos dedicados a Avilés, Covadonga y otros puntos.

Los dos asturianos que participaron, por ser ambos miembros de la UDE y residentes en Madrid, fueron Germán Horacio y Máximo Viejo. Germán Horacio, además de ser el autor del cartel anunciador, realizó el titulado “Coto Nacional de Caza de los Picos de Europa”, que la crítica consideró como la obra cumbre de su producción contemporánea, “una magnífica creación de intachable composición y técnica” en la que solamente un artista asturiano como él era capaz “de dar esa tremenda impresión de la Asturias montaraz y primitiva, sentida con todo su temperamento artístico”. No fue sólo la crítica la que dejó patentes estos valores, pues

el público asistente a la exposición valoró este cartel como el de mayor calidad de la muestra, al ser el que mejor recogía el espíritu de la región, concediéndole por votación popular la medalla de oro “Pro Asturias”. En la vertiente de la publicidad comercial, Germán Horacio realizó también, con recursos humorísticos, el del licor Curaçao Ponga.

Máximo Viejo, por su parte, firmaba el cartel dedicado a La Caverna de Candamo. La exposición “Pro Asturias” viajó después a Valladolid, donde fue inaugurada en los salones del Círculo Mercantil el 10 de junio con una conferencia de Francisco de Cossío.

Su destino final fueron las salas del Ateneo Obrero de Gijón, donde la exposición se inauguró el 11 de agosto de 1933 con asistencia de gran número de autoridades, entre ellas el escultor Víctor Hevia, Delegado de Bellas Artes. Fue una de las ofertas más

atractivas del programa de festejos de Begoña de ese año, clausurándose el día 30 de ese mes.

Pese a que la iniciativa no tuvo continuidad, y su repercusión fue relativa, no por ello dejó de ser un revulsivo para el cartelismo asturiano, que en estos momentos mantenía una dignidad en su oferta que solamente recuperaría en los años trágicos de la Guerra Civil y, posteriormente, a través de algunas individualidades notables.

Pero este modelo de exposición diseñado por la UDE si tuvo continuidad, al menos en 1934 con el I Certamen de Carteles Pro Guipúzcoa, planteado ahora como concurso, con un jurado compuesto por Elías Salaverría, Ángel Vergué, Federico Ribas, Ángel Beñarán y Pedro Prat, quienes eligieron entre otros el cartel creado por Viejo para el Círculo Automovilístico y el de Germán Horacio para promocionar la villa costera de Zarauz.

8

Nacidos para la fascinación por el cine. El cartel de cine en Asturias

La generación nacida en torno a 1900 no pudo ni quiso escapar al encantamiento que el cine ejerció sobre su comprensión de la identidad gráfica de su época y la incidencia que tendría en todos los órdenes de la creación cultural. Es Ovidio Gondi, como crítico cinematográfico, quien mejor deja patente en la Asturias de ese momento esa fascinación que ejerció la imagen fílmica sobre sus contemporáneos.

El primer pintor decorador de quien tenemos noticias como ejecutor de los cartelones y otros reclamos cinematográficos, en concreto para el Teatro Campoamor de Oviedo, es de Gustavo de la Fuente González, nacido en Valladolid, aunque su infancia discurrió en Gijón, donde se estableció su familia desde al menos 1898. Su padre, el pintor Mariano de la Fuente, natural de Palencia, se destacó en el ambiente finisecular como un digno marinista, con paisajes de las playas y acantilados cercanos a la villa y también como autor de obras de escenas costumbristas de pescadores, como la titulada “Los que viven del mar”. Logró una medalla de oro en la Exposición de Palencia de 1903 por el conjunto de obras presentadas al certamen, definiéndosele entonces como “distinguido artista gijonés”. En 1909 está activo en Llanes realizando paisajes de su costa.

Su hijo Gustavo, tras residir en León, se da a conocer en 1921 como pintor-decorador y rotulista en Sama de Langreo, formando la sociedad “Lafuente y García”. Pasa después a Oviedo, donde funda hacia 1928 el taller de pintura “La Decorativa”, donde trabajan con él sus hijos Gustavo y Daniel, firmando sus trabajos como “Lafuente e hijos”. Su primer taller se situaba en la calle Santa Susana, 18, para después instalarse en el “Barrio Valdés”, en la calle Fuente del Prado, 15 y en la de

Arzobispo Guisasola, 2. Para entonces Gustavo Lafuente era conocido como decorador y escenógrafo, pero no olvidaba la pintura de caballete, presentando sus obras a algunas exposiciones y concursos como el Certamen Provincial del Trabajo de 1930, donde logra un tercer premio en la sección de pintura. Su trabajo profesional para cines y teatros de toda la región, lo cumple haciendo compatible esta labor con su militancia socialista, que pronto derivó hacia un activo comunismo, participando en la Revolución de octubre de 1934, en la que falleció su hija Aida, mítica revolucionaria. Durante la Guerra Civil tuvo en Madrid un destacado papel en la organización de los servicios de propaganda republicana. En esos años 20, el dibujante y caricaturista BYA (Braulio Iturbe Álvarez), hará publicidad cinematográfica para la empresa “Seleccine, S.A.”, cuya oficina de representación para Asturias, León y Palencia llevaba en Gijón David F. del Campo Collar. Significativos de su aportación son los anuncios de las seis cintas que protagonizaba “Fatty”.

A la pintura decorativa, y con ella a la realización de cartelones de cine, se dedicó también el polifacético Adolfo Meana López (La Riera, Trubia, 1884-Gijón, 1966), quien inicia sus estudios en la Escuela de Artes y Oficios de Oviedo, para luego trasladarse a Gijón. Entra a trabajar como oficial de los talleres de Lladó y Calsina, donde coincide con Pedrín Sánchez, al tiempo que para ampliar su formación asiste en el Real Instituto de Jovellanos a las clases de Fernando Pallarés y a las que en horario nocturno se dan en el Ateno-Casino Obrero. En 1904 obtiene sendos premios en el Certamen del Trabajo y participa en la decoración de diversos edificios. Pronto se traslada a Madrid donde combina su trabajo de pintor-decorador e iluminador de abanicos con la asistencia a las clases en el estudio de Fernando Iñigo, donde conoce a Julio Antonio, y realiza copias en el Museo del Prado.

En 1910 embarca en Gijón rumbo a Burdeos y se traslada luego a París. Esta estancia

francesa se prolonga por unos meses, pues en 1911, y desde Burdeos, viaja a Nueva Orleáns, dando comienzo a un largo periplo americano, que suma México D. F., Ciudad Juárez y El Paso, donde en 1914 celebra su primera exposición individual que tiene eco en Asturias. Inicia entonces su labor como ilustrador gráfico y diseñador publicitario para la sociedad “Mc.Klintock and Company”, en los estados de California y Arizona, contrayendo matrimonio con Teresa Sierra.

En 1917 se establece en La Habana. Allí se da a conocer en los medios de la emigración asturiana como especialista en retratos, realiza ilustraciones para la revista *Bohemia* y el *Diario de la Marina*, decoraciones para los almacenes El Encanto y cartelones cinematográficos para el Teatro Payret, sin olvidar la pintura, pues presenta tres exposiciones en la galería Armand, Los Amigos del Arte y el Liceo de La Habana. Durante su estancia en esta ciudad entabla amistad con diversos artistas como Peña, Flores Merodio, Pinazo, Messeguer o Foujita. Pero su



Boceto para cartel anunciador de la “grandiosa revista” *Molly*, en el Teatro Dindurra, Gijón, 1931
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

periodo en la capital cubana tampoco se prolonga mucho, pues en 1919 decide trasladarse a Cienfuegos para ser director artístico de la fábrica de objetos de porcelana que instala en la ciudad su pariente, el también asturiano Emilio García Canteli. Esta etapa en Cienfuegos va a ser la más productiva y satisfactoria de su amplia carrera, pues abre estudio y se convierte en reconocido maestro de toda una generación de artistas, fundando además el Círculo de Pintores-Artistas, y promoviendo la constitución de la Academia de Pintura y Dibujo de San Lorenzo.

En 1934 regresa a Gijón, donde continúa con la labor pedagógica, abriendo una academia en la calle Cabrales. Tras la Guerra Civil, colabora en el taller del imaginero Pedro García Borrego y retoma su faceta de pintor publicitario realizando grandes carteles y decorados para la Compañía Asturiana de José Manuel Rodríguez. No olvida la pintura, mostrando paisajes cubanos y retratos en los escaparates de algunos comercios, que al lado de algunos de temática asturiana serán los que integren su primera exposición individual en Asturias, en 1959, en la salas del Real Instituto de Jovellanos.

Suele confundirse a Adolfo Meana con Manuel García Meana, el dibujante y cartelista nacido en Gijón en 1911, que siendo muy joven se dio a conocer como caricaturista en *La Prensa* y en *El Noroeste*, realizando diseños publicitarios y de algunas revistas como *Asturias Ganadera* (1934). En 1933 celebró su primera exposición en el Ateneo Obrero, con trabajos que resaltaban su faceta como caricaturista, y al año siguiente abre su estudio como dibujante publicitario en la calle Anselmo Cifuentes, 11-4º. Utiliza como motivo de un anuncio de ese estudio, un curioso autorretrato caricaturesco en el que se presenta dibujando un desnudo femenino. Meana, que así firmaba sus trabajos, realiza las grandes carteleras que en la fachada del cine Los Campos Elíseos anunciaban los estrenos de las películas, y durante la Guerra Civil hará algunos carteles.

Pocos años más joven que Adolfo Meana López, pero compartiendo la misma atracción por América, en este caso por Chile, es José R. Prida Solares, nacido en Gijón en 1889, y formado en el Real Instituto de Jovellanos con Pallarés. Emigró a Chile, y cursó estudios en la Escuela de Bellas Artes de Santiago, dirigida entonces por el pintor español Álvarez de Sotomayor. Regresó a Gijón en torno a 1920, y al año siguiente realizó su primera individual en el Ateneo, que tuvo cierta repercusión, pero tal vez no el reconocimiento que esperaba el artista. Es probable que por ello, se convirtiera en pintor-decorador y diseñador gráfico, realizando carteles cinematográficos para el cine Los Campos Elíseos y otros de publicidad comercial.

América fue también el horizonte de otro artista que encontró en la publicidad y el cartel cinematográfico y de espectáculos un complemento a sus inquietudes artísticas. “Arteche”, Cristóbal Mauro Arteche de Miguel (Gijón, 1900-Madrid, h.1964) emigró en 1917 a Cuba, estableciéndose en La Habana como pintor de abanicos y, más tarde, como caricaturista en el diario *La Nación*. Su estancia en la capital cubana se prolongó dos años, trasladándose a Nueva York donde trabaja como cartelista para los grandes teatros de variedades. Este contacto con el mundo del espectáculo lo anima a trasladarse a Hollywood, donde frecuenta los estudios cinematográficos y elabora como dibujante retratos y caricaturas de las estrellas del cine que reproducen periódicos y revistas de toda Hispanoamérica. En permanente inquietud viajera, recorre todo el continente hacia el sur. En 1924 lo hallamos en Chile, donde expone por vez primera su obra pictórica en una individual en la sala del periódico *El Mercurio*, de Santiago, y al año siguiente, ya en Buenos Aires, se incorpora a la redacción de la revista *Crítica*, para la que ejerce como corresponsal en París hasta su retorno a España en 1931. En esos primeros años treinta reside en Madrid, y colabora como ilustrador en periódicos y revistas como *Ciudad*.

En la etapa de la Guerra Civil su producción es amplia, pero después de 1939 sabemos que reside en Buenos Aires y más tarde en Caracas dedicado únicamente a la ilustración y la pintura, reapareciendo en España en los años sesenta, presentando en 1961 en Madrid una exposición individual de su obra pictórica, y al año siguiente en Gijón, en la que será su primera muestra asturiana, integrada por paisajes urbanos de la ciudad y un retrato. Pero Gustavo de la Fuente y otros pintores-decoradores no responden al modelo de artista que frecuenta la pintura, la caricatura o la ilustración, y que se siente atraído por esa vanguardia que encuentra en la publicidad y en el cartelismo otra vía para abrir horizontes y hacer efectivas las premisas de esa modernidad que fusiona imágenes en el cine. Este campo es el que hacen suyo otros creadores como Alfredo Truan, que es el primer artista asturiano en quien observamos ese acercamiento al cine como intérprete publicitario a través de los carteles y los anuncios en prensa. Esta especialidad como diseñador y cartelista no se podría explicar en toda su dimensión sin la colaboración de su hermano Luis Truan (Gijón, 1901-1939), quien, tras formarse como fotograbador en Barcelona, regresa a Gijón en 1925, tomando en traspaso el antiguo taller de Carlos Sánchez en la calle Fernández Vallín,10. Con él trabajará estrechamente como diseñador su hermano Alfredo, mientras que de las tareas técnicas de fotograbado se encargarán Jesús Trabanco y los hermanos Sastre.

Para Alfredo Truan el ritmo de producción es intenso, comenzando por el amplio número de anuncios del propio taller en el que da muestras de una versatilidad de lenguajes que no dudamos en calificar de asombrosa, transmitiéndonos su puesta al día en la publicidad que se estila en Europa. Pero es en la publicidad que realiza para las películas que se estrenan a lo largo de 1932 y 1933 en el cine Los Campos Elíseos, de Gijón, donde pone en práctica, con muestras de absoluta libertad creadora, un concepto de publicidad que bien

puede resumirse en la que emplea para anunciar la película “El Prófugo”, de Cecil B. de Mille: “¡No basta con / grandes anuncios! / El / público / exige .../ Películas de calidad”. El anuncio lo resuelve con gran sencillez formal. Sobre un fotomontaje a partir de una fotografía de un picado de una multitud cubierta con sombrero, se distribuye el texto del reclamo en caligrafía decó, resaltando en el centro, a mayor tamaño “El público exige”.

La exigencia de impacto, de formas que asombren e identifiquen la temática o el título de las películas, implica en algunos casos el respeto a una concepción tradicional, como ocurre con la película española “Mi último amor” con el uso de sendas fotografías. En otros aflora el clásico Truan dibujante al que es fácil identificar aunque no firmase la obra, como ocurre con “El eterno Don Juan”o “¡Hazte rico pronto”. En otras piezas como la de “El muñeco (Autómata de amor)”, opta por una expresión de síntesis formal que juega con la línea en geometrías.

En otra vertiente, escoge un motivo único, que de por sí hace referencia al tema, como ocurre con “El tren de los suicidas” (un tren en vertiginosa marcha), “Karamasoff el asesino” (texto sobre una torre bizantina), “¡Viva la libertad! (texto acompañado de la silueta de dos figuras en expresión de alborozo), “Mata-Hari” (texto sobre la silueta en negro de un conjunto de brazos en alto) o “El monstruo de la ciudad” (una bestia recoge con sus brazos la silueta de una ciudad con rascacielos).

Pero el mejor ejemplo de su capacidad como diseñador vendrá dado por las siete versiones con las que se anuncia el estreno en octubre de 1932 de la película “Carbón. La tragedia de la mina”, una temática sumamente sensible al público asturiano, que pronto se identificará con el argumento del filme, que se presenta como “Película pacifista de masas”. Ese argumento se resume en texto sobre una gran mancha negra en uno de los anuncios:

“La vida en los abismos de sombras perpetuas. Exenuante y angustioso tormento de 400 hombres

sepultados vivos en una mina.¡Un interés sorprendente! ¡La emoción llevada a un grado insólito! ¡Son hombres, hermanos, camaradas! La película que tiene más humanidad, más verismo y más trágica realidad. La epopeya de las vidas truncadas. Formidable realización técnica. ¿Enemigos?¡¡No!! ¡Camaradas! La mejor obra en pro de la fraternidad universal. ¡La película cumbre!”.

Lejos de incidir en el tópico de lo minero, tan cercano, y de emplear el recurso fácil de lo dramático, Truan juega con el título en variantes caligráficas nada cultas, como si la mano anónima que escribiese “carbón” lo hiciese con urgencia sobre una pared. Sólo en un caso se despega de esta opción para adentrarse en la imagen tópica, presentando la figura de cuerpo entero y en estricta frontalidad de un minero portando la lámpara y un pico, en cuyo rostro se percibe un gesto de asombro repentino, de drama ante la explosión de grisú que se representa como fondo a modo de ondas y nubes de polvo.

Pero no sólo era Alfredo Truan el que hacía estos años publicidad cinematográfica para los Campos Elíseos. También la firmaba el joven dibujante Julio Gajardo, que es muy probable que se hubiese iniciado como diseñador publicitario a su lado.

Nacido hacia 1916, Julio Carlos Gajardo López es el artista gijonés de menor edad que se suma a la nómina de dibujantes de esta promoción atraídos por el cine. Talento precoz–logró de niño premios en los concursos de figuras con arena–, y de formación autodidacta que se inserta al modo local en una vanguardia ecléctica, se había dado a conocer en 1931 en las páginas de *La Prensa* firmando tiras cómicas e historietas de singular personalidad conceptual y gráfica, y dos años después muestra un amplio conjunto de dibujos y caricaturas en la sala del Ateneo Obrero de Gijón, que publicita con la consecución de un record: la realización en 24 horas y 52 minutos de un total de 60 dibujos; preparando otra para el año siguiente que no llega a celebrarse al

destruirse la obra en el incendio del estudio del fotógrafo Juan Busquets. Esa obra perdida eran dibujos realizados durante su estancia en Italia que interpretaban el paisaje monumental de diversas ciudades. Tras viajes a Madrid y París, expone a fines de 1935 en el Café Peñalba de Oviedo, muestra con la que cierra su presencia pública hasta 1937.

Pero el trabajo de Gajardo se encaminó también hacia la publicidad en prensa, como atestiguan la serie de anuncios que realiza de 1932 a 1934 para la “Óptica Covadonga”, de Gijón, y el amplio conjunto en los mismos años para la empresa de los Campos Elíseos, en combinación con los que aporta Truan. No se reducen sólo a películas de esta empresa, sino que realiza también los que anuncian el estreno en el Teatro Jovellanos del disparate cómico “Divórciate, Catalina” (1932), que ponen en escena actores como Rosario Trabanco, Nieves Ordieres y otros, a los que caricaturiza en el reclamo, o de otros espectáculos teatrales y musicales en los Campos Elíseos como los dedicados a la presentación de la Orquesta de Ernesto Lecuona (1933), que resuelve con dominante tipografía decó y siluetas en negro de músicos; el estreno de “Primavera en otoño” por la actriz Catalina Bárcena (1933) o la revista de Luisita Esteso y Carús (1934) con dos modelos: uno de un elemento musical y otro reiterando la silueta de coristas.

Pero es su publicidad cinematográfica la que revela la personalidad de su lenguaje gráfico y su misma evolución hacia una modernidad independiente y propia que interpreta modelos gráficos contemporáneos. Ese progreso es posible visualizarlo a lo largo de 1933 desde un inicio caracterizado por la traducción de los carteles de las productoras norteamericanas y centroeuropeas, como ocurre con “Chanou. Fantasía Oriental” o las tres variantes de “Sangre Roja” y de “El beso redentor”, que combina con la expresión caricaturesca y humorística de “Vidas íntimas” o “El dinero tiene alas”. Pero a partir de mayo de ese año su lenguaje se hace más personal y abierto, con

una soltura y libertad que aúna la concisión expresionista con una geometría que tiende tanto al juego visual como a la depuración extrema. Gajardo busca la síntesis formal sin perder esa expresividad que sale al encuentro de la mirada del público sin ningún prejuicio. Así ocurre con “24 horas” o “Buscando fieras vivas”, con una composición impactante de un cocodrilo atacado por un león. En “Ave del paraíso”, el paisaje tropical con las inevitables palmeras arropa a atractivas mujeres nativas en dos versiones complementarias, que se hacen contrapuestas en las del cartel del filme “Teresita (En el país de las tempestades)” con una silueta infantil que se lanza desde un puente al río, y otra de gran sutileza compositiva en la que juega con las líneas de palos y velamen de un buque por cuyos cabos trepa un mono.

El avión, ese otro icono vanguardista, le permite aligerar composiciones, utilizando las formas estilizadas de los aparatos al vuelo para lograr una mecánica visual trepidante en tres versiones para “Titanes del cielo”, o en “Escuadrilla deshecha” con una avioneta atrapada por una mano gigantesca.

En los tres carteles de “¡Anda que te ondulen!”, de junio de 1933, Gajardo combina el retorno a sus orígenes caricaturescos con esa modernidad expresiva ya alcanzada, que atenúa en “El marido de mi novia” o en las dos variantes de “El soltero inocente”, para acentuar cierto folklorismo en el de “Espérame”, película de Carlos Gardel y Goyita Herrero, que firma en agosto de 1934. Para entonces, el artista ya había abierto, con sede en el Parque de Atracciones, su propia empresa de publicidad con la denominación comercial de “Studio Gajardo”, de la que se presentaba como director artístico. Su actividad creativa posterior queda oscurecida tal vez por una militancia política que hace que en 1936 sea detenido y pase por la cárcel, hasta que recupere protagonismo con el triunfo franquista en 1937.

También el ya citado Luis Pardo Díaz, de

formación académica y pensionado en Roma y París (1932-1933), se introdujo en los medios publicitarios y en concreto en la realización de cartelones para cines y teatros. En 1935 se traslada a Madrid con el objeto de preparar las oposiciones a cátedra de Instituto, trabajando al mismo tiempo para la casa “Garí” en la realización de carteles para los cines de la Gran Vía a base de temple y aerógrafo, utilizando el pincel únicamente para perfilar los ojos, boca y nariz de los rostros de los artistas.

Pero ninguno de entre todos los artistas que hemos referenciado por su obra relativa a la publicidad cinematográfica va a tener tanta relevancia e interés como la serie de carteles realizados por Goico Aguirre, en un conjunto de difícil parangón por su calidad gráfica en la España de los años treinta.

Ya hemos señalado los antecedentes de este artista como ilustrador y cartelista, pero son estos carteles cinematográficos los que revelan sus condiciones para el lenguaje gráfico, y los conocemos gracias al catálogo editado por la distribuidora cinematográfica “Exclusivas Prieto” como propaganda entres sus clientes. Exclusivas Prieto era la empresa sucesora de “Ricardo Fernández, Exclusivas Cinematográficas”, con sede en Oviedo, en la calle marqués de Santa Cruz, 8. Activo desde los años veinte, Ricardo Fernández editaba ya entonces catálogos de las películas que distribuía en los que se reproducían en fotograbado los carteles originales de las películas encargados por los estudios y productoras, práctica usual en otros distribuidores activos en Asturias en este periodo como “L. López de la Osa”, fundada en 1917, y con sede en Gijón, que representaba a “U Films”, “Selecciones Capitolio-S. Huguet”, “Renacimiento Films” y “Salva Films”; “Marba Films”, con sede en Oviedo, que era concesionaria exclusiva para Asturias y León, entre otras, de las casas “Gaumont” y “E. Huet”, de Barcelona; y de la sucursal asturiana, también con sede en Oviedo, a cuyo frente estaba como agente Ángel Romo Raventós, de



CINAES (Cinematográfica Nacional Española). El cambio de propiedad o de denominación de “Ricardo Fernández Exclusivas Cinematográficas” por “Exclusivas Cinematográficas Prieto” se debe producir en 1932, ocupando ésta la misma dirección en Oviedo como casa central, abriendo agencias en La Coruña y Bilbao. Pero Exclusivas Prieto no

tendrá con tal denominación una amplia actividad temporal, pues en 1933 pasa a gestionarla la sociedad limitada Argos Films, que mantiene en su publicidad y encabezamientos la condición de “Distribuidores de Exclusivas Prieto”; traslada la sede a Gijón, en la calle Libertad, 54 y mantiene las agencias de La Coruña y Bilbao, e

Goico Aguirre
Cartel de la película
Desnudismo (Marcha al sol),
1933
Lito. Luba, Gijón
Col. Museo de Bellas Artes de Asturias

introduce como novedad la distribución para el norte y noroeste de “Exclusivas Febrer & Blay”. Exclusivas Prieto encargó a Goico Aguirre en 1933 la realización de los carteles de las películas más afamadas y de mayor éxito de público que tenía en su catálogo, empleando esos diseños tanto para los propios carteles como para folletos, anuncios en prensa y para ilustrar la papelería de su correspondencia comercial. Los cines de toda Asturias se convertían en distribuidores de esta propaganda, que recibían con antelación junto a las películas de proyección inminente, repartiendo además en las villas y zonas rurales la publicidad teatral y de los bailes de carnaval de los cines y teatros de Oviedo y Gijón. A tenor de esa publicidad, la película de mayor éxito fue “Desnudismo (Marcha al sol)”, una producción francesa de 1928 cuyo título original era “La marche vers le soleil”, y que pudo verse en las pantallas, junto a otras producciones alemanas del mismo cariz, gracias a las libertades republicanas y a la propagación de esa sexualidad y naturismo pedagógico de cuerpos libres recibiendo el aire puro y el sol vivificador. La cinta se proyectó con regularidad desde 1933 en el cine Robledo de Gijón y en otras salas con gran afluencia de público, y durante la Guerra Civil, en noviembre de 1936, en el Teatro Dindurra, cuando aún la distribuía Exclusivas Prieto, definiéndola la prensa como “película de vanguardia” y “film libre de prejuicios, donde triunfa la naturaleza en todas sus manifestaciones”. Para la película Goico Aguirre diseñó un cartel de líneas esenciales, con mancha central sobre la que se silueteaba un desnudo femenino frontal de cuerpo entero con los brazos alzados, cuyas líneas convergían con la silueta de un árbol en referencia a esa simbiosis en la naturaleza; pero para el resto de la publicidad creó otro diseño menos directo, presentando ahora el desnudo de cuerpo entero de espaldas enfrentado a un sol de múltiples rayos.

Esa duplicidad de diseños se observa también en los relativos a la película “La Chienne”

(1931), que utiliza el título original y de cuyo cartel se conserva un boceto distinto a estos dos diseños; “Audiencia Imperial” (1933) o “Dos buenos camaradas” (1933), en los que el artista introduce algunas variaciones significativas en torno al mismo motivo u escena. En el resto de las películas se empleó para toda la gama publicitaria únicamente el diseño del cartel.

El catálogo publicitario, en la colección del Museo de Bellas Artes de Asturias por donación de los hijos del artista, reúne a modo de álbum treinta y nueve carteles de otras tantas películas, incluyendo al dorso una ficha técnica básica y un pequeño comentario argumental. Los carteles que aquí se recopilan en formato folio fueron realizados entre 1933 y 1935, años en los que se estrenaron estas producciones europeas y norteamericanas en las salas asturianas. La cubierta fue litografiada a tres tintas, en Artes Gráficas, y las láminas, a varias tintas, en la Litografía Luba, ambas de Gijón. Y con ellos Goico Aguirre se coloca, sin duda, en primera línea en la renovación del cartelismo cinematográfico español de su época, con una



Goico Aguirre
Cartel de la película
El misterio del cuarto azul,
h. 1935
Lito. Luba, Gijón
Col. Museo de Bellas Artes de Asturias

aportación de conjunto única en su modernidad que rompe con los estereotipos vigentes, aquellos que no logran salirse de los modelos impuestos por productoras y estudios. Bien es cierto que en el medio español, y para la producción nacional, hay algunos ejemplos de carteles de singular valor realizados por los más afamados cartelistas del momento, como ocurre con Penagos, que firma el cartel litografiado por Artes Gráficas de la película “Currito de la Cruz” (1925), pero son encargos esporádicos que no denotan esa concepción global de entender el cine como un medio artístico nuevo en esa cultura de masas en la que dialoga con el resto de las artes. Esta comunicación es la que subvierte y aligera de toda complacencia la producción de Goico Aguirre, que sintetiza en ellos los logros alcanzados por una vanguardia que simplifica la imagen para hacerla auténticamente representativa del lenguaje y el mensaje cinematográfico.

Indudablemente, para la justa compresión formal de estos carteles es necesario observarlos en el contexto de la obra escultórica y dibujística del artista, en plena madurez creadora tras su formación académica y sus estancias en Italia (1929) y en París (1929-1931), ciudad en la que conoce la producción de cartelistas como Alain Cuny, Vacher, Germaine Marx, René Peron, Robert Bobet, Marc de Lamoriniere y Lavererie. Esta implicación en el cartel por parte de Goico Aguirre tendrá continuidad en otra nueva vertiente con ocasión de la Guerra Civil, tal como le ocurrirá a Germán Horacio.

No fue Germán Horacio un cartelista atraído por el tema cinematográfico, pues su cartel de 1928 para la película cómica de producción asturiana “Ya t’oyí”, litografiado en Luba, se inscribe en un encargo meramente local y coyuntural que no tuvo, que sepamos, continuidad en este género. Sí conviene señalar, en cambio, la existencia de un precedente de película de tema asturiano como “Mieres del Camino” (1927), pero cuyo cartel, en la colección del Museo del Pueblo de Asturias



(cat. n.º 63), está firmado por el cartelista gallego “Vinfer” (César Fernández Ardavín), muy vinculado a la cinematografía española. Tras el paréntesis de la Guerra Civil, Germán Horacio sí se centrará en la realización de carteles cinematográficos para películas de producción mejicana, en los que se muestra muy contenido y respetuoso con una concepción tradicional, con esa figuración clásica que en poco conecta con la identidad artística de otros carteles de ese periodo, como los de promoción turística o los de publicidad comercial, aunque algunos como el de la película “La Casa de la Troya”, de 1948, rememoren el estilo de sus mejores años españoles (cat. n.º 136).

Por último, cabe citar en este ámbito del cartelismo cinematográfico al ya referenciado Máximo Viejo, amigo de Luis Pardo y Germán Horacio, que también trabajó en la Casa Garí confeccionando cartelones cinematográficos.

Germán Horacio
Cartel de la película *Ya t’oyí*,
[1928]
Lito. Luba, Gijón

Gijón, república de cartelistas

La exposición de carteles de 1933 va a ser el canto del cisne de toda esta época, que hemos recorrido intentando resaltar todos los extremos que afectan a la aparición del cartel y a su clasificación en distintos géneros, que van alcanzando protagonismo hasta desembocar en el mantenimiento de su original formulación comercial y la irrupción última del cartel turístico o el de propaganda de convocatorias muy definidas, como la Feria de Muestras. Pero, pese a la eclosión política y partidaria que trae el nuevo régimen republicano, en esta encrucijada no irrumpe el cartel político o electoral con la fuerza que cabría suponer; al contrario, son muy escasos los ejemplos conservados y éstos se reducen a piezas tipográficas de proclamas y convocatorias de mítines. La lucha electoral no trasciende aún del plano de debate y de la oferta programática hacia el enfrentamiento abierto y el choque ideológico, manteniéndose en un plano de lucha democrática que no necesita de la propaganda extrema ni de la agitación.

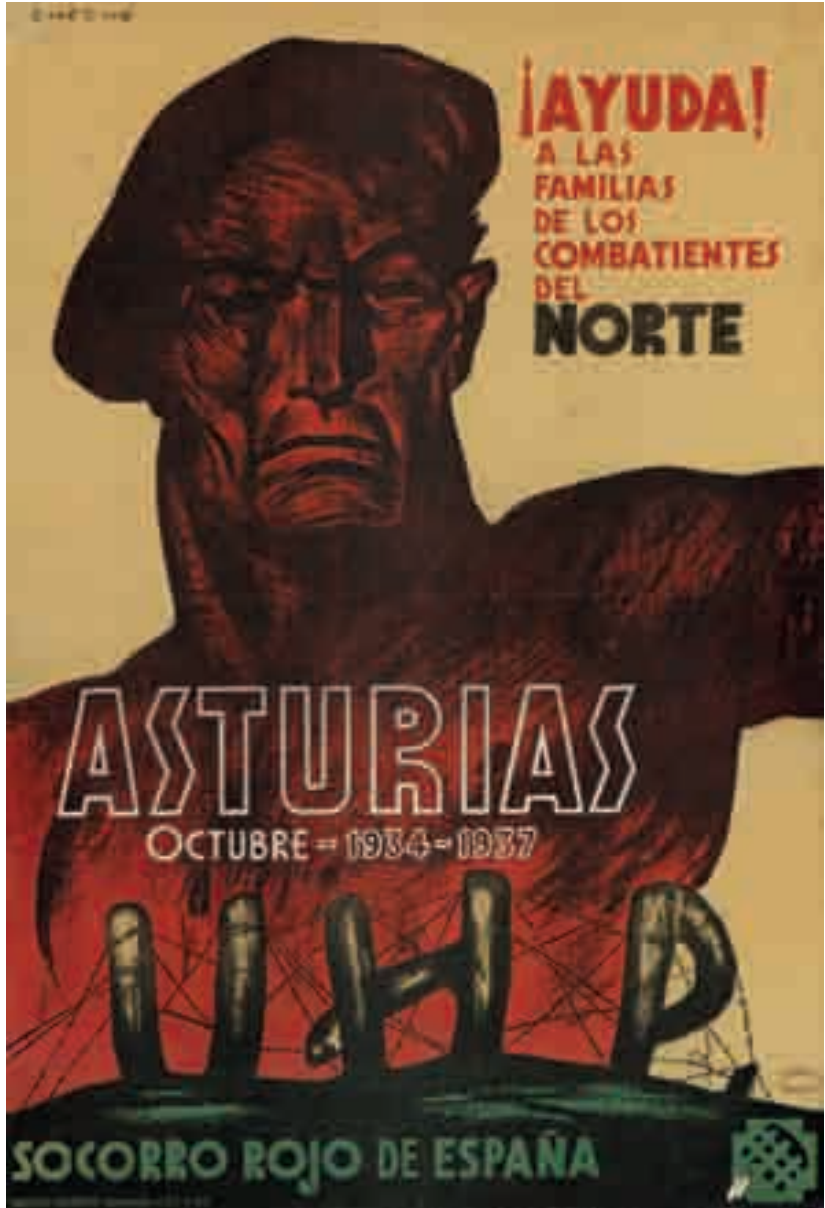
Los artistas tampoco muestran una actitud beligerante, ni ponen su obra al servicio de causas ideológicas definidas, aunque no escondan su preferencia por uno u otro bloque en sus diferentes matices. Goico Aguirre, por ejemplo, contribuye con sus dibujos y linóleos a los números especiales que el diario republicano liberal *El Noroeste* dedica a la celebración del 1º de Mayo. En 1929, con un linóleo realizado durante su estancia en Roma en ese año, refleja la dureza del trabajo industrial en una escena de accidente laboral con dos compañeros que trasladan el cuerpo de su compañero muerto. Pero para 1932 opta por un dibujo de clara formulación escultórica, de menor carga expresiva que esquematiza la figura de un trabajador sobre un fondo de chimeneas y castilletes de mina. Más militante se muestra Emilio García Noriega (Avilés, 1905-

1936) en su aportación en 1932 a *Redención*, órgano de la Juventud Socialista de Avilés. A estas exiguas contribuciones regionales se suma la presencia a través de exposiciones individuales de otros artistas en los que la obra deja más patente la temática militante. Así ocurre con el pintor cubano Carlos Enríquez (1900-1957), a quien la dictadura del general Machado le obliga a exiliarse en 1930 a París, donde entra en contacto con la corriente surrealista. Desde la capital francesa se traslada a España, exponiendo en 1931 sus óleos y dibujos de clara impronta vanguardista en el Ateneo Popular de Oviedo, que son elogiados por Pío F. Muriedas, que tanto protagonismo tendrá en el periodo bélico. Regresará tres años después, ahora a Gijón, donde en agosto de 1934 presenta su última obra en el Ateneo Obrero, calificándosele como “artista revolucionario”, no tanto por su temática social obrerista como por su adscripción a esos nuevos lenguajes de vanguardia de los que haría bandera en su país natal.

En cambio, sí hace de la condición obrera su temática exclusiva el dibujante Carlos Ismer, que en 1931, tras exponer en la Casa del Pueblo de Eibar, muestra en el Centro Obrero de Gijón, de la UGT, obras en tinta que son “la expresión de toda una vida de sufrimiento en el ambiente obrero”, un ambiente que se refleja en la obra de algunos de los más relevantes pintores asturianos sin que en ella palpite otra intención, más allá de una voluntad esteticista, que constatar la existencia de otra realidad apenas frecuentada por sus antecesores y contemporáneos.

Entre esas realidades está en primer término la de la minería, un nutrido sector cuya acción sindical y política va a condicionar la identidad asturiana y la lectura que de ella se va a realizar en el contexto español. Tras la coyuntura propiciada por la Primera Guerra Mundial y la peculiar entente de un sector sindical con la Dictadura de Primo de Rivera, la República abrirá un horizonte de acción y conquista que fatalmente desembocará en la Revolución de

octubre de 1934, suceso que señalará un antes y un después en nuestra historia contemporánea. Si la insurrección apenas cuenta con un impulso intelectual, con la teorización o el aval de la minoría intelectual, mucho menos la tendrá desde los medios artísticos, que se sitúan al margen en los prolegómenos y en las propias jornadas revolucionarias, que producirán irreversibles pérdidas en el patrimonio artístico y cultural. La urgencia en el diseño insurreccional y su acción inmediata provocan que el cartel y otros medios de propaganda y consigna no existan o que se reduzcan a la impresión tipográfica de bandos o llamamientos. Los sucesos tendrán en el cartel un reflejo más tardío en los años siguientes, plasmando sendas visiones: la de los actores, los integrantes de la Alianza Obrera a los que se suman desde el republicanismo liberal evolucionado hasta fuerzas marginales de izquierda; y el de los sujetos pacientes, esa derecha burguesa contra cuyo poder amparado por la República se ha dirigido la revolución. El desbaratamiento del movimiento revolucionario, sus frutos de destrucción y muerte, la violenta represión subsiguiente con juicios sumarísimos, fusilamientos, encarcelamientos masivos, exilios, clausura de medios de prensa etc., convierten Octubre de 1934 en el emblema por excelencia de una izquierda que mitificará esas jornadas hasta el fin de la Guerra Civil, muchas veces a través de protagonistas épicos como la revolucionaria Aida Lafuente. Para la derecha, la revolución asturiana va a ser la muestra palmaria de la escasa voluntad democrática de la izquierda que sostiene la República, de su opción por la vía golpista y violenta para alcanzar el poder, y de la convicción totalitaria que arrasa los símbolos de la cultura tradicional. Y todo ello se hará presente en un cartelismo político del que no existe ninguna muestra realizada por dibujantes o artistas asturianos, aunque sí por algunos vinculados a Asturias como el ya referenciado “Cheché”. Al artista vallisoletano “Cheché” (Juan José Moreno Llebra) lo encontramos en marzo de



1936 en su ciudad natal, año en que se inaugura el monumento al poeta y dramaturgo Leopoldo Cano en el paseo del Príncipe del Campo Grande. Había obtenido este encargo al lograr el primer premio en el concurso convocado en 1934 por el Ayuntamiento de Valladolid.

Es testigo del comienzo de la Guerra Civil en Madrid, su ciudad de trabajo y residencia, y se pone al servicio de las fuerzas republicanas desde su doble condición de escultor y cartelista. En septiembre de 1936 participa en la exposición de carteles organizado por la junta directiva del Frente Popular de la Cámara del

Cheché
Cartel del Socorro Rojo de España, [1937]
Gráficas Valencia, intervenido
U. G. T.-C. N. T., [Valencia]
100 x 67,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica.

Libro de Madrid en homenaje a las Milicias Populares. Y un mes después concurre con esculturas a la Exposición de Guerra. Para entonces ya está trabajando para la sección de Artes Plásticas de Altavoz del Frente, cuyo responsable político y artístico es Rafael Puyol, y donde se encuadran los mejores cartelistas de la causa republicana. En 1937 confecciona para el Comité Provincial de Madrid del Socorro Rojo Internacional el cartel “La solidaridad de los pueblos asegura la paz del mundo”, en conmemoración del 20 aniversario del nacimiento de la URSS. El cartel se estampa en los talleres intervenidos de Rivadeneyra, S.A. En esta etapa madrileña publica artículos que firma indistintamente “Juan José Moreno”, “Moreno” o “J. J. M.”, en el semanario *Ayuda*, del Socorro Rojo Internacional, y en *Juventud Libre*, órgano de la Federación Ibérica de las Juventudes Libertarias, al tiempo que el periodista Luis G. Ramos realiza una semblanza y ensalza su obra en el artículo “Artistas Populares. Moreno”.



J. Briones
Suscripción pro-evacuados de Asturias, de la Casa de Asturias en Madrid, 1937
Litografía Cromo, Madrid
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

Siguiendo el destino del gobierno republicano, en este último año se traslada a Valencia, donde realiza el cartel, encargado por el Socorro Rojo de España y estampado en “Gráficas Valencia-Intervenida UGT-CNT”, en homenaje a la Revolución de 1934 y que lleva como consigna “¡Ayuda! A las familias de los combatientes del Norte”, por lo que su realización se puede fechar en los días finales de octubre de 1937. Cheché recupera como motivo a uno de esos mineros que conoció en Asturias en 1933, cuya figura de busto se impone ciclópea con un rostro en cuyo semblante conjuga energía y serenidad. A la altura del pecho, la inequívoca inscripción de homenaje: “Asturias/Octubre-1934-1937”, reconocimiento que reitera con las clásicas siglas de la Alianza Obrera U.H.P. (Uníos Hermanos Proletarios) que diseña como baluarte, como defensa inexpugnable uniendo las letras con alambre de espino.

Ante la presión del ejército franquista, el cartelista abandona Valencia y se dirige a Barcelona, ciudad en la que en mayo de 1938 participa en la Exposició d’Art de la Joventut, organizada por las Joventuts Socialistas Unificats de Catalunya, en la que presenta lo que se definen como “bocetos escultóricos”, que son reseñados por la crítica como “muy notables, que con una factura delicada dicen cosas muy fuertes”. No olvida tampoco sus colaboraciones gráficas en la prensa, reproduciendo sus dibujos la revista *Juliol*, de la Juventudes Unificadas de Cataluña; ni tampoco el diseño de carteles, y con un menor despliegue de medios producto de las circunstancias y con un lenguaje pobre y menos personal por seguir los esquemas más rudimentarios de la retórica publicitaria del totalitarismo soviético, realiza en una tinta para las Joventuts Unificats de Catalunya el cartel “Hereu d’aquell monstre que es deia Felip V, Franco repeteix el Decret de Nova Planta-Contra ell Catalunya entera!”, que puede fecharse a fines de 1938 o principios de 1939 y que supone su última contribución conocida a la propaganda republicana.



El mismo tono épico en ese homenaje a octubre de 1934 lo hallamos en el cartel de Tomás para el Socorro Rojo de España: “Asturias. Octubre 1934-1937. Hoy como ayer el Socorro Rojo de España cuidará de vuestras familias”. Realizado y editado en Valencia, en Gráficas Valencia, con posterioridad a la caída de Asturias en octubre de 1937, el cartel remite a la actuación de la organización en apoyo de las familias de los represaliados y exiliados, y como el de Cheché, la alambrada simboliza la superación de la revolución ante los obstáculos gracias a la fuerza de ese minero que en su boina luce las siglas U. H. P., portando en su mano derecha un cartucho de dinamita encendido. En segundo plano se siluetea un grupo familiar con una madre sosteniendo contra su pecho a dos niños (cat. n.º 80).

Las referencias a la revolución se van a realizar en carteles de menor impronta y calidad gráfica. Así el que anuncia la edición de libro de Joaquín Maurín, *Hacia la segunda revolución*, o gran número de los tipográficos que convocan mítines y encuentros conmemorativos del tercer aniversario en 1937, tanto en España como en Francia, en homenaje y solidaridad con la resistencia de Asturias y la defensa del norte en

Cartel de propaganda electoral de Acción Popular, Madrid, 1936.
Photoreportage Trampus
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

guerra, actos organizados casi siempre por el Socorro Rojo en los que son constantes las consignas de “Hoy como ayer” para una “Asturias la heroica que defiende en su suelo a España entera de la invasión extranjera”. En otros modelos, las consignas y el recuerdo se dirigen a esos héroes que son los “¡Mártires asturianos del 34! ¡Fuisteis fecunda semilla de nuestros heroicos combatientes!”, representados por Aida Lafuente, Vázquez y Sirval. Pero ese recuerdo, esa alusión constante al significado de octubre de 1934, está en íntima relación con el retroceso republicano en el norte cantábrico y las sucesivas caídas de esos territorios en poder del ejército franquista, como ocurre con Asturias en octubre de 1937, provocando una diáspora de grandes magnitudes. Es este exilio interior hacia los territorios conservados por el ejército republicano los que extreman las llamadas a la solidaridad con la población civil y los combatientes asturianos, como ocurre con la propia Casa de Asturias, abierta en Madrid en la calle Alcalá 31, que promociona en 1937 una Suscripción pro evacuados de Asturias con un efectista cartel firmado por Briones y estampado en la Litografía Cromo cuyo motivo central es el rostro angustiado de una madre acompañada de su hija triste y resignada. A los pies de las figuras se observa una caravana de refugiados que portan sus escasos enseres. Como fondo se disponen monedas. Con el cartel “Asturias. ¡Valencianos! Ayuda, albergue y amparo a las familias evacuadas de los héroes del Norte”, editado en 1937 por el Comité Provincial de Valencia del Socorro Rojo, en el que una bayoneta atraviesa el mapa de Asturias, produciendo la herida regueros de sangre mientras huyen mujeres y niños hacia una mano abierta en actitud de amparo; o el de igual año realizado en Barcelona por Víctor Aguado y estampado en la Fotolitografía Barguñó para anunciar un festival organizado por el Consejo de Asturias y León y la empresa socializada Casa Vilardel, a beneficio del “heroico pueblo asturiano”.

Lógicamente no se reduce esta reivindicación de la izquierda española de la Revolución de 1934 y del combate bélico en Asturias, como hito irrenunciable de su lucha, al reducido campo del cartel. Será un motivo gráfico constante a través del dibujo y la ilustración en grabados, litografías, álbumes recopilatorios e ilustraciones en periódicos y revistas desde los mismos sucesos al final del conflicto bélico. Pero del mismo modo que la izquierda construye con la revolución uno de sus mitos por excelencia, la derecha no la olvidará tampoco como argumento ideológico y de contrapropaganda, intentando con ello desvelar las facetas más negras de los sucesos para extraer réditos electorales en la convocatoria de febrero de 1936. Acción Popular editará carteles litográficos de calidad con el lema “Acordaos de los huérfanos de Asturias víctimas de la revolución. Votad a España. Contra la revolución y sus cómplices”, pero sobre todo empleará materiales fotográficos en campañas que muestran las ruinas de Oviedo para solicitar al presidente de la República inversiones para una rápida reconstrucción. Son las fotografías de algunas de esas ruinas con mayor carga



Constantino Suárez
Carteles republicanos en el edificio de Telefónica, en la plaza del Carmen, Gijón, 1937
Foto de Constantino Suárez

simbólica, como las de la Universidad con esa solitaria efigie en bronce del fundador que hará meditar a Unamuno o el interior del Teatro Campoamor con su amasijo de hierros, las que se emplearán para los carteles electorales de la misma Acción Popular. El que muestra el edificio de la Universidad de Oviedo llevará como texto “¡Acordaos de Asturias!¿El marxismo defensor de la cultura?¡Votad a España! ¡Contra la revolución y sus cómplices!”. El que incluye las fotografías del interior del Teatro Campoamor y de otros edificios destruidos suma a las mismas consignas la de “En nombre del progreso el marxismo destruye fábricas y talleres”. La transmisión de ese miedo con el propósito de obtener votos se condensaba en un concepto no menos reiterado que las consignas ya citadas, sumando las cifras de muertos, heridos, edificios destruidos y armas requisadas a los revolucionarios: “Toda España será Asturias si triunfa la revolución”, una idea de la que se haría eco también la prensa burguesa. La sociedad “Editorial Gráfica Asturiana”, propietaria del diario ovetense *Región*, hacía campaña en 1935 para obtener suscripción de acciones con un cartel con la imagen gráfica de



un musculoso hombre que detenía un inmenso rodillo. Sobre la escena se superponía el texto: “Sin una prensa poderosa nos arrollará la revolución”.

La revolución dejó herida a la República y socavó la lucha política y la convivencia. La izquierda padeció la derrota y sus amargos frutos, y la derecha encontró argumentos para una contestación no menos radicalizada. Ante la cita electoral de febrero de 1936 el posicionamiento de los artistas pasa prácticamente inadvertido y no conocemos ningún cartel litográfico solicitando el voto, salvo algunos tipográficos con la nómina de los integrantes de las candidaturas o convocando a mítines. De hecho, el bloque frentepopulista utiliza para su propaganda los carteles enviados desde Madrid por las centrales de los partidos y las organizaciones obreras, como el empleado en algunas concentraciones con el lema “¡Abajo el látigo y la pena de muerte! Frente Popular /Votad a las izquierda”, mientras las pancartas y los decorados de los mítines se concentran en Asturias en la consecución de la amnistía para los condenados por los sucesos revolucionarios de 1934.

Carteles republicanos en las fachadas de los comercios La Más Bonita y El Valenciano, Gijón, 1937
 Foto de Constantino Suárez

Esa permanencia al margen de los artistas tiene algunas excepciones, como la del santanderino Luis Quintanilla con sus dibujos y retratos de la cárcel luego reunidos en un álbum, o el exilio en Bélgica de Ignacio Lavilla, entonces concentrado en su labor periodística. En la derecha será Julio Gajardo el único artista que muestre una radical militancia política. Afiliado a Falange Española, será detenido en Gijón en abril y en mayo de 1936, en este último mes a consecuencia de los incidentes ocurridos durante el entierro de un guardia civil. Procesado, será condenado a cárcel, ingresando en la de Oviedo, donde coincide con Enrique Cangas y otros falangistas. Durante su estancia en prisión, Gajardo y Fernando Cienfuegos, fallecido durante la contienda, ilustrarán con dibujos el periódico manuscrito *La Chopana*, que circulaba entre los derechistas encarcelados.

Quintanilla retratará en la cárcel al periodista Javier Bueno, director de *Avance*, condenado por los sucesos revolucionarios. Bueno y su periódico serán un referente para la izquierda y una fuente de agitación que señala a la prensa reaccionaria como cómplice de la represión.

Lograda la amnistía, Bueno se concentrará en sacar de nuevo a la calle el periódico con una retórica incendiaria que hace también blanco en otros órganos de prensa, contribuyendo a agitar el ambiente con dosis de violencia que pronto van a desembocar en el enfrentamiento armado. En su reaparición el 25 de junio de 1936, el periódico incluía un saludo a la prensa asturiana que, al margen de modos o maneras diplomáticas, no esconde su propósito beligerante:

“A la Prensa /

Para la Prensa proletaria de España y de todo el mundo, cualquiera que sea su matiz, nuestro saludo cordial.

Para algunos periódicos republicanos, afectuosa consideración.

Para los diarios asturianos que se publicaban en los días de la represión (y que siguen publicándose), un salivazo.”

Uno de esos periódicos sobre los que escupía era el gijonés *La Prensa*, cuyo director, el culto y mesurado Joaquín A. Bonet, no pudo recibir de otro modo este envío que como presagio de la violencia que se cernía sobre la ciudad y sobre Asturias.

En carta inédita a Félix Valdés, uno de los accionistas del periódico residente entonces en Madrid, Bonet incluía el recorte del “saludo” de Bueno, y le comentaba:

“Hoy ha reaparecido el diario socialista *Avance*”.Viene tan petrolero como cuando desapareció, dando a entender bien claramente que está dispuesto a hacer nuevamente la revolución. ¡Dios nos coja confesados, si no es que antes llega una mano poderosa a impedirlo! Para que usted juzgue el tono en que se presenta, le remito el siguiente recorte, en que nos saluda “afectuosamente”.

Y tras el espacio en el que ha pegado el recorte, comenta:

“hay una curiosa particularidad, y es que el tal papelucho nos había enviado hace bastantes días una

circular solicitando el cambio con nuestro periódico. Si no hubiese otras razones, ésta de ahora bastaría para romper todo trato con él. Lo que no acaba de entender nadie es cómo siendo los dirigentes socialistas de Asturias y por lo tanto inspiradores de tal periódico, partidarios del sistema evolutivo, autorizan esa política, que coincide en un todo con la que sustenta Largo Caballero”.

Bonet fue detenido y condenado por el tribunal de urgencia de Gijón el 5 de junio de 1937 a cuatro años, once meses y veintinueve días de internamiento en un campo de trabajo, más el pago de una multa de 50.000 pesetas. A su sobrino Benigno Piquero Alonso, juzgado al mismo tiempo, se le condenó a dos años de internamiento. En la inmediata posguerra, Juan Antonio Cabezas, uno de los redactores de *Avance*, escribiría a Bonet solicitando su ayuda y apoyo para obtener un medio de trabajo que le permitiese mantener a su familia.



Mural de propaganda republicana animando a alistarse en las Brigadas de Choque, Gijón, 1937
 Foto de Constantino Suárez

La prensa va a ser el medio de difusión básico de los trabajos gráficos de los artistas leales, que combinarán esta labor con un cartelismo ya omnipresente en los muros de la ciudad en los meses anteriores al 18 de julio de 1936. Por ejemplo, en enero de ese año el delegado de Orden Público se dirigía al alcalde de Gijón solicitándole personal municipal para retirar de paredes y muros toda clase de letreros, emblemas y carteles de las distintas organizaciones que figuraban en muchos lugares de la población, y meses después, en mayo, y desde las páginas de *La Prensa* se hará expresa la protesta por la colocación masiva e indiscriminada de carteles en toda clase de soportes, solicitando al ayuntamiento que ataje esta situación y la regularice con la colocación de carteleras en lugares estratégicos. Pero también, en plena guerra, estos “gritos en los muros”, estos carteles con consignas varias, inundarán anárquicamente los espacios

céntricos de la ciudad. En febrero de 1937, el Consejero de Propaganda, Ortega, y la Comisión Asturiana de Recepción y Reparto de Víveres solicitan a la alcaldía autorización para fijar pasquines en la calle. El alcalde autorizará la propaganda “siempre que no se utilicen los edificios importantes, como el de la Telefónica, etc., pudiendo servirse principalmente de las paredes medianeras de otros edificios que han quedado al descubierto con motivo de los recientes derribos”, pero esta autorización carecía ya de valor práctico, pues los muros del edificio de la Telefónica en la plaza del Carmen aparecían en sus dos fachadas con carteles pegados por distintas organizaciones.

Esa preeminencia del cartel en el Gijón republicano y en guerra responde a varias causas. La primera, y sin duda la de mayor calado, es el compromiso y la contribución sin fisuras de los más importantes artistas asturianos de la generación de 1900, que habían hecho del cartel, como hemos reseñado, uno de sus medios de expresión definitorios a la causa republicana en la capital de la Asturias leal.

En segundo término, la ciudad contaba con una infraestructura industrial en el campo de las artes gráficas con todo su personal y a pleno funcionamiento, lo que facilitaba la elaboración masiva de todo tipo de propaganda. Y por último, la estructura política y gubernamental, y la sindical, conscientes del valor de la propaganda como arma bélica, habían creado organismos específicos que atendían a todos los ramos de la publicidad con una organización y control, en la que sin faltar desavenencias y disparidad de criterios, se mostraría sumamente eficaz para los fines proyectados.

En plena guerra, el colectivo de artistas asturianos no se nos presenta como un único bloque concentrado en Gijón, sino que existe una facción que por diversas circunstancias se dispersa por la geografía española. Y tampoco los que aquí combaten y resisten muestran una unanimidad ideológica, aunque las posteriores alianzas y concentraciones estratégicas los

unifiquen en un objetivo común. Buena muestra del reducido número de comprometidos con la causa son los que estampan su firma en el manifiesto de la Liga de Escritores y Artistas Antifascistas, presentado en diciembre de 1936: Germán Horacio, Goico Aguirre, Leuman, Marola, Marixa y Pepín Morán, que se identificaban con el papel que debían jugar los artistas en esta coyuntura precisa:

“El pueblo está en armas contre el fascismo. Los escritores y artistas no deben permanecer indiferentes a los acontecimientos y a la grandeza de la lucha, con los medios que les son propios, al pueblo que lucha por la libertad, que es tanto como luchar por hacer posible la cultura, nuestro patrimonio querido”.

Los artistas de generaciones anteriores, los reconocidos como maestros, tal es el caso de Evaristo Valle y Nicanor Piñole, serán respetados y puestos de ejemplo del valor de la creación pictórica como contribución excelente a la cultura popular, en especial Valle, que es reivindicado en este sentido en alguna ocasión. Más al margen y con algunos episodios traumáticos se encuentra Piñole, que sin embargo realiza una serie de linóleos de tema bélico, sin duda obra de encargo, que alegóricamente muestran las miserias de la guerra.

Entre ese conjunto de artistas que permanecen en el Gijón en guerra cabe también hacer una diferencia esencial. Por un lado, están los que destacan como cartelistas, pero cuya actividad creativa se abre también a la ilustración, el diseño gráfico, las viñetas, etc. Son, sin duda, los más versátiles y los que mayor impronta dejarán como testigos gráficos de este periodo. De otro lado se encuentran aquellos cuya labor se concentra únicamente en la ilustración, el retrato y la caricatura para periódicos y revistas, dando continuidad a una actividad profesional que les había dado proyección con anterioridad. Entre ellos encontramos a José Arguelles López, de quien *Avance* reproduce en enero y febrero de 1937 algunas viñetas humorísticas, testimoniales y de

denuncia. En las mismas fechas y órgano se destacan los retratos y caricaturas del miliciano Agustín Dutil.

Por su parte *CNT* recupera retratos y caricaturas de los primeros años treinta de BYA (Braulio Iturbe Álvarez) y Marola (reproducidos con anterioridad en *La Prensa*), y aporta como nuevas obras una viñeta de J. Montagut (“Obreros: leed *CNT*, es vuestro periódico”), viñetas humorísticas y caricaturas de SHUM, apuntes de Quirós, y dibujos de Moure y Vicente José Rodríguez, siendo Mariano Moré el que de todos ellos alcance mayor maestría por su dominio técnico del dibujo, expresividad y testimonio de la realidad en los frentes de guerra.

Marixa aportará dibujos a *Milicias*, órgano del Partido Comunista, y Leuman (Manuel Menéndez) ampliará su contribución también a *Milicias*, *Vanguardia* y *Frente*; en ambos sus ilustraciones son de mediana calidad artística; Tito Reguera ilustrará con sus paisajes de ruinas bélicas y de las trincheras del frente la revista *Orto*; y Federico Patán con sus composiciones antifascistas *Vanguardia*.

Tampoco la labor de los cartelistas es uniforme: ni en número de trabajos realizados, ni en recursos iconográficos, ni, por supuesto, en la calidad gráfica.

Además de estos dibujantes, los que son cartelistas por excelencia en esta precisa coyuntura histórica no van a desdeñar otras realizaciones gráficas, pues se convierten en grafistas para un sin fin de ilustraciones para periódicos, revistas y otros impresos, además de toda una gama de materiales en los que su concurso se hace imprescindible. Y estos cartelistas son Goico Aguirre, Germán Horacio y Marola.

Goico Aguirre conoce la sublevación del 18 de julio cuando, estando de paseo en las cercanías del cabo de Peñas, un grupo de milicianos pretende detenerlo, logrando zafarse de ellos. La familia residía entonces en la parroquia de San Martín de Podes, concejo de Gozón, donde su esposa ejercía de maestra

desde 1932. Pocos meses antes, en marzo de 1936, había nacido su segunda hija, Amelia. Respondiendo al llamamiento de colaboración, Goico Aguirre comienza su actividad gráfica en el periodo bélico con la realización de viñetas e ilustraciones para una importante empresa periodística que difunde sus trabajos “en el extranjero con bastante éxito”, y *Euzkadi Roja* reproduce sus dibujos. En el ámbito asturiano, en los periódicos gijoneses, su presencia será más tardía. La primera se data en *El Noroeste*, de 6 de noviembre de 1936, en la que sobre un fondo de cruces se presenta grotescamente al Ejército, secundado a la izquierda por el capital y a la derecha por la Iglesia: “Quieren redimir al pueblo español a fuerza de cruces”. A ésta seguirá otra de 9 del mismo mes con una escena en la que dos “regulares” masacran a la población civil sobre un fondo de viviendas incendiadas. Uno de los soldados traspasa con la bayoneta a un niño, mientras otro remata a una mujer tendida en el suelo: “El ejército “nacional” dispuesto a civilizar a los españoles”.

Se suma una única contribución al diario *La Prensa*, de 8 de noviembre, con una viñeta en la que un obispo armado con fusil incita a dos “regulares” a que disparen sobre un Cristo crucificado: “Duro con él, que es hijo de un carpintero”.

Con la reaparición de *Avance* el 1 de enero de 1937, Goico da comienzo, con una alegoría de la victoria sobre el fascismo en el año que se inicia, a una colaboración diaria que se resume en 135 viñetas, la última de las cuales aparece el 25 de agosto de 1937. A ellas se sumarán diversas ilustraciones para artículos de Cabezas, Ovidio Gondi y otros colaboradores del periódico. Parece ser que la idea y el guión se lo daba al dibujante el propio director, Javier Bueno, de quien Goico Aguirre siempre guardó un excelente recuerdo, resaltando su inteligencia y brillantez. El resultado de esa colaboración es un conjunto de viñetas en las que el lenguaje gráfico alcanza su cenit en rotundidad y expresividad, sin renunciar a la

modernidad, siendo las de mayor calidad de cuantas se hicieron en el campo gráfico. No se redujo aquí la colaboración de Goico con la prensa. Aportó dibujos a *Vanguardia*, *Milicias* (1936-1937), órgano del Partido Comunista; *Educación Proletaria*, revista de la FETE-UGT; *Agro*, órgano del Secretariado de Asturias de la Federación de Trabajadores de la Tierra, y *Enlace*. *Semanario para el frente*, periódico editado por el Departamento de Propaganda en 1937. Y esta tarea ilustradora se amplió a la realización de cubiertas de folletos e impresos como las *Disposiciones oficiales sobre los comisarios de guerra* o los consejos del Instituto de Higiene Militar.

Goico desplegó una actividad inusual en el Departamento de Propaganda, que se prolongó a la defensa del patrimonio histórico-artístico asturiano como delegado de Bellas Artes del gobierno de la República, cargo en el que sustituyó a su maestro, el también escultor Víctor Hevia. Desde este cargo coordinó las labores de salvaguarda de los fondos artísticos públicos y privados, una selección de los cuales fueron mostrados en sendas Exposiciones Populares de Arte; obras con las que se proyectaba crear el primer museo con el que contaría la región.

En este contexto de estrecha colaboración con los ámbitos políticos y sindicales es donde debe insertarse su contribución como cartelista, un género propagandístico que no presentaba ninguna dificultad dadas las condiciones de infraestructura gráfica con las que contaba Gijón. Con el inicio de la Guerra Civil, las empresas litográficas gijonesas se pusieron al servicio de la causa republicana y no paralizaron su trabajo, que bajo control sindical siguió realizándose con la normalidad posible que permitían las circunstancias. Por ello, tras el 18 de julio de 1936, muchas de las producciones salen a la luz con la firma tradicional de los diferentes establecimientos: Luba, Viña o Artes Gráficas, para posteriormente sumar a esa denominación comercial la de “Control de Litografía”.



Este Control de Litografía como el Control de Imprenta se instituyen en el mes de septiembre de 1936 como organismos dependientes del Sindicato de Artes Gráficas, con el fin de adaptarse a la nueva estructura productiva, adoptándose medidas para la naciente organización y más eficacia, y para extraer la mayor rentabilidad a estos recursos. Para su operatividad, el Sindicato de Artes Gráficas se reestructurará en cuatro secciones: prensa, imprenta, litografía y vendedores de periódicos. Se mantendrá la semana laboral de 44 horas y los dirigentes y afiliados desplazados a Gijón del Sindicato de Artes Gráficas de Oviedo, adscrito a la Federación Gráfica Española, se reorganizarán en Gijón para sumarse a las organizaciones hermanas.

Bajo la supervisión de los Controles de Litografía e Imprenta, que tendrán su sede en las antiguas oficinas del desaparecido diario *La Prensa*, se reordenará el sector litográfico, una vez que se superen suspicacias y desencuentros fruto de las distintas perspectivas ideológicas sobre su estructura y función. Esa

 Demetrio Díaz Gándara
Silencio, 1936-1937
Artes Gráficas, Control de Litografía, [Gijón]
86,5 x 62 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

reorganización busca la desaparición de la actividad autónoma de los talleres litográficos, en una concentración de personal y maquinaria con el fin de optimizar todos los recursos disponibles. Así, la producción metalgráfica se situará en los talleres de Metalgráfica Moré, y la meramente litográfica en la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, que era la que contaba con mejor dotación técnica, comenzando aquí su actividad el 28 de septiembre de 1936, no sin dificultad por la falta de personal especializado, que se había tenido que incorporar a los frentes de guerra, así como por la escasez de materias primas, especialmente de papel, lo que explica las cortas tiradas de los carteles. Entre esas dificultades debe incluirse la escasez de bocetistas, lo que hace necesario el concurso de todos los artistas residentes en la ciudad con práctica contrastada en el diseño de carteles. Artes Gráficas comienza su actividad, como hemos señalado, el 28 de septiembre de 1936, dirigida por un comité de control compuesto por José Fernández Menéndez, Ernesto Medio Castro y Demetrio Díaz Gándara. Este último, será acusado a la caída de Gijón de ser el responsable de la incautación de la empresa, y será el autor de un solo cartel realizado a fines de 1936, estampado en dos tintas, cuyo tema y tratamiento evita que incluya cualquier texto: un gran rostro de varón de facciones marcadas y ojos vigilantes refuerza su impronta con un rojo que inunda toda la superficie, mientras con un dedo, que con su verticalidad corta simétricamente los labios, demanda silencio y prudencia. Firmado “DÍAZ / Demetrio”, con el pie “Artes Gráficas-Gijón / Control de Litografía”, el cartel está dirigido a llamar la atención ante el peligro de los saboteadores, emboscados y quintacolumnistas, una de las obsesiones de la retaguardia republicana, y fue reproducido fotográficamente por Constantino Suárez para realizar un fotomontaje en *Avance* (Gijón, 7 de enero de 1937), sirviendo como fondo para una escena de tertulia en un café, lugar propicio para los cotilleos, indiscreciones y transmisión de informaciones.

Con la constitución, por decreto de 23 de diciembre de 1936, del Consejo Provincial de Asturias, que muy pronto pasaría a denominarse Consejo Interprovincial de Asturias y León, y la Consejería de Propaganda, ocupada por el representante de Izquierda Republicana Antonio Ortega y Fernández de la Granda (Gijón, 1903-Caracas, 1970), se formalizarán definitivamente las labores de propaganda y la reorganización de las tareas productivas en el sector gráfico. Los trabajos de la Consejería dieron comienzo, según el plan aprobado el día anterior por el Consejo de Gobierno, el día 5 de enero de 1937, con una reunión del Control de Litografía en la que se acordó el plan a seguir. Este plan sería en esencia una continuación de la actividad llevad a cabo hasta entonces, y únicamente sumaba alguna iniciativa como la convocatoria en febrero de 1937 de un “Concurso de dibujos sociales”, estableciéndose tres premios y valorando de modo especial aquellos dibujos cuyos “temas puedan ser aprovechados para lanzar al campo enemigo”. La composición del jurado mostraba el reconocimiento y la intención de ganar para la

causa a Nicanor Piñole y Evaristo Valle, quien concluía una carta a Ortega aceptando la invitación a formar parte del jurado: “Le saluda su amigo que en estos días piensa más que nunca en el Arte”. Los otros componentes eran Marola, Germán Horacio y Goico Aguirre. Este último también formará parte del jurado del concurso de carteles convocado también en febrero de 1937 por el Secretariado de Agitación y Propaganda del Partido Comunista de Asturias para difundir las Brigadas de Choque, por lo que en las bases se solicitaba que se tocasen temas industriales y de construcción, pero con especial preferencia a las labores del campo. Se permitía como máximo la utilización de tres tintas, y deberían incorporar el lema o leyenda objeto del concurso y el emblema del partido. Se establecían cinco premios, obteniendo el primero Germán Horacio, el segundo y tercero Marola, el cuarto Luis Bernal Fueyo, de quien carecemos de datos, como ocurre también con el quinto premiado, Rafael Fueyo. Todas las obras a concurso fueron mostradas al público en el antiguo Café Setién y un reportaje del fotógrafo



Suárez documenta el alto número de carteles participantes y la dispar calidad gráfica existente en el conjunto.

Sería éste el único concurso-exposición celebrado en Asturias durante la guerra, aunque a través de la prensa se anunciaban otros concursos en regiones limítrofes, como el llevado cabo en Santander por el Comité Provincial del Socorro Rojo Internacional, y la propia Consejería de Propaganda estableció intercambio de propaganda, entre los que estaban los carteles, con el País Vasco, Cataluña e incluso con los comités de apoyo a la República Española en Francia y Gran Bretaña.

La producción como cartelista de Goico Aguirre se concreta en cinco carteles de desigual interés. Cronológicamente, el primero lo realiza a fines de 1936 y es uno que ni siquiera firma, es pues anónimo, pero la factura del dibujo delata inequívocamente que es de su mano, y, además, el periódico *CNT*, en su número de 15 de enero de 1937, da noticia de su distribución citando que su autor es Goico Aguirre. Fue litografiado y estampado en la Litografía Luba. El cartel en cuestión es para el

Cartel de Germán Horacio, primer premio del concurso de carteles convocado por el Secretariado de Agitación y Propaganda del Partido Comunista de Asturias para difundir las Brigadas de Choque, Gijón, 1937
Foto de Constantino Suárez



Departamento de Propaganda del Consejo de Asturias y León y contiene “Instrucciones a seguir en caso de bombardeo aéreo”. En doce viñetas, con su escueta y elegante utilización en la composición de líneas, volúmenes, figuras y escenas, Goico consigue transmitir gráficamente con transparencia extrema los consejos y las acciones pertinentes en caso de bombardeos aéreos. Con su sencillez no hace renuncia a la identidad de ese lenguaje propio de una modernidad que, en carteles semejantes como los editados por la Generalitat de Catalunya, no encuentra parangón, siendo éstos de una pobreza gráfica tan notoria que no dudamos en entenderlos como un producto marginal o irrelevante encargado a dibujantes de tercera fila. Tal vez sea por el boceto de este cartel y otros trabajos por los que el Departamento de Propaganda le abona el 15 de enero de 1937 dos facturas por un total de 350 pesetas. Inmediatamente posteriores, a partir de marzo de 1937 y en orden cronológico, son el resto de carteles para el Departamento de Propaganda, todos tirados en Artes Gráficas. El primero es el que lleva la clásica consigna “España prefiere morir de pie a vivir de rodillas”, acompañando a

Exposición de carteles de propaganda de las Brigadas de Choque en el Café Setién, Gijón, 1937
Foto de Constantino Suárez

un soldado en posición de ataque portando un fusil. Fue estampado en cinco tintas y tuvo una tirada de tres mil ejemplares, abonándose por ella al Comité de Control de Litografía 934’30 pesetas. Este cartel fue reproducido también como sello de correos.

Le sigue uno de prevención sanitaria de las enfermedades de transmisión sexual: “Juventud antifascista: de ti depende que la futura generación sea sana y fuerte ¡Cuida y dignifica tu vida!”. Se obvia cualquier término referido a la sexualidad, pero el artista hace expreso el destino al emplear la iconografía usual de una víbora o reptil que se enrosca en un cuerpo masculino, cubriendo el órgano sexual y teniendo como fondo una cruz roja. Fue litografiado y estampado a cuatro tintas en Artes Gráficas con una tirada de tres mil ejemplares, que tuvo un coste de 844’30 pesetas.

El menos afortunado es el que llama la atención sobre la necesidad de discreción y silencio para no facilitar la información al enemigo, en la línea del argumento del cartel de Demetrio Díaz Gándara. El motivo es una gran oreja con el texto “¡Chist!... Las paredes oyen”. Litografiado y estampado a tres tintas en los

talleres de Artes Gráficas, su tirada fue también de tres mil ejemplares con un coste de 844’30 pesetas.

El último de la serie de carteles realizados por Goico Aguirre es posterior a julio de 1937 y hace hincapié, ante el avance del ejército franquista, de la necesidad de fortificar, presentando a una figura de tres cuartos que porta en su mano derecha un pico que apoya en el hombro, acompañado de la leyenda: “Fortificar... es comenzar a ganar”.

Ese progreso del ejército franquista en el norte hizo que fuesen llamados a filas todos los hombres disponibles, entre ellos el propio Goico Aguirre, Germán Horacio y José Antonio Hernández García, secretario general del Sindicato de las Artes Gráficas-Comité de Control de Litografía. Pero su trabajo en Gijón se consideró por parte del Consejero fundamental para las tareas de propaganda, solicitando al delegado del gobierno Belarmino Tomás su intercesión para que los tres fuesen



Goico Aguirre
Cartel para promover el trabajo de fortificación, 1937
Control Lit. Artes Gráficas, Gijón
97,5 x 65,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

Exposición del concurso de carteles de propaganda de las Brigadas de Choque en el Café Setién, Gijón, 1937.
Foto de Constantino Suárez



[Goico Aguirre]
Instrucciones a seguir en caso de bombardeo aéreo, del Departamento de Propaganda del Consejo de Asturias y León, 1936
Lito. Luba, control de litografía, [Gijón]
42,5 x 27 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

eximidos de ir a filas, lo que así aprueba la Comisión de Guerra, comunicándoselo Tomás a Ortega con fecha 20 de septiembre de 1937. Germán Horacio es el otro cartelista esencial de este momento, y el único que por su trayectoria anterior puede considerarse en rigor como tal. Al margen de su función como cartelista independiente, Germán Horacio tenía un trabajo estable en la plantilla de Almacenes Quirós, en Madrid. La familia se había trasladado en julio de 1936 de Madrid a Gijón para las vacaciones estivales, y aquí les cogió el inicio de la guerra. Su casa madrileña fue asaltada, perdiéndose toda la producción artística que conservaba. Como sus compañeros, desplegó una amplia actividad artística, que en su caso se abre a campos que el resto no frecuentó. Ostentó la representación en Asturias de la UDE (Unión de Dibujantes Españoles) y fue uno de los firmantes del manifiesto de la Liga de Escritores y Artistas Antifascistas en Defensa de la Cultura. Muy unido a su padre, el popular escritor Pachín de Melás, colabora con él en el traslado en noviembre de 1936 de los restos de Jovellanos conservados en la iglesia parroquial de San Pedro, antes de que ésta fuese demolida, realizando el pergamino que da cuenta de este acto, y diseña el catafalco en el que es colocada la urna funeraria en la Escuela de Altos Estudios Mercantiles. Y diseña los decorados para la función en honor del patricio organizada por la FUE en el Teatro Dindurra. Para los actos que se tributan a la memoria de Federico García Lorca en enero de 1937, crea las escenografías y vestuario para las representaciones de *Mariana Pineda* y *Bodas de Sangre*, y forma parte como jurado en algunos concursos gráficos como el de “Dibujos Sociales”.

A fines de 1936 se le encomienda el diseño del papel moneda puesto en circulación por el Consejo de Asturias y León, y en junio de 1937, el alcalde de Gijón, González Mallada, le encarga el nuevo escudo de la ciudad; poco antes, en abril-mayo de ese año, diseña las vitolas y habilitaciones para las dieciséis marcas



de la producción tabaquera de la fábrica gijonesa, en las que logra combinar gráficamente de modo magistral la propaganda bélica y política con esos aires cosmopolitas que demandaba el mercado exterior. Como ocurre con sus compañeros, no falta tampoco su contribución gráfica a periódicos y revistas como *Liberación*, *Frente* y *Frente Libertario*. El despliegue de esta actividad justifica, como en el caso de Goico Aguirre, que fuese declarado exento de filas, y que se centrase en su trabajo primordial como cartelista, cuya contribución superó el marco geográfico de Asturias.

Ganador del concurso convocado en 1937 por el Partido Comunista para popularizar las Brigadas de Choque, Germán Horacio realizó para el Departamento de Propaganda al menos ochos carteles. En orden cronológico, los primeros son los realizados en los últimos meses de 1936, litografiados y estampados en Litografía Luba y en Artes Gráficas. En Luba, y en cuatro tintas, se realiza primero el de propaganda del Frente Popular de Asturias que

lleva por consigna “Campesinos dad vida a la tierra otros os la dan y defienden”, en el que en un paisaje rural presenta de espaldas a dos campesinos: en primer término aparece una mujer portando una fesoria y en segundo plano un hombre que sostiene un garabato y saluda con la boina, que levanta con su mano derecha, el paso de tres aviones (cat. n.º 81).

Contemporáneo de este cartel y también para el Frente Popular de Asturias, es el realizado de igual modo en Luba y en tres tintas con la leyenda “Aprieta fuerte compañero!”. Germán Horacio se amolda a esa iconografía simbólica tan amplia que remite a la guerra española como adelantada a la lucha y derrota del fascismo europeo, con un fornido miliciano armado, que en su gorra lleva las siglas UHP y que con ambas manos estrangula al monstruo nazi coronado por la esvástica (cat. n.º 79). Debieron ser estos dos carteles por los que el Departamento de Propaganda abonó a Germán Horacio el 15 de enero de 1937 la cantidad de 400 pesetas.

Germán Horacio
Frente Popular de Asturias, 1936
Artes Gráficas, Control de Litografía, [Gijón]
62 x 82,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica.

El tercer cartel, fechado en 1936, es en el que el artista muestra de modo más conciso su especialidad y ese lenguaje deudor de una interpretación algo tímida y respetuosa del cartelismo europeo que incorpora elementos del surrealismo. La escena de un obrero industrial saludando puño en alto a una pareja de combatientes y acompañada de la consigna “Obreros también así se combate el fascio”, remite a la importancia de la industria de guerra en la retaguardia y su indispensable contribución a la lucha en los frentes. Tal concepción está en el centro de una viva polémica en los ambientes partidarios y sindicales sobre los supuestos beneficios de la retaguardia y la dureza y peligros del frente, que se resumía en los argumentos de estos últimos de que “la guerra se gana en las trincheras y en el campo de batalla”.

De 1937 y realizados todos en Artes Gráficas son el resto de los carteles. El primero, realizado para el Departamento de Propaganda del Frente Popular, es el que llama a la unidad y disciplina como condición indispensable para la victoria republicana. Sobre las siluetas de milicianos en formación se superpone una mano que porta una corona de laurel como símbolo de heroicidad y triunfo, sin que falten esas etéreas nubes recibidas del surrealismo, ni la consigna: “¡Milicianos! La disciplina os hace más fuertes y os conduce a la victoria”. Realizado en cuatro tintas y con una tirada de dos mil ejemplares, el Departamento de Propaganda abonó por la tirada al Control de Litografía la cantidad de 646’85 pesetas.

También tiene interés destacar como categoría de cartel no combatiente ni condicionado a la retórica bélica el realizado para el Departamento de Propaganda para propagar la suscripción pro avión postal: “Contribuye pro avión postal Asturias”, en el que sobre un fondo de cielo rasgado por sus personales nubes, se destaca la silueta de una avión a la que se superpone un sobre de correo, mientras la cola se funde con el volumen de la clásica hucha de barro como motivo referencial del dinero de la suscripción.



Los otros carteles disminuyen en calidad compositiva y gráfica, con diseños de cierta vulgaridad que en muy poco reflejan esa apuesta por un lenguaje imaginativo y moderno, cercano a la vanguardia, del que son muestra los anteriores. Se suma Germán Horacio aquí a una común mirada a Goya como fuente de la bravura y lucha del pueblo español; pero ese recurso al Goya de los fusilamientos del 3 de

mayo ni siquiera abre una relectura o reinterpretación gráfica, enmarcando la obra goyesca con la inscripción “1808 Mayo 1937” y la consigna “Esto lo vio Goya. Esto lo vimos nosotros. España lucha por su independencia”. Tampoco resulta afortunado en su cartel para la prevención de las enfermedades de transmisión sexual, realizado en cuatro tintas para el Instituto de Higiene Militar. Un soldado de tres

cuartos y de perfil, otea el horizonte. Sobre su cuerpo tres balas señalan los círculos con las definiciones microscópicas de los virus. El largo texto y su distribución espacial no facilitan una lectura y comprensión directa: “Siempre alerta! Las 3 temibles balas! He aquí las tres temibles balas que te amenazan tras el parapeto de la mujer galante.¡Te hieren con placer, pero envenenan tu cuerpo para siempre!¡Alerta!”. El último cartel que realiza Germán Horacio en Asturias es el encargado por la ACA (Alianza Cooperativa Asturiana) con el fin de hacer campaña de afiliación. Un gran imán atrae a los renuentes y desconfiados: “Asóciate en “La Unión”... a pesar de todo... ¡Irás! La Alianza Cooperativa contribuirá a la emancipación económica”.

Algunos de estos carteles de Germán Horacio y Goico Aguirre, así como de los otros cartelistas que citamos a continuación, además de otros diseños gráficos hechos ex profeso, se reprodujeron en diapositivas que se proyectaban en los descansos de las sesiones cinematográficas a lo largo de 1937. La documentación titula seis de estas diapositivas como: España prefiere, Los antifascistas de cuota, Respeto, La herida en el frente honra, El espía es la muerte y Los actos que deshonran.

La última contribución a la propaganda republicana en Asturias de Germán Horacio será el álbum de litografías *10 Estampas Antifascistas de la Guerra Civil Española y de la Guerra de Invasión*, obra encargada por el Departamento de Propaganda en la que trabajará a lo largo del verano de 1937 en los talleres de Artes Gráficas. Es la única obra de esta categoría que se realiza en Asturias, siguiendo el modelo de un considerable número de ellas efectuadas en Madrid, Valencia y Barcelona, destinadas a sensibilizar al público europeo con la causa de la República. En ésta, Germán Horacio se aleja de cualquier representación realista de escenas de lucha y represión para utilizar una expresión cargada de alegorías y símbolos que entronca tanto con la lección española del Goya de los Desastres de la

Guerra como de esa recepción autóctona y racial del surrealismo francés que a su modo interpretaron otros artistas de este periodo como José Caballero. Lo onírico, que se entrecruza aquí con el sereno dramatismo de los cuerpos brutalmente mutilados, y las alegorías y emblemas de expresa denuncia del fascismo dialogan con representaciones figurativas de un clasicismo despojado de toda retórica. El álbum, “obra de magnífica presentación”, según rezaba la publicidad, se puso a la venta pocos días antes de la caída de Gijón en poder del ejército franquista, distribuyéndose en librerías y con un precio de venta de 5 pesetas, importe que se dedicaba íntegramente a los huérfanos de los milicianos.

La obra de Germán Horacio traspasa los límites de la región, y, así, lo hallamos en Madrid, en 1937, participando en el concurso convocado por la Cámara Oficial del Libro con ocasión del primer aniversario del 18 de julio. Las obras se expusieron en los soportales de la plaza Mayor de la capital.

Ante la caída inmediata de Gijón, Germán Horacio, sin siquiera poder avisar a su familia, huyó desde el puerto de El Musel en un barco de bandera inglesa. Su siguiente destino documentado es Barcelona, donde continúa con la actividad gráfica, realizando carteles como el de publicidad del periódico *Mañana*, portavoz del Partido Sindicalista en Cataluña: “La voz amiga. Leed y propagad “Mañana”, y continúa en contacto con los viejos compañeros del diario *Avance* como Ovidio Gondi, para quien ilustra su libro *Entre Pajares y el mar*, obra editada por la Subsecretaría de Propaganda, gracias en gran medida a las gestiones de Inocencio Burgos, presidente de la Agrupación de Socialistas Asturianos, ante Álvarez del Vayo, entonces ministro de Estado del Gobierno de la República. También para otra obra de Gondi impresa en Barcelona en junio de 1938 –*Guerra Civil en Asturias (Nuestros enemigos entre nosotros). Vida, crítica y exterminio de una V Columna*–, con prólogo de Javier Bueno, realiza Germán Horacio unas ilustraciones que son

definidas como “de un simbolismo que de tan gráfico es primario”. De esta última época en Barcelona dejará el artista testimonio en una serie de tintas.

En 1939, Germán Horacio pasa la frontera con Francia y es internado en el campo de Saint-Cyprien y allí compartirá con miles de españoles todos los sufrimientos de la primera etapa del exilio: carencia de trato humanitario, hambre, la gélida tramontana, la arena que penetra en todos los rincones, la colitis irrefrenable, la espera que se hace eterna... Una espera que distrae con la realización de dibujos en los que palpita la verdad y el sueño, la realidad que se impone de manera ineludible y el deseo de otros horizontes. En estos dibujos quedan reflejados los interiores de los barracones, el hacinamiento y la playa convertida en único servicio higiénico; una realidad que contrasta con esas recreaciones de cuerpos femeninos en los que parecen sublimarse los deseos imperiosos.

En el campo de refugiados, Germán Horacio comparte barracón con otros artistas como Antonio Bernard, que firma sus caricaturas



Germán Horacio
Cartel de la Dirección General de Turismo de México, 1953
S. Turanzas del Valle Talleres
Lito-tipográficos, [México]
94,5 x 70,5 cm
Col. Muséu del Pueblu d’Asturies

como “Toni”, con el escultor Manuel Pascual y con el dibujante y escenógrafo Martel Mentor Blanco, junto a quienes colabora como ilustrador de los boletines que se editan en el campo con las cabeceras *Trabajadores de la Cultura*, *Profesionales de la Enseñanza* y *L’Illot de l’Art*. Esta pujanza de la creación en esos campos tendrá su última expresión en la exposición celebrada en mayo de 1939 en uno de los denominados “Barracones de la Cultura”, en la que todos estos artistas, incluido Germán Horacio, mostrarán sus obras. La muestra, para la que se editaron veinticinco catálogos, supuso un éxito, siendo colgada posteriormente en París.

Dejando atrás la dura vida en el campo, Germán Horacio se embarca el 26 de mayo de 1939 en el mítico buque Sinaia con destino a México. En la expedición van otros importantes artistas españoles como los cartelistas Bardasano y Climent, con los que colaborará en las tareas de ilustración del boletín editado a bordo con la cabecera *Sinaia. Diario de la primera expedición de republicanos a México*. Durante la travesía, nuestro artista continúa reflejando en sus dibujos escenas del viaje, estudios de figura, composiciones alegóricas y, sobre todo, caricaturas de otros pasajeros, conocidos y amigos de Asturias, compañeros artistas o fotógrafos que documentaron la guerra como “Chim”, David Seymour, con quien coincidió en Gijón. De este modo recupera el género que como autodidacta marcó sus comienzos artísticos en su Gijón natal.

México señala una etapa de nuevas posibilidades, pero tampoco le resulta fácil hacerse a la nueva situación. Su esposa y su hijo permanecen en España y pasarán por muchas situaciones dramáticas. Florinda San Agustín ya había sido detenida en plena guerra en Gijón por defender a su hijo frente a la brutalidad policial, pero después de la caída de Gijón, ella y su hermana serán detenidas e internadas primero en la cárcel del Coto y luego en El Cerillero. Planea después pasar a Francia, pero es detenida en San Sebastián. Se traslada



entonces al Madrid aún republicano y allí la detienen bajo la absurda acusación de hacer propaganda monárquica. Retorna a Gijón y tiene entonces las primeras noticias de que Germán Horacio está en México, y decide también exiliarse a América. En 1947, tras diez años de separación, la familia se reúne de nuevo. En Méjico, Germán Horacio continúa con su trabajo de cartelista en todas las variantes: publicidad comercial, cartel turístico, político, cinematográfico, etc., que le granjean prestigio y con los que logra varios premios. Se reúne en tertulia con otros exiliados en los cafés Tupinmba y Sorrento, en esos concíabulos en los

que se vuelve una y otra vez sobre la posibilidad de cambios y horizontes de regreso. Se negaba a volver a España mientras Franco detentase el poder, y el paso del tiempo y la pérdida de la esperanza en ese regreso, que hacía del exilio algo definitivo, hicieron que se fuera aislando y metiéndose en sí. Es entonces cuando hace de la pintura vehículo de expresión de esa amargura y del drama que como español le ha tocado vivir, y al lado de motivos plácidos, de escenas populares, surgen los rostros angustiosos y de dolor, trasuntos de esa pintura española de crucifixiones y descendimientos que reelabora para construir esa pasión laica de la guerra.

Meana
Congreso Provincial del Sindicato
Asturiano de Trabajadores del
Comercio de la UGT, 1937
Control lit. Artes Gráficas, Gijón
59,5 x 44,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental
de la Memoria Histórica

Su esposa retorna a Gijón en algunos viajes, y en uno de ellos trae obra para hacer una exposición de su esposo en Gijón, en la sala Cristamol, pero las autoridades la prohíben. Germán Horacio no regresará en vida, pero a su muerte en México D. F., en 1975, sus restos son incinerados, y su esposa depositará sus cenizas en la playa de San Lorenzo, en el mar y la arena de su ciudad.

Meana (Manuel García Meana), que firma del mismo modo sus trabajos que como lo hacía antes de la guerra, realiza dos carteles. La confusión con Adolfo Meana sigue teniendo ahora algún tipo de explicación, pues en los pagos del Departamento de Propaganda se consignan tres a “A. Meana” en febrero de 1937 por un total de 513’35 pesetas, siendo muy probable que se refieran a rotulaciones o carteleras anunciadoras de espectáculos teatrales o cinematográficos, un trabajo que sabemos hacían también el pintor-decorador Florentino González, que en febrero de 1937 pinta consignas “según los postulados del Frente Popular” en la fachada del nº 12 de la



Meana
Cartel para promover los trabajos
de fortificaciones, Gijón, 1937
Control Lit. Artes Gráficas, Gijón
98 x 68,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental
de la Memoria Histórica

calle Libertad o Enrique Fernández Bataller, hermano del acuarelista y cartelista ovetense Tomás F. Bataller, quien adscrito al Departamento de Propaganda estaba especializado en la función de “fijador de carteles”.

Meana realiza en 1937 para el Partido Comunista el cartel que incide en la obsesión por la fortificación con la consigna “Vale más prevenir que lamentar! ¡hay que fortificar Asturias!”, utilizando gráficamente dos potentes brazos con un pico y una pala.

El otro, también fechado en 1937, se aleja de cualquier referencia bélica o militante al ser anunciador del Congreso Provincial del Sindicato Asturiano de Trabajadores del Comercio de la UGT, empleando como reclamo la figura esquemática y frontal de un dependiente, que apoya sus desproporcionadas manos en juego de perspectivas sobre el mostrador. Como fondos, en anaqueles, objetos y piezas de tela resueltas con simpleza de volúmenes.

Otros artistas contribuyen con un solo cartel. Es el caso de Marola, personalidad dispersa en diversas prácticas artísticas, que será también jurado del Concurso de Dibujos Sociales, y obtendrá el segundo y tercer premio en el concurso de carteles convocado por la Secretaría de Agitación y Propaganda del Partido Comunista en febrero de 1937. Además contribuirá con sus dibujos a ilustrar el periódico *CNT*, la revista *Acracia* y *La Verdiasca*, y será el dibujante del periódico mural del Regimiento Antifascista “Máximo Gorki”, en el que se incluyen el retrato de Máximo Gorki, motivos alusivos a la industria y al trabajo agrícola, caricaturas de líderes fascistas y escenas críticas de vicios a erradicar como el alcoholismo. Esta relación con este Regimiento se explica por ocupar algunas instalaciones de su sede en la inacabada capilla del Nuestra Señora de Begoña, en el paseo de Begoña, un grupo de artistas que tenían allí su taller. Los escultores Luis Camporro, Pepín Morán y el también ilustrador Leuman, que realiza allí los bustos de Lenin y Stalin, quien



Marola
Cartel contra del fascismo, 1936
Artes Gráficas, Control de
litografía, Gijón
86,5 x 61 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro
Documental de la Memoria Histórica



debió animar a Marola a introducirse en el modelado escultórico, realizando un grupo claramente influido por el realismo socialista en su versión más tosca, realizaron en ese estudio gran parte de su obra en el Gijón en guerra. El cartel de Marola, realizado muy a fines de 1936 en Artes Gráficas, tuvo un diseño de cierto éxito pese a su simpleza, o tal vez por ella. Sobre el mapa de la península Ibérica en el que se rotula la palabra España, se alza un faro cuyo haz de luz se dirige al centro europeo,

en el faldón aparece la consigna: “¡Antifascistas! Barramos el fascio y hagamos que España sea el faro que ilumine el mundo”. Ese relativo éxito al que nos referimos lo avala el que fuese utilizado para la emisión de un sello de correos que sale a la venta en enero de 1937, y que, además, con absoluto respeto al original, fuese rotulado en una de las céntricas medianeras de la ciudad, no siendo extraño que este trabajo lo realizase el propio Marola, que realizó esta tipo de decoraciones murales desde

J. Martínez
Congreso regional de Asturias, León y Palencia de la CNT, Gijón, 1937
Sindicato Único de Artes Gráficas,
Control de litografía
87,5 x 63,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

1917, anunciándose como pintor-rotulista con su nombre de pila: Manuel Rodríguez.

Exigua fue también la contribución de Mariano Moré, cuyo compromiso con la causa republicana debió ser algo forzado. Él no tenía una militancia clara y al ser socializada la empresa familiar, en la que trabajaban tanto él como sus hermanos, siguió allí más como medio para mantenerla y conservarla que por afinidad ideológica. Moré contribuyó con sus dibujos de gran calidad formal y expresiva al diario *CNT* y a la revista *Orto*, entre otras colaboraciones gráficas, y en 1937 realiza en Artes Gráficas y para el Departamento de Propaganda del Frente Popular un cartel que se relaciona formalmente en el empleo de la línea y en el tratamiento de la figura con la obra de Goico Aguirre. En él, un campesino que sostiene con su mano izquierda un arado, saluda con la derecha puño en alto, teniendo en segundo plano un cañón. La consigna se distribuye por toda la imagen: “Campesino! Con el cañón y tu brazo aplastaremos el fascismo”.

Otros cartelistas de este periodo son los siguientes. Melquíades Ruiz Dorronsoro, artista sordomudo, nacido en 1912, hijo y hermano de obreros litógrafos, que durante la guerra se distinguió como bocetista de tarjetas, sellos y otras producciones. Él es el autor del cartel del “Homenaje popular del pueblo asturiano a sus hermanos de Méjico”, organizado en 1937 en Gijón por las organizaciones libertarias asturianas, realizado en Artes Gráficas, donde trabajaban antes de la contienda tanto él como su familia, y del que al menos se hicieron dos versiones, al variar las tintas –ocre y azul– empleadas para el fondo en el que se observa un miliciano de composición escultórica.

J. Martínez, de quien carecemos de datos biográficos, aunque suponemos que es el litógrafo del mismo nombre y apellido –José Martínez–, que forma parte en este año de la plantilla de Metalgráfica Moré, es el autor del cartel anunciador del Congreso Regional de Asturias, León y Palencia de la CNT-AIT, celebrado a partir del 31 de mayo de 1937.

Litografiado y estampado en Artes Gráficas, es formalmente retardatario con uso de los clásicos emblemas decimonónicos de la industria y el comercio, que se destacan acompañando a las siglas sindicales sobre un fondo de paisaje fabril con chimeneas humeantes que dialogan con una escena agrícola en su mitad inferior con un campesino arando la tierra con dos bueyes xuncidos con las banderas de los sindicatos CNT-UGT. Por la factura de este cartel es fácil atribuir a José Martínez el boceto de telón para el escenario del teatro en el que se celebraron las sesiones del congreso, en el que a los elementos alegóricos señalados suma un minero empujando una vagoneta y un decimonónico buque de vela.

En la misma línea temática y formal se inscribe el cartel firmado por Gallo y realizado en 1937 en Artes Gráficas para la Oficina de Información, Propaganda y Prensa de CNT-FAI y Juventudes Libertarias de Asturias, León y Palencia, que como muestra de la unidad sindical y de acción presenta entrelazadas las banderas en sus mástiles de la CNT y de la UGT



Mariano Moré
Cartel del Frente Popular de Asturias dirigido a los campesinos, 1937
Sindicato Único de las Artes Gráficas,
Control de litografía, Gijón
88,5 x 63,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

sobre un fondo de industrias y chimeneas, un campesino trabajando la tierra y un paisaje portuario bajo el lema “Campos y fábricas para los sindicatos!”. El artista que firma este cartel es con seguridad el mismo “Gallo” que firma dibujos reproducidos en 1936 en la revista madrileña *Juventud Libre*, órgano de la Federación Ibérica de las Juventudes Libertarias.

A todos estos cartelistas, que es posible documentar al conservarse muestras de su producción, deben sumarse otros creadores que no firmaron sus obras o que no llegaron a ver litografiados sus carteles, que no pasaron de bocetos. Nos referimos, por ejemplo, a Luis Bernal Fueyo, que obtuvo el cuarto premio en el concurso de carteles de febrero de 1937, y a Rafael Suárez (probablemente Rafael Suárez Vallina “Falo”), que logró el quinto. Pero fueron muchos más, a tenor del reportaje fotográfico realizado por Constantino Suárez de la exposición pública de las obras presentadas a esta única convocatoria, en el que se observa un gran número de bocetos de carteles.

Pero los muros de Gijón no dieron únicamente estos “gritos” gráficos salidos de los artistas y las litografías asturianas. Al intercambio de propaganda entre los organismos oficiales del Estado en todas sus variantes, se unía la acción preferente de los sindicatos y de algunos partidos, que recibían propaganda con cierta asiduidad de las sedes centrales. Los reportajes fotográficos de Constantino Suárez en los que se refleja el ambiente de la ciudad en guerra, permiten observar gran número de ejemplares pegados en las paredes o en los escaparates de comercios, como el editado por el Ministerio de Propaganda con un efectista fotomontaje que muestra el rostro de un madre angustiada apoyada en su hijo y un edificio en ruinas, mientras sobrevuela una escuadrilla de aviones, acompañando las imágenes de la leyenda “¿Qué haces tú para evitar esto? Ayuda a Madrid”. Más frecuente es la propaganda del sindicato CNT, con la constante presencia del clásico cartel de Carles Fontseré de 1936 “Llibertat!”, con la



figura del campesino levantando la hoz sobre el fondo rojinegro de la bandera de la FAI. Del mismo sindicato es el cartel de Arturo Ballester, de 1936, con la figura del campesino que ha roto las cadenas que lo esclavizaban, con la leyenda “Campesino: Trabaja para el pueblo que te ha liberado”.

De la misma organización es el monstruo monárquico y eclesial atento a todo lo que escucha en el cartel del Aleix Hinsberger “La bestia acecha ¡Cuidado al hablar! CNT-FAI”, y también el que en composición fotográfica de mosaico formando una cruz gamada denuncia los bombardeos aéreos sobre Madrid y sus consecuencias con la grafía impactante en rojo de “¡Kultur!”, y el encabezamiento “La barbarie fascista en Madrid” que da paso a la información puntual de cada una de las fotografías reproducidas.

Del sindicato UGT únicamente se percibe con frecuencia el cartel de Canet “La UGT Columna y base de la victoria”.

Melquíades Ruiz
Homenaje del pueblo asturiano a sus hermanos de Méjico, 1937
Sindicato Único de Artes Gráficas,
control de litografía, Gijón
98,5 x 63,5 cm
Col. Ministerio de Cultura. Centro Documental de la Memoria Histórica

10

Los cartelistas asturianos fuera de Asturias durante la Guerra Civil

Desde julio de 1936 hasta el fin de la guerra en abril de 1939, con el hito intermedio de la caída de Asturias en octubre de 1937, hubo muchos dibujantes y cartelistas asturianos que realizaron su labor a favor de la causa republicana en otros territorios leales. Una de las razones de este alejamiento fue que el levantamiento militar les sorprendió trabajando lejos de su tierra, principalmente en Madrid, y fue allí donde realizaron su obra, trasladándose según las circunstancias bélicas, que obligaron al gobierno republicano a instalar su sede primero en Valencia, luego a Barcelona y, por último, a la marcha hacia el exilio.

Otros, los que trabajaron en Asturias, corrieron distinta suerte cuando la región cayó en poder del ejército franquista. Como veremos, algunos fueron detenidos en su huída, pero otros lograron incorporarse de nuevo a territorios republicanos, continuando con su labor. En Madrid, donde artistas de la talla del pintor José Ramón Zaragoza o del escultor Manuel Álvarez Laviada colaboraron en la conservación del patrimonio artístico sin hacer contribuciones gráficas, reencontramos con un alto cargo organizativo en tareas de propaganda a Gustavo Lafuente o Gustavo de la Fuente, que preside el Sindicato de Profesionales de la Bellas Artes, adscrito a la UGT. A este sindicato se afiliaron la gran mayoría de los cartelistas pertenecientes con anterioridad a la UDE y colaboraron estrechamente con la Sección de Propaganda Gráfica dependiente de la Junta de Defensa que instaló su sede en el Círculo de Bellas Artes. Bajo su dirección, la sección de pintura, escultura y grabado trabajaba en octubre de 1937 en la confección de un “nuevo álbum” en homenaje “a los gloriosos defensores de Asturias”. Mucho más prolífico en producciones es el artista gijonés Luis Pardo Díaz, quien al

comienzo de la guerra se halla en Madrid, donde residía trabajando desde 1935 en los talleres de la Casa Garí realizando toda clase de publicidad mural en diversos soportes; entre esa propaganda se encontraba la política, por ejemplo la de la CEDA de cara a las elecciones de 1936. Desde el inicio de la contienda la labor de Pardo es infatigable y su resultado tan prolijo como deficiente es su calidad gráfica. Alonso de la Torre, en su estudio sobre el artista, documenta trabajos suyos reproducidos en *El Sindicalista*, *Seguridad Popular*, *Victoria*, *Unión*, *Luchemos*, *Nuestra Victoria*, *Más*, *Alianza*, *Nueva Vida*, *Ejército Popular* y *Nuevo Ejército*.

Pero su labor de compromiso, que le hace militar en el Partido Comunista, se concentra en su trabajo en el taller del Estudio Rojo del Partido Comunista-AGIPRO-Sector Oeste, en cuyas revistas *Estudio Rojo* y *Alianza* colabora con asiduidad, y de cuyo estudio artístico llegó a ser director. En ese taller realizó gran número de carteles, cartelones, artilugios de propaganda y arquitecturas efímeras de inequívoca estética soviética en su anquilosada versión de realismo socialista, dirigidos en su gran mayoría a ensalzar la colaboración rusa, los logros de su revolución y el vigor del régimen estalinista. A fines de 1938 ya no realiza estos trabajos ni tampoco bocetos para cartel, centrándose únicamente en ilustraciones para la revista *Victoria*.

Amigo de Pardo desde los años de juventud, y de esa generación que engloba a Marola, Leuman y Zenobio Barrón, era Máximo Viejo (León, 1905-Méjico, 1958), a quien algunas biografías dan como natural de Ribadesella. Citado a propósito de su participación en la exposición “Pro Asturias” de 1933, el artista se había dado a conocer como caricaturista en *Muchas Gracias*, en el periódico *La Prensa* y en la *Revista de Asturias* en 1929, año en el que presentó su primera exposición individual en la salas del Ateneo Obrero gijonés, manteniendo al año siguiente su colaboración con *La Prensa* con tiras cómicas, historietas y caricaturas de

personajes, que amplía al diario *El Noroeste* y a la revista *Norte* desde ese 1929, dada su amistad con Alfonso Camín, para alguna de cuyas obras literarias diseña en 1932 portadas. Al mismo tiempo realiza dibujos publicitarios para anuncios en prensa y es autor de carteles que se describen como “festivos y despampanantes”, trasladándose en 1933 a Madrid, donde colabora en algunos medios como la revista *Blanco y Negro*, e ingresa en la plantilla de la casa publicitaria Garí, trabajo que abandona en 1935, aunque permanece en la capital, donde le sorprende la sublevación de julio de 1936. Colabora con Altavoz del Frente, para cuyo Teatro de Guerra realiza escenografías y decorados con Bartolozzi, Lozano y Puyol, siendo *Asturias*, de César Falcón, una de las obras para las que trabajan. En septiembre de 1937 ya los hallamos en Valencia realizando bocetos de carteles como el que lleva el texto “Política Internacional. Los cuervos alrededor de sus víctimas”, e ilustraciones para el semanario gráfico *Umbra*l. Es muy probable que pasase después a Cataluña, y que cruzase la frontera de Francia camino del exilio, pues en septiembre de 1939 reside en París, y dos meses después lo hallamos en México colaborando de nuevo con Camín en la nueva etapa de la revista *Norte*, anunciando la apertura de estudios publicitarios en México D. F. y La Habana.

Otro de los artistas asturianos que primero conoció la emigración asturiana en América y, después, con el mismo destino continental, el exilio, es el hoy olvidado Cristóbal Mauro Arteche de Miguel. A este olvido contribuye en gran medida el silencio que el propio artista impuso a su labor durante el periodo bélico, de tal modo que negaba a lo largo de su carrera posterior toda producción que no fuese la estrictamente pictórica.

Nacido en Gijón en 1900, estaba emparentado con los industriales artísticos y decoradores Gargallo. Ya hemos hecho referencia a su aventura migratoria en América y a su estancia parisina antes de regresar a

España en 1931, instalándose en Madrid donde entra en contacto con la vanguardia artística y literaria, y colabora como dibujante en algunas revistas como el semanario *Ciudad*, al que también aportan ilustraciones Sáenz de Tejada y Vázquez Díaz entre otros.

Se traslada después a Barcelona donde lo hallamos realizando caricaturas, humorismo gráfico e ilustraciones en *Papitu* y *Crónica*, además de carteles como el de propaganda del periódico *Última Hora* (Última Hora. Informació, crítica, reportatge. El diari de la nit), de 1935, o el anunciador de las Festes de la República de 1936. Su contribución al cartel de propaganda política del bloque de izquierdas en las elecciones de febrero de 1936 es muy significativa; firma estas obras como “Arteche” y todos los carteles están realizados por la empresa Atlántida Artes Gráficas, industria a la que debía estar muy vinculado. De este año de 1936 son los carteles que llevan como



Arteche
 Cartel del Front d'Esquerres de Catalunya, Barcelona, 1936
 Atlántida, A. G., Barcelona
 136 x 100 cm
 Col. Biblioteca Nacional de España

consigna: “Per ells!, vota les Esquerres”; “Les drets son el feixisme. El feixisme es la guerra. Dona: pensa en els teus fils. Vota les Esquerres”; “Votar les dretes es votar la monarquía. Vota les Esquerres”; “Per l’amnistía. Vota el front d’Esquerres”; “El catalanisme de la Lliga” (un pié destroza la sede institucional de la Generalitat); “Un vot perdut per les esquerres equival a deu vots guanyats per les dretes. Vota pel front d’Esquerres”. Pero casualmente debe hallarse en Madrid el 18 de julio de 1936, aunque su estancia en la capital no se prolonga por mucho tiempo, pues el 3 de diciembre de ese año llega a Valencia evacuado en el contingente de la segunda expedición de artistas e intelectuales, acompañado del pintor asturiano Zaragoza, de los hermanos Solana y de los escultores Capuz y Victorio Macho. Antes de su partida solamente conocemos una única ilustración, un retrato de Federico García Lorca en la revista *Mundo Gráfico* de 16 de septiembre.

La estancia en Valencia no se prolonga tampoco mucho por su marcha a Cataluña, donde desarrollará una activa labor como cartelista manteniendo su vinculación con la empresa litográfica Atlántida Artes Gráficas. Realiza en un lenguaje personal y fácilmente identificable, pero claramente deudor de un atenuado expresionismo gráfico de referencias germánicas, carteles para la Olimpiada Popular; el que reinterpreta la clásica e imperativa llamada a la lucha: “Les milicies us necessiten”; otro específico para Esquerra Republicana de Catalunya con la leyenda “Pare, que no veieu que ens maten? No discutiu mes, uni-vos tots!” y uno de divulgación de la lucha antivenérea. Arteche se encuadró en el Sindicat de Dibuíxants Professionals de Barcelona (SDP), adscrito a la UGT y fundado en abril de 1936, y cuyo secretario general sería Helios Gómez. En su condición de dibujante ilustrador colaboró con cierto número de revistas, para algunas de las cuales hizo portadas, como *SIAS*, revista de la Consellería de Sanitat i Asistencia Social de la Generalitat, y *Metallurgia*, de la UGT, ambas

de 1937. Para la revista barcelonesa *Moments* realizó a lo largo de 1937 y 1938 retratos de personalidades relevantes y algunas caricaturas de altos militares del bando franquista, y en ese



Arteche
Cartel animando a la lucha, 1936
Atlántida, A. G., Barcelona
100 x 71 cm
Col. Biblioteca Nacional de España

último año la revista *Norte*, subtitulada “Revista Teórica Socialista” y órgano del PSOE, incluye en su primer número una ilustración suya.

La suerte de todos estos cartelistas e ilustradores al finalizar la contienda y tras la derrota de la República fue de variada y de distintas consecuencias, y no todos quisieron recordar su contribución a este campo en esos años de terrible lucha fratricida. Arteche, por ejemplo, nunca se refirió a su obra de este periodo, como si no existiera. Insistía en que era la pintura lo único que le había ocupado, y citaba “sus múltiples viajes”, y que “por circunstancias de la vida he perdido un bien organizado archivo de noticias y críticas amables de bondadosos amigos que siempre me han ayudado. Perdido eso, que era lo mejor de mi juventud, he renunciado a coleccionar nada por considerarlo inútil, vanidoso y ridículo”, confesaba en 1962, poco después de su regreso a su Gijón natal tras el exilio y apenas unos meses antes de su fallecimiento en Madrid hacia 1964, ciudad en la que residía desde su regreso, con estancias en Málaga.

Pero lo cierto es que Arteche se exilió a Argentina, estableciéndose en Buenos Aires,

continuando allí con las labores de ilustración. Curiosamente, una de sus primeros trabajos allí es para la obra literaria de otro asturiano en el exilio, Ramón Pérez de Ayala, para cuya edición numerada de *El ombligo del mundo*, de 1944 y editada por Guillermo Kraft, realizó doce láminas litográficas. Ya en la década de los cincuenta y primeros sesenta (hasta 1962), realiza cubiertas e ilustraciones de obras clásicas destinadas al público adolescente y juvenil, en colecciones de la editorial bonaerense Acme.

Otro que hizo del olvido una actitud pública, y que aconsejaba a otros contemporáneos que siguiesen su ejemplo, no removiendo sentimientos, fue Marola. Hubo otros como Luis Pardo que mantuvo vivo el recuerdo de aquella época, pero que pese a su amplia contribución a la causa, por suerte y azares del destino, no sólo no sufrió persecución alguna sino que para no desvelar su pasado, congraciarse con las nuevas autoridades y poder llevar una vida digna hizo retratos oficiales de Franco, José Antonio y prominentes figuras falangistas, siendo reclamado como retratista “oficial” de cierto sector del la burguesía gijonesa emergente.

11

Fin de una guerra. Un nuevo régimen, un nuevo cartelismo

A la derrota republicana en Asturias, se sumó en 1939 la desaparición de la Segunda República Española. Los artistas asturianos comprometidos con ese régimen sufrieron los crudos resultados de una debacle política, cultural y humana que no tendría retorno a unos años de confianza y esperanza, y la muerte, la cárcel y el exilio serían para ellos los frutos últimos de la guerra.

En el frente de combate murieron Leuman y Emilio García Noriega, mientras Marola resultó herido. El exilio a Francia, y después a los países hispanoamericanos, fue el destino de Viejo, Arteche, Germán Horacio y otros más tardíos como en el caso de Ignacio Lavilla. Los que no tuvieron oportunidad de huir o fueron capturados en su huída desde Gijón, sufrieron procesos, duras sentencias y cárcel. Mariano Moré en la cárcel de El Coto, de la que dejó testimonio de su estancia en una excelente serie de dibujos. En el mismo centro penitenciario cumplió condena Pepín Morán, a quien se le conmutó una pena de muerte y que realizó allí diversas tallas de temática religiosa. Los también escultores Camporro y Luis Perandones sufrieron diversas penas y depuraciones, y el escultor decorador avilesino Ángel García García fue fusilado en 1939. Otros pasaron por presidios y campos de concentración de regiones limítrofes, como fue el caso de Goico Aguirre. Procesado en Gijón en 1938, durante las sesiones del juicio no se hizo mención acusatoria a su trabajo como cartelista, sino únicamente a su contribución como dibujante e ilustrador del diario *Avance*. En la sentencia en la que el tribunal le condenaba a muerte, pena que le sería después conmutada, se señalaba que:

“Desde el primer momento del dominio rojo, fue colaborador en el diario marxista *Avance*, cuyo

periódico puede considerarse como la base más firme de la tenaz resistencia de los marxistas en Asturias. En dicho periódico publicaba el procesado dibujos y caricaturas que contenían los más graves y soeces insultos al Generalísimo y demás Jefes de nuestro Glorioso Ejército y haciendo ver por medio de dibujos que nuestras tropas entraban en las poblaciones liberadas, incendiando edificios y asesinando mujeres y niños”.

Goico Aguirre recorrió diversos penales después de la conmutación de la pena capital, suerte que no logró su único hermano, Emilio, que fue fusilado en Gijón. Tras salir de la cárcel no volvió a su faceta de cartelista, aunque sí a la de ilustrador, fundamentalmente para obras infantiles y juveniles de la editorial Aguilar. Dos casos singulares en los que el cartel juega cierto papel determinante en las condenas a la pena capital son los de Rafael Álvarez García y Leopoldo Alas Argüelles, rector de la Universidad de Oviedo.

A Rafael Álvarez, cartelista y dibujante avilesino militante del sindicato UGT, la condena a muerte, que se ejecuta en marzo de 1938, se argumenta entre otras razones en que “por su oficio de dibujante, fue quien compuso y pegó los carteles de propaganda marxista para las elecciones de febrero del 36”. En el caso del rector Alas, durante el proceso el fiscal hará referencia a su participación en mítines en los que se podían observar “letreros” a favor de la URSS, los represaliados de octubre de 1934, etc. En el juicio, el fiscal le preguntará a propósito de un mitin en el Teatro Jovellanos:

- “¿No vio unos carteles francamente subversivos?”.
- “No los vi”
- “Pues eran de gran tamaño”
- “Pero desde el lugar donde me hallaba no podía verlos”.

Frente a la potente estrategia propagandística republicana, el bando franquista no concentró en el cartel ninguna de sus energías. No es que careciesen de artistas afectos a su causa, pues

sabemos de la realización de bocetos y decoraciones por Paulino Vicente, militante de la Falange antes del 21 de octubre de 1936, en el Oviedo cercado, y también estaba Alfonso Iglesias, militante de la misma organización desde antes de la fecha indicada, pero la única industria litográfica disponible en su zona era la luarquesa de Del Río y carecemos de información de los posibles carteles que en ella se realizaron, salvo el que forma parte de la colección del Museo del Pueblo de Asturias, firmado por Fortunato Tolom, con la consigna “¡¡Ahora o nunca!! Falange Española de las JONS”, fechable en 1937 (cat. n.º 84). Sería Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988), quien desde el Oviedo cercado aportara más material gráfico a la causa nacional. Alfonso se da a conocer en 1932 como dibujante de viñetas de tema futbolístico en las páginas del diario *Región*, y durante la Guerra Civil su actividad propagandística es incesante desde las páginas de *La Nueva España*, cuya cabecera firma. Javier Cuervo, en su biografía *Alfonso, cronista sentimental de Asturias* (Oviedo, 1995), refleja este periodo de agitación que combina el humor con la propaganda en caricaturas, viñetas y las recuperadas “Aleluyas” de una tradición también asturiana largo tiempo perdida, en las que encierra los acontecimientos decisivos de periodos concretos. Como bien señala Cuervo, Alfonso es la respuesta gráfica a Goico Aguirre, aunque el primero prolongará lógicamente esta labor hasta mediada la década de los cuarenta con alegorías a los protagonistas y fechas claves del bando vencedor en obras como *El Héroe* o *Pax*, para algunas de las que emplea también el fotomontaje. Es entonces cuando nacen sus personajes más populares –Pinón y Telva–, a los que seguirá Pinín, como prototipos de un modo de concebir el mundo y la realidad inmediata desde ese carácter asturiano que encierra desde la bonhomía hasta el absurdo.

Pero en ese complejo creativo, hay espacio también para el cartel militante, propagador de las necesidades de la causa, que se van a

encauzar en campañas concretas para las que Alfonso hace carteles. El primero es de 1937, y con él se celebra el fin de la guerra en Asturias a través de uno de los símbolos más rotundos de su huella: la torre de la catedral de Oviedo, con su aguja desmochada, se rodea de la cruz laureada. La leyenda: “Julio-1936 / Octubre-1937. Oviedo / Invicta y heroica”. Gracias a un dibujo abocetado, conocemos otro cartel con el mismo argumento: sobre un horizonte del que emerge la laureada y que sirve de fondo, se perfila la ciudad de Oviedo con su catedral y su caserío arruinado y destruido. A los pies, la leyenda: “Oviedo / Ciudad mártir / Heroica, Invicta”. De noviembre de 1938 es el destinado al recuerdo navideño para los combatientes con la leyenda “Contribuye al aguinaldo del soldado”, y del mismo año es el dedicado al “Subsidio del combatiente” (cat. n.º 85), que juega, como lo harían algunos carteles de la CNT-FAI, con las tintas roja y negra como identidad de la bandera de la Falange. Ya de 1939 son otros dos carteles documentados: el primero está dedicado a publicitar el “Sello por la Patria”, con una iconografía completa del sentido de la contienda como “Cruzada”: una anciana madre es abrazada por su hijo soldado, a la derecha y en primer plano. Contemplan las ruinas de la Universidad de Oviedo, mientras la madre señala una triunfante Cruz de la Victoria que domina el mapa de la península Ibérica e irradia su esplendor (cat. n.º 86). Alfonso recupera esa imagen clave de la propaganda de las derechas de preguerra, como símbolo de la barbarie que es la Universidad destruida durante al Revolución de 1934, y la incorpora como referente único de esa idea de reconstrucción de una patria, que para el bando franquista se rompe ya en ese año. El otro cartel se acerca en su carga ideológica al motivo religioso, y está dedicado al retorno de la Virgen de Covadonga desde su “exilio” parisino. Editado por la Jefatura Provincial de Propaganda, se anuncia su salida a la venta para fines del mes de junio, y su destino es ser “fijado en las colgaduras y lunas de los

escaparates de aquellas localidades por donde pase o se detenga la Virgen de Covadonga”. En estos años y en la década siguiente, Alfonso no dejará de realizar viñetas y composiciones alegóricas para las ediciones conmemorativas de las fechas claves de la guerra, continuando con su labor como cartelista, ahora abierto a otros temas.

Tampoco faltaron durante el periodo bélico artistas muertos o asesinados en el frente y en la retaguardia por las fuerzas republicanas. Así ocurrió con los escultores “Antón”, asesinado en el concejo de Candamo, y Caso de los Cobos, fusilado junto a un nutrido grupo de avilesinos en Coruño, concejo de Llanera. El dibujante Fernando Cienfuegos Bernaldo de Quirós murió en el frente; y el pintor, dibujante y cartelista Magín Berenguer, del Batallón de Voluntarios, resultó herido en acción bélica el 15 de octubre de 1936. Berenguer sería autor en 1938 de un cartel elogioso del cerco de Oviedo en el que unas botas rojas pisotean el caserío de la capital –“Oviedo mártir. Ciudad mutilada. Sus atracciones de ayer están aumentadas hoy con los gloriosos vestigios de su heroica resistencia”–, que fue editado por el Patronato Municipal de Turismo dentro de la estrategia de unas “rutas turísticas de guerra” que tuvieron especial eco en el mundo anglosajón. El interesante dibujante Emilio Álvarez San Julián, militante falangista, fue herido en acción de guerra el 8 de agosto de 1936.

Pero durante el conflicto otros artistas sufrieron represalias en la retaguardia republicana. El caso más relevante fue el del pintor Florentino Soria López, profesor del Instituto Jovellanos, militante de Falange antes de 18 de julio de 1936, que fue condenado, librándose de la pena capital. Desde algunos medios de prensa se protestó por la actitud y sentencia del Tribunal Popular, considerada demasiado benévola, contrastándola con la pena de muerte impuesta y ejecutada del rector Leopoldo Alas.

Los dibujantes y cartelistas Fernando Wes Dinten y José Víctor Carreño Suárez,

protagonistas de la renovación artística de Avilés, fueron detenidos y procesados en 1937 acusados de espionaje y alta traición. Wes Dintén era hijo del periodista Manuel González Wes, fundador de *La Voz de Avilés*, que en 1936 fue asesinado, siendo arrojado desde uno de los acantilados cercanos al cabo de Peñas. Por su parte, Carreño era entonces teniente odontólogo con destino en el frente de San Esteban de las Cruces.

Otros artistas como los tres hermanos Uría Aza fueron tenazmente perseguidos con el argumento de su profunda y expresa religiosidad.

El 21 de octubre de 1937 Gijón era ocupado por el ejército franquista. Rovés, uno de los dibujantes y cartelistas emergentes con el nuevo régimen, caricaturizaría, no sin sarcasmo y algo de crueldad, la precipitada e injusta (por discriminatoria frente a sus compañeros milicianos) huída de altos cargos del gobierno y dirigentes de los partidos y sindicatos que se hacinaron en los barcos disponibles en el puerto de El Musel el día 20 para zarpar hacia el exilio. En esta “historieta muda” el nombre del barco por el que se pelean por subir es “No pasarán”. Los recuerdos de algunos testigos relatan esta huída como dantesca, y algunos artistas como Piñole plasmaron en el lienzo el desmoronamiento de aquel régimen efímero. Rovés hará una exposición en la Casa Basurto con retratos de los héroes de la contienda, entre ellos el del teniente de navío Fournier; y Pepe Sala mostrará en un escaparate de la calle Corrida unos elogiados retratos de Franco, José Antonio y Enrique Cangas. Son algunos de los artistas que van a gozar ahora de predicamento a lo largo de más de una década.

En la ciudad todo cambiaba a una velocidad de vértigo. El fotógrafo Campúa que acompañaba a las Brigadas Navarras dejó uno de los testimonios gráficos más intensos y difundidos (fotografía que, por cierto, ha sido incansablemente reproducida obviando el nombre de su autor) no sólo del derrumbe del régimen republicano en Gijón, sino en toda

España: tres soldados se ocupan en retirar la placa esmaltada con la que hasta entonces se denominaba una de las céntricas calles de la ciudad: “Calle/ del/ 14 de abril”.

Pero no eran sólo estas placas las que una tras otra se irían sustituyendo. Cualquier símbolo que recordase al antiguo régimen era destruido. Alfredo Marquerie, que también formaba parte como periodista de las fuerzas de ocupación, señalaba la normalidad que observaba como una agradable sorpresa al constatar que había en la calle guardias urbanos que regulaban el tráfico y que los tranvías estaban en funcionamiento. La sede del Partido Comunista y de la revista *Milicias* en la calle Corrida había perdido todos sus cartelones identificativos, que han sido sustituidos por la bandera bicolor y la de la Falange, organización que ocupa el local, y los carteles pegados en la pared van desapareciendo: “Los vecinos se asoman a las puertas de las casas y raspan los carteles de propaganda soviética, que con sus chafarrones y sus gritos comunistas ensuciaban las fachadas”.

Aún no hay carteles de producción gijonesa, y los que se colocan son los que traen las propias Brigadas Navarras y los falangistas:

“Las nuevas Centurias de la Falange salen con la flamante cartelería llegada con las mismas tropas desde el sol simbólico del amanecer español y con el nombre de Franco lucen las claras consignas de la Patria Una, Grande y Libre”.

Esos carteles litografiados en Guipúzcoa y Burgos, donde trabaja en tareas de propaganda el grabador y ceramista ovetense Adolfo Álvarez Folgueras, son los que llevan como lemas “Por las armas / La Patria, el pan y la Justicia”, diseño de J. Cabanas; o el anónimo “Todos a reconstruir España”, litografiado en Gráficas Laborde y Labayen. El difundido retrato de José Antonio Primo de Rivera, que se colocará en todos los establecimientos públicos y privados, también procederá de Guipúzcoa, distribuido por la Agregaduría Comercial de la Jefatura

Provincial de esa provincia. Tenía un tamaño de 45 x 30 centímetros y su coste era de 2 pesetas.

Sin embargo, pronto va a haber una producción de artistas locales, obras de dibujantes con una trayectoria anterior como los ya citados Pepe Sala y Rovés, a los que se suman Pedrín Sánchez y, sobre todo, Julio Gajardo, adscrito al Servicio Nacional de Propaganda, que reaparece con fuerza tras el intermedio bélico en el que no sabemos si se encuentra en Burgos o en Salamanca, donde se convocan los primeros concursos de carteles en julio de 1937 en los que participan y logran premios Teodoro Delgado, Luis Bono, Tono Lara y J. Bradley. Ya en Gijón, Gajardo se convierte en el ilustrador y cartelista de mayor reclamo y producción. Ilustrador casi exclusivo del diario *Voluntad*, órgano de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS, y periódico que se hace eco del éxito de la exposición patriótica que realiza en San Sebastián, y la que posteriormente efectúa ya en Gijón, en la Casa Basurto, en la que presenta pasteles cuya temática se aleja de connotaciones bélicas o ideológicas, por lo que la obra mostrada es definida como “revolucionaria”, y muestra de una insatisfacción del artista en su búsqueda de lo que considera un lenguaje propio y definitorio.

Además de la impresión de carteles con el único motivo del yugo y las flechas, el primero que sale a la calle en Gijón, con la “expresa autorización del Ayuntamiento”, es el conmemorativo del primer aniversario de la liberación de la ciudad. Impreso en los Talleres Gráficos La Fé, su destino es la colocación masiva en las paredes y escaparates de la ciudad y en las colgaduras de ventanas y balcones para celebrara la jornada del 21 de octubre.

Puesto a la venta en los días anteriores, y agotada la primera edición, el éxito obliga a realizar otra en dos tamaños. El mayor se vende a 80 céntimos y el menor o “popular” a 50 céntimos. La prensa lo elogiará destacando la

sobriedad de estilo, el trazo austero y el virtuosismo en lograr “el gesto del Caudillo con una perfección de difícil superación”, que en definitiva es “genial”. En el cartel, se muestra a Franco de busto y leve semiperfil, acompañado por el yugo y las flechas, y la cruz de Santiago, y se encabeza con el texto “Franco, Caudillo de España”. A lo largo del margen derecho, en vertical, se reproduce un largo texto retórico de supremo elogio:

“En estas horas jubilosas en que Asturias, tierra vieja e hidalga, conmemora las jornadas triunfales de su liberación, nuestro primer saludo, brazo en alto, es para Franco, Caudillo y Jefe Supremo de la Falange Española Tradicionalista y de las Jons. Generalísimo de los ejércitos nacionales, cien veces victoriosos. Conductor de un pueblo que está reconquistando el suelo patrio al precio de la sangre de su juventud heroica. Sembrador y custodio de la palabra y la doctrina del Ausente, para que en España florezcan, en cosecha perpetua, la victoria, el pan y la justicia. ¡Arriba España!”.

Gajardo continuó con su labor artística en años sucesivos, realizando en 1941, en los salones de Educación y Descanso, una exposición de dibujos tomados del natural de la catástrofe de Santander, y cuyos beneficios destina íntegros a las tareas de reconstrucción. A mediados de esa década se había pasado a la música con gran éxito, formando una orquesta con su nombre que se anunciaba como “Los Glen-Milers Españoles”, y con la que colaboraba como pianista y en la dirección de la orquesta Julio Soto.

En Gijón se suman como dibujantes José María Quirós y un jovencísimo Suáreztorga. En Oviedo, serían los citados Paulino Vicente, Berenguer y San Julián los dibujantes más asiduos, junto a Félix Blanco y Luis del Fresno; pero sobre todos ellos destacará Alfonso Iglesias, que se convertirá en el intérprete más personal y original de todo este periodo, tanto en sus dibujos para la prensa como en la elaboración de carteles.

El ambiente es de reconstrucción desde una única vertiente ideológica, la lógica de los vencedores, y no se olvida el significado y la función agitadora que el cartel tuvo antes y durante la guerra. No faltan ejemplos de agria crítica. En 1942, un anónimo comentarista de la exposición de los carteles a concurso para anunciar el verano gijonés, recomendaba al público que se detuviese en los colocados en el ala izquierda de la sala, por ser éstos los que consideraba mejores:

“Creemos que es la primera vez que se nos ocurre recomendar que se dirija la vista a la izquierda. Y es que, ciertamente, no siendo para esos menesteres de arte, de ese lado no hemos visto nunca venir más que calamidades, suciedad, cosas antipáticas, de poco gusto y maldad reconcentrada. Pero esta vez triunfa la izquierda en toda línea”.

Otro ejemplo puntual es el comentario contenido en un artículo a propósito de la Reglamentación Nacional del Trabajo en las Artes Gráficas, que entra en vigor el 28 de febrero de 1944. Alabando la nueva legislación, se señalaba:

“Sobre estas premisas acaba de reglamentarse ahora el trabajo en las industrias de Artes Gráficas, con cuyos obreros consiguió el marxismo crear una de sus más potentes organizaciones. Nadie, ni siquiera los eternos y sistemáticos descontentadizos, se atreverá a decir que en la nueva ordenación no se ha encontrado la forma de desenvolver las fuerzas de la personalidad en el sentido más noble y elevado”.

Con mayor inteligencia, Joaquín A. Bonet, a la vista del empleo de la cinematografía como arma propagandística eficaz por parte de las potencias aliadas y las del Eje en el conflicto mundial, recomendaba desempolvar las filmaciones de los dos bandos de la Guerra Civil para componer documentales que anulasen la propaganda republicana en el exterior.

La regulación sistemática de todo lo concerniente a la publicidad y la rigidez de la

censura son sólo una muestra de las dificultades materiales, del aislamiento y de la imposición de una única ideología. Por ello no es extraño que el cartel en Asturias recorra el camino hecho en sentido inverso y vuelvan, como si nada hubiera ocurrido ni los años hubiesen pasado, al cartelismo festivo, a una moderada propaganda comercial, y a esos tópicos ya casi centenarios del turismo y los más cercanos de la Feria de Muestras. Los mismos presupuestos ideológicos, los mismos errores, la misma ilusión que la realidad se encarga de desbaratar lo más pronto posible; en definitiva, el fracaso de unas élites y de un pueblo que no acaba de encontrar la luz de esa inteligencia que le permita salir del túnel, y se obceca en dar vueltas y vueltas a lo mismo sin arriesgar, sin apostar por una modernización que tuvo posibilidad de consolidar en algunas ocasiones, sin saber aprovechar esas oportunidades que raramente se repiten.

La propaganda turística regional renace constreñida por disposiciones legales, como la orden del Ministerio de la Gobernación de 11 de abril de 1941, que obliga a que los carteles tengan un tamaño máximo de 100 x 62 cm. Las multas en caso de infracción alcanzaban a las imprentas y litografías a las que se encargaba su confección. El incumplimiento de la normativa fue constante, promoviéndose cinco años después nuevas normas más rigurosas. Desde los años cuarenta será la Junta Provincial de Turismo de Asturias la que convoque concursos de propaganda veraniega. Para el de 1944, la medida era la señalada por la legislación citada, pudiendo únicamente utilizar cuatro tintas. Se exigía que el tema fuese “simbólico”, no pudiendo reproducirse lugares o monumentos identificables, y debería acompañarse del texto “Asturias, veraneo ideal”.

Se estipulaba un único premio dotado con mil pesetas, pudiendo la Junta adquirir otros carteles no premiados, que serían reproducidos en tarjetas postales y sellos. El premiado fue el cartel presentado por Conrado Catalá, residente

en Gijón. En años sucesivos, las bases de la convocatoria fueron variando, pero aún así tampoco se lograba mejorar la calidad, como da cuenta el hecho de que el concurso de 1945 se declarase desierto, al “no reunir méritos” los carteles o por incumplimiento de las bases. Así, para 1947, se permitía un tema libre y la utilización de cinco tintas. El único texto exigido era “Asturias”, pudiendo introducir el artista otro lema turístico. La cuantía del premio, que se podía declarar desierto, se elevaba a tres mil pesetas, adquiriendo de este modo la Junta todos los derechos de reproducción en cualquier soporte. Aportaba una novedad importante: ahora se podría presentar cualquier artista español, lo que permitió a algún crítico aplaudir esta apertura en aras de una mayor calidad y como medio de eliminar ese socorrido y cansino casticismo astur: “Si el españolismo de pandereta estamos procurando arrumbarlo, también está ya un poco gastado el asturianismo de “gaiteru y madreñes”. Era lo que Bonet llamaba “Abandonar el tópico” en cuanto al cartelismo asturiano, y pedía, como décadas atrás, reflexionar sobre una puesta al día atrayente, según demandaba la sociedad del momento:

“Se plantea por lo tanto la cuestión de siempre. Es preciso que Asturias salga de una vez de la rutina en el aspecto propagandístico, principalmente en el que se destina a la vista. Ese tributo o alcabala que se paga al lugar común, no puede servirnos, entre otras razones, porque una de las finalidades que se busca es hacerse notar, distinguirse entre tantas y tantas propagandas como por ahí circulan ¿No existen en Asturias monumentos, paisajes, cosas que no hay en parte alguna? Pues el mérito está en encontrarlas y, sobre todo, acertar a verlas. Es un problema de enfoque. El artista, y hasta el escritor, que mejor acierte a situarse ante los motivos eternos y más visibles de la región, será el que más se acerque al éxito...

No es preciso hablar de las posibilidades artísticas de los que entre nosotros cultivan esta modalidad de propaganda. Están claras. Ya las hemos admirado en

diversos certámenes. En muchos de esos artistas hay, sin disputa, facultades y valores que les capacitan para conseguir la obra deseada ¿para qué señalar lugares, cumbres, ángulos, etc., donde hayan de situarse? A su inspiración y a sus dotes observadoras hay que confiar este paso considerable en el camino del acierto. Lo importante será lo que en las diferentes modalidades de la divulgación, y sobre todo, en los carteles murales, haya uno que permita exclamar: “Esta es una visión certera de la Asturias que queremos enseñar a quienes no la conocen”.

La vía renovadora fue lenta, desigual, con algunos hitos de modernidad a mediados de la década de los cincuenta, para pronto entrar en una decadencia notoria con ejemplos sonrojantes que señalaban el agotamiento del cartel turístico en su formulación tradicional. Tales extremos son aplicables también al los carteles de festejos, que vuelven a ocupar esa primacía que fueron perdiendo a lo largo de los años veinte y primeros treinta. Es otro retorno en sus dos variantes: el cartel de las ciudades y villas importantes, ejecutado litográficamente; y el cartel de los pueblos, que sigue esos modelos del XIX en las combinaciones tipográficas de tamaño de letras y dos tintas, generalmente negra y roja, a los que se suman los de acontecimientos deportivos, partidas de bolos, regatas, etc.

En el cartel de festejos continúan siendo Gijón y Oviedo, y en menor medida Avilés, los que pugnan por recuperar el prestigio que tuvieron. En Gijón va a ser la Junta Municipal de Festejos y del Turismo la que desde los primeros cuarenta convoque los concursos. El de 1942 será restringido a los artistas asturianos o “a los que tengan fijada su residencia en Asturias desde hace más de un año”. El tamaño del cartel será de 99 x 66 cm y sólo se podrán usar cuatro tintas. Se imponía el tema principal, que sería la playa de San Lorenzo, y también el segundo: el hípico, seguido por las regatas y el tiro a pichón. No se podría hacer alusión a otros temas, y el texto, también obligatorio, sería “Gijón-Verano de

1942”, aunque los artistas premiados “quedaban obligados a fijar, después del fallo, el texto que les fijase la Junta de Festejos”. Se establecían dos premios: el primero de mil pesetas y el segundo de quinientas, no pudiendo declararse desiertos. Los carteles premiados pasaban a ser propiedad de la Junta de Festejos, “que puede editarlos en esta o en cualquier otra época”.

Las obras participantes fueron expuestas en el Real Instituto de Jovellanos, y el jurado, compuesto por el presidente de la Comisión de Festejos Óscar de la Riera, el pintor Manuel Medina y el director en funciones de *El Comercio* Félix Velasco, otorgaron el primer premio a Rovés, el segundo a Pedrín Sánchez, un tercer premio y una mención espacial a Rovés, y menciones honoríficas a Fernando Wes, Nico Ochoa, Pedrín Sánchez y Laureano Díaz del Gallego. Reaparecían dibujantes y cartelistas de preguerra como Pedrín Sánchez y Wes, y Rovés era el cartelista prolífico y ascendente, cuyo protagonismo se haría sentir en años futuros.

En 1949 los premiados fueron Alfonso Sanz Espinosa, con el primer premio, y el caricaturista y dibujante “Juan de España” y Rovés, con sendos accesits. Esta abundante producción no conllevaba una calidad relevante, ni tampoco se alcanzaban los objetivos previstos con este medio de propaganda, volviendo a hacerse presentes los problemas ya clásicos en los principios de siglo cuyo origen estaba en la ineficacia administrativa: tardanza en la convocatoria de los premios, retraso en el encargo a las litografías para imprimir los carteles, e inexplicable dilación en su distribución. En 1950, como era tradicional, los carteles del verano gijonés no se podían contemplar en Madrid para las ferias y fiestas de San Isidro, y aún en mayo no había noticias de que el Ayuntamiento convocase el tradicional concurso que tenía doble finalidad: “estimular a los artistas y hacer propaganda del Gijón estival”. En esta década, la prensa ya se atreve a ir más allá de la velada crítica y pretende

condicionar las bases del concurso en lo que se refiere a los motivos del cartel. En 1951, se señala que la vista del Muro debe ahora incorporar la prolongación hasta los merenderos del Piles, y no hasta el puente sobre este río que era la perspectiva tradicional. Era hacer propaganda también de las mejoras municipales y de la eficaz utilización de los dineros públicos. El resto lo dejaban a la inspiración de los artistas “en cuanto a los colores, con las notas gayas que dan sobre la dorada superficie, las tiendas de campaña, las sombrillas y la animación de los bañistas y paseantes”. Era la nueva visión tópica que, a través de los carteles firmados por cartelistas españoles como Morell y Teodoro Delgado (cat. n.º 119), muy en la línea con los que con el mismo destino diseñaría en Asturias Alfonso Iglesias (cat. n.º 120 y 121), se completaban con aquellos basados en el uso de la fotografía, primero con materiales del marqués de Santa María del Villar y otros fotógrafos neopictorialistas en la serie “Bellezas de España” (cat. n.º 125), y posteriormente en otras campañas institucionales del Ministerio de Información y Turismo como la difundida con indudable éxito bajo el lema de “España es diferente”, de la que existe en la colección del Museo del Pueblo de Asturias un ejemplo muy significativo en el cartel dedicado a Cudillero con el texto en inglés (cat. n.º 126).

A este concurso de 1951 se presentaron treinta y siete carteles, logrando el primer premio Julio Pascual Quirós (cat. n.º 124), el segundo Mariano Moré Cors, otro artista recuperado para el cartelismo, y el tercero Carlos Luis Arcos Palacio.

La crítica no dejó tampoco pasar la ocasión para dejar constancia del conocimiento acumulado y de la experiencia adquirida en torno al fenómeno del cartel para comentar los resultados del concurso:

“El mundo ha girado muchas veces desde que se concibió el primer cartel con un claro designio publicitario. Antes, todo quedaba al libre albedrío del

artista que interpretaba con mucha imaginación y con poco sentido práctico el tema obligado. Después de muchos estudios y de bastantes años, se ha llegado a ciertas conclusiones irrefutables sobre este tema”.

La primera conclusión era que la cuantía de los premios “no estaba en consonancia con la ciudad”, y que la única solución para lograr un cartel de auténtica calidad era dotarlos en superior cuantía para atraer a los buenos cartelistas:

“Sospechamos que la única forma de elevar el nivel de nuestros concursos de carteles, es elevar el tope de los premios. Mientras esto no suceda, ni nuestros jóvenes aprendices de cartelistas aprenderán nada, ni nosotros podremos imprimir un “affiche” de verdadero interés”.

Sobre el cartel de Pascual Quirós señalaba que estaba concebido “en tonos violentos”, y lo definía como correcto, “pero no muy original”: “Grandes zonas de color hacen de él un cartel con sentido combativo, concebido para disputar la atención con otros de diferentes ciudades o playas”. Con Moré, autor del segundo premio, se mostraba crítico e incluso duro para un artista de su categoría:

“El segundo premio, bien dibujado, con la corrección que corresponde al artista que lo firma, es una equivocación en cuanto a su sentido publicitario. Comienza por entonarlo con colores apagados, impropios del tema veraniego que requiere matices brillantes (sensación de calor), o azules (sensación de frescor). Después rodea a las letras de un nimbo de fuegos de artificio, que las hacen totalmente ilegibles a cierta distancia. Por si esto fuera poco, el grupo de personas acomodadas sobre la quemada arena sugieren cansancio, pesadez. En definitiva, todo lo contrario de lo que ha de ser un cartel de estío”.

A ambos artistas les atribuía otros de los carteles presentados. Y al tercero, el de Arcos Palacio, le acusaba de faltarle ese “grito de

atención” tan clave en todo cartel, y señalaba que su diseño era más apropiado para imprimir “affiches de mano”.

Valoraba en cambio como el de “mayores condiciones publicitarias”, siendo un cartel “moderno y ágil”, el presentado bajo el lema “Fantasía”.

Lo interesante también del concurso de este año era la nueva estrategia municipal para la propaganda en Madrid y esa Castilla que caía sobre el mar de Gijón. La eficacia se concentraba en el contrato con una empresa publicitaria que se encargaría en la capital de la colocación y conservación de los carteles veraniegos. El acuerdo, en concreto, era que la agencia se comprometía a mantener intactos los carteles o sustituir los arrancados hasta el mes de agosto. Para las ciudades y villas castellanas se había firmado un contrato con otra agencia publicitaria en los mismos términos, y la Oficina Local de Turismo los distribuiría, con la ayuda de RENFE, por el resto de España. Para el extranjero, contando con todos los continentes, la diligente diplomacia española se ocuparía de la labor publicitaria.

En 1955, resucita la competencia con las ciudades balneario del Cantábrico en otra vuelta a los estíos pretéritos. Un artículo del alcalde de Santander, que propone una oferta nueva, despierta de sus sueños a los medios y autoridades locales: hay que seguir ese modelo cántabro. PIT (Paco Ignacio Taibo) desde su “Tránsito de las Ballenas” en *El Comercio*, toma como argumento ese artículo y despierta un pequeño debate ciudadano. A la idea de uno de sus críticos, responde que el cartel no es algo puramente artístico, sino puramente comercial, basado en la técnica del reclamo y dirigido a lograr la máxima eficacia: el mejor cartel es el que atrae mayor número de miradas para “quedar retenido en el mayor número de mentes”; en definitiva: “el motivo puramente artístico tiene que estar supeditado al motivo puramente comercial”.

Las carencias de los cartelistas locales eran resaltadas por el periodista:

“Los dibujantes locales insisten en repetir una serie de motivos gijoneses al pié de la letra.¿Por qué no nos gusta esto?... En principio la idea es acertada, técnicamente, la idea de buscar un motivo local y convertirlo en el sinónimo publicitario de la propia ciudad...Pero este motivo ha de elegirse cuidadosamente. Durante mucho tiempo fue sinónimo de Gijón la estatua de Pelayo. Francamente, no es adecuada para esto, ni mucho menos. Ahora, por lo visto se intenta que sean las farolas del muro. Menos adecuadas aún... Posiblemente con el tiempo, la sola reproducción de la torre de la Universidad Laboral, sea sugerir el nombre de nuestra villa. Y no nos parecerá mal”.

PIT no menciona entonces la playa, que utilizará como argumento en una próxima entrega: “¿Deben reproducir los carteles lugares conocidos y en forma reconocible?... No es necesario que se reproduzca, precisamente, nuestra playa”, y pone de ejemplo un vistoso cartel de una playa italiana cuyo motivo era un pez sobre un salvavidas, y apela al empleo de la fotografía como modelo idóneo, siguiendo el ejemplo de la propaganda institucional del Ministerio de Información y Turismo:

“El cartel, la vieja llamada a la atención, el clarín que invita a la curiosidad, el grito de la pared, sigue siendo eso: una mancha llamativa, sugerente. Un impacto en la retina del caminante. Después, sobre este golpe inicial, ha de desplegarse otra publicidad más amplia, más llena de detalles, más convincente. Elíjase un affiche, para las paredes, adecuado a este destino, y encárguense otros, acaso con fotografías de nuestra playa en color, para colocar en los escaparates de las agencias turísticas. Y, finalmente, bombardéese con ellos toda la provincia de León”.

Algún efecto tuvieron las sugerencias de Taibo, pues el porfolio veraniego tenía en el diseño de portada un simpático caballito de mar a lomos del cual cabalgaba, en dirección Gijón, el prototipo de turista con cámara fotográfica y prismáticos. Diseño alabado frente a “la espesa chatura” del cartel ganador de aquel año.

Al año siguiente, en 1956, las bases del concurso indicaban la libre elección del tema, “más siempre poniendo de manifiesto la atracción veraniega de Gijón”. Su tamaño sería de 100 x 62, utilizándose un máximo de cinco tintas. Habría tres premios: un primer y único premio dotado con tres mil pesetas, y dos accesits de mil pesetas cada uno, reservándose la Comisión de Festejos todos los derechos de propiedad, edición, reproducción, etc. La base octava señalaba que “el cartel acreedor al primer premio será impreso en el verano actual, y los otros dos cuando la Comisión Municipal de Festejos lo creyera conveniente”.

El ganador fue Gonzalo Cerezo (Villaviciosa, 1926), personalidad polifacética, fundador de la revista *Asturamérica*, cercano políticamente al gobernador civil Labadíe Otermín, con quien firma el libro *La hora de Asturias*, aparecido ese mismo año; miembro de la “Tertulia Naranco”, y con Felipe Santullano, el crítico más lúcido y atento a las nuevas corrientes artísticas. En el mismo año se encargó por la alcaldía a Rubio Camín (Gijón, 1929 – 2007), el cartel del Día de Asturias; un diseño en el que sobre un fondo azul mar destacaba la silueta de una joven con pañuelo en la cabeza.

En 1957 fue Nicieza el ganador del concurso con un cartel en el que no faltaba el inevitable texto “Veranee en Gijón”, y el del Día de Asturias en Gijón lo realizó Rafael Menéndez Menéndez (cat. n.º 156), de dieciocho años, trabajador del estudio y taller artístico de Antonio Álvarez Hevia, en el que habían trabajado con anterioridad Rubio Camín y Antonio Suárez.

Las bases de los concursos de 1960 y 1961 coincidían en el tamaño (100 x 75 cm), en la prohibición del uso del aerógrafo, y en la leyenda “Gijón Verano”, incluyendo el escudo de la ciudad. Para 1960 el premio único e indivisible se dotaba en diez mil pesetas; mientras que al año siguiente el primero mantenía esa dotación, pero se sumaban un segundo premio de cinco mil pesetas y un tercero de dos mil quinientas. El concurso no se

podría dejar desierto y los originales premiados pasarían a ser propiedad del Ayuntamiento de Gijón. El vallisoletano Conrado Sabugo Calderón, fue el ganador en 1960 con un cartel de un cisne turista portando su cámara de fotos. La razón de este motivo la daba el propio cartelista:

“Yo buscaba un motivo que diese idea de verano. Deseché peces, sirenas y otras cosas por parecer manidas. Entonces se me ocurrieron los cisnes. El cisne es un animal gracioso y pensé que sus líneas airosas ayudarían a crear una atracción visual. Además Gijón se ha convertido en centro exportador de cisnes. Posee un cisne negro, especie rara de aclimatar. Por todo ello creo que los cisnes ya son algo representativo de la ciudad. Pero principalmente dibujé cisnes porque me pareció adecuada la combinación de blanco y negro”.

El premio de 1961 recayó en Isaac del Rivero de la Llana (Colunga, 1931), seguido por un segundo para Sabugo y un tercero para Rovés. Expuestos en el Ateneo, la modernidad conceptual y formal del de Rivero produjo una de esas pequeñas polémicas, cada vez más raras, en torno al cartel. Rivero había comenzado en su infancia copiando dibujos de los tebeos, y había soñado con ser director de cine. Se especializó en el cómic y en estas historietas. En este 1961 formaba parte como dibujante publicitario de la recién creada empresa Publirama, de la que era copropietario, cuando ya era de sobra conocido desde la década anterior como dibujante publicitario e ilustrador en la prensa. Su publicidad para los Chocolates Kike, las cervezas El Águila Negra y La Estrella de Gijón, por ejemplo, mostraban a un artista fiel al concepto de renovación de los lenguajes publicitarios, que ya había logrado una expresión personal y de inequívoca identificación. Su realización como cartelista pretendía entonces combinarla con su aspiración a convertirse en editor de sus propias historietas infantiles. En esa polémica, Del Rivero fue acusado de plagio, cuando lo cierto era que ya tenía

abocetado el cartel para el concurso del año anterior, y se le echaba en cara que resultaba sumamente confuso en su composición y de colores desvaídos. Él lo explicaba de modo claro:

“El cartel significa que Gijón, mar y playa –motivo central del dibujo– se encuentra en el centro de la Costa Verde (otro slogan turístico de nuevo cuño), como principal atractivo de ésta. Este proceso electivo de Gijón viene representado por la espiral, que señala el punto clave: Gijón. La idea de Costa Verde se manifiesta por el color verde que hace de fondo al cartel. Finalmente, el cometa, con los colores de Gijón, que aparece en el ángulo superior, significa la brisa cantábrica, el frescor del clima”.

Ya a medidos de esta década, con la creación de GIFESA (Gijonesa de Iniciativas, Festejos y Atracciones), la oferta del concurso de carteles se ampliará con los anunciadores de la llamada “Semana Asturiana”, para el que se establecía un premio único de cinco mil pesetas, y con ello la aparición de nuevos cartelistas provenientes del medio publicitario como el gallego José Manuel Vilasó, asesor artístico de publicidad Alas.

En Oviedo, lejos de la playa, sin posible oferta veraniega, el cartel se reduce al eminentemente festivo de San Mateo. Será a partir de 1947-1948, con la constitución de la SOF (Sociedad Ovetense de Festejos), cuando se convoquen los concursos. El primero de este año se declarará desierto y el segundo se le otorgará a Luis del Fresno, un magnífico dibujante que estará presente en otros concursos. A mediados de los años cincuenta, cuando ya se habían sumado a la nómina de premiados José Parente (1953), Francisco de Borja (1955) y Carlos Asensio y Eduardo Valdés (1956, primer premio y accesit, respectivamente), se convoca en 1957 por vez primera otro concurso paralelo al de San Mateo: el anunciador del “Día de América en Asturias”, creado en 1950. En las bases de esa primera convocatoria, se abría el concurso a todos los artistas españoles para un cartel de tema libre, de 70 x 50 cm, y

empleando cinco tintas. Debería llevar como inscripción en letra de mayor tamaño “Día de América en Asturias”, y en menor “Sociedad Ovetense de Festejos, 23 de septiembre de 1957”. El premio único tenía una cuantía de cinco mil pesetas.

Las veintiuna obras concursantes se expusieron en la sala de la Caja de Ahorros de Asturias junto a las quince dedicadas a las fiestas de San Mateo, siendo ganador del cartel de éstas Eduardo Valdés, y del Día de América Jacinto Melcón, que quedaría, junto a Chevis (Juan Bautista Alonso), como finalista del de San Mateo. Al año siguiente se declararía desierto el de San Mateo, y el del Día de América lo ganaría “Manguillo”. A Melcón se le había encargado en 1954 el anunciador del Día de América.

En la década siguiente se suman otros autores de ambos carteles como los ya citados Vilasó, “Chevis”, Fresno, Santamarina, etc. (cat. n.º 164-166), aunque será la firma de Alfonso la más constante; un Alfonso se, como veremos, cubrirá toda la geografía asturiana de carteles festivos.

En Avilés, el entusiasmo y la vitalidad pareja de Fernando Wes y Pipo Carreño, artistas debutantes en aquella villa de preguerra que José Francés, su hijo adoptivo, propagó como la “Atenas del Norte” y en donde materializó algunos de sus proyectos expositivos más interesante, mantuvieron viva esa concepción del arte abierta a todas las manifestaciones, entre ellas el cartel. Ambos firmaron en bastantes ocasiones el de las fiestas del Bollo, seguidos por José María Pérez y por el más tardío Tuto (Jesús García Blanco), que introduce a mediados de los sesenta una notoria renovación estética, como lo prueba su cartel del Bollo de 1967. En otros lugares serán también artistas locales los que mantengan un práctico monopolio como ocurre con Falo (Rafael Suárez Vallina, La Felguera, 1910-2000), dibujante industrial e ilustrador y definitivo cartelista a partir de 1941, cuando comienza a realizar los carteles de las fiestas de

Santiago en Sama de Langreo (cat. n.º 155) y las de San Pedro de La Felguera, villa en la que también era un relevante cartelista Manuel Menéndez Conde. En Mieres, son frecuentes las firmas de Cirino Hevia, Estanislao G. Canteli y Larios, y en Villaviciosa los autores suelen ser los artistas locales Celso Cadrecha y Guillermo Simón, ampliándose el repertorio cuando en 1960 da inicio el Festival de la Manzana, publicitado con cartel propio. Otra villa en la que tiene fuerte arraigo el cartel festivo es Pola de Siero, donde Alfonso será el autor más afamado e indiscutible (cat. n.º 183-185). El caso más singular de este periodo es sin duda Luanco, la villa costera para cuyas fiestas de verano un amante del arte, que promovió industrias artísticas de gran valor en este época, como José Antonio Caicoya Masaveu (Oviedo, 1911-Luanco, 1989), realizó durante muchos años unos carteles estampados siempre por Litografía Viña, de donde eran originarios sus promotores. La singularidad en la elección y conjunción de motivos, la elegancia de las composiciones, y el equilibrado cromatismo transmiten un gusto sereno y alejado de la habitual exuberancia festiva que convierte a esta serie en un ejemplo perfecto de lo que debiera haber sido el cartel asturiano de posguerra si hubiera atendido a las corrientes vigentes en la gráfica europea (cat. n.º 145 y 151).

La fuente de ingresos que para las empresas gráficas supusieron estos carteles festivos en todas sus variantes queda patente en la edición que en 1966 hace la Compañía Asturiana de Artes Gráficas de un *Catálogo de Carteles de Fiestas*, ofreciendo variantes en reproducción fotomecánica, litografía, hueco-offset, relieves, barnizado y tipografía. El catálogo estaba dirigido a las comisiones y sociedades de fiestas para facilitarles “una vistosa propaganda a base de nuestros carteles editados en serie y con miras a vencer las dificultades económicas con que tropiezan” estos colectivos. Se ofrecían trece modelos que incluían todo el repertorio icónico propio de las fiestas, con variedad de lenguajes formales y gran colorido. Como

curiosidad, podemos señalar que el titulado “Aldeana” se basaba en el cartel de los festejos de Gijón de 1906 que había servido de cubierta para el porfolio festivo de ese año.

Los carteles se servían sin texto “para que el cliente quede en libertad de encargar la sobreimpresión de la leyenda en cualquier imprenta de su localidad”. El tamaño era de 70 x 50 cm, y los precios ofrecidos eran: 25 ejemplares (20 pesetas unidad); 50 (15); 100 (12); 200 (10). Para partidas superiores a los doscientos ejemplares se harían precios especiales.

Como antecedente de esta serie estandarizada realizada en Artes Gráficas, es necesario señalar los carteles realizados para la Comisión de Seguridad de la Industria Siderúrgica a fines de los años cincuenta y en 1962 por Artes Gráficas y Gráficas Summa.



Carteles editados en serie, incluidos en *Catálogo de carteles de fiestas*, de la Compañía Asturiana de Artes Gráficas, S. A., Gijón, 1966
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies

Desde el conjunto de 1933, encargado por la sociedad Duro-Felguera a Cheche, se percibe una intensificación de la propaganda preventiva de los accidentes laborales a través del cartel por parte de organismos públicos. De mediados de los años cuarenta, y realizada a expensas del Ministerio del Trabajo, es una serie muy distribuida, sobre todo en las empresas públicas y centros de enseñanza laboral, como las escuelas de artes y oficios de las Fábricas de Armas de Trubia y Oviedo, en cuyas aulas y talleres se colgaron (cat. n.º 116). Seguían en su diseño casi todas las premisas señaladas en el interesante estudio de José Manuel Gandásogui, *El cartel como medio preventivo de accidentes de trabajo* (Madrid, 1947), donde se refleja como ejemplo el modelo alemán; sin duda, aquella serie de los años cuarenta tenía mayor calidad gráfica y expresiva que esta



editada para la industria siderúrgica, más desigual en medios de diseño y resultados, pues a algunos carteles se les puede calificar de primarios e infantiles (cat. n.º 117 y 118).

Pero Gijón sigue centralizando, en ese revolver el baúl de los recuerdos de los éxitos pretéritos, otras recuperaciones como la Feria de Muestras, que con la de 1930 clausura su primera etapa. Hay un intento intermedio, en 1946, de impulsar un certamen a su imagen y semejanza en una coyuntura muy poco apropiada, con una Europa posbélica exhausta y una España inmersa de lleno en su autarquía: la Exposición de Productos Regionales del Noroeste de España, que no tendrá continuidad.

En ella se presentan como cartelistas Daniel Bedate y José Luis Catrain, teniendo la exclusiva de la propaganda de la Exposición la compañía “Publicidad Prema”.



12

Recuperaciones. Una nueva generación de cartelistas

Habrá que esperar a 1965 cuando Luis Adaro, presidente de la Cámara de Comercio, impulse la que, como heredera de aquel esfuerzo de los años veinte será convocada ese año como IX Feria de Muestras de Asturias. La experiencia es lo suficientemente exitosa para que ya se convoque un concurso de carteles para la X edición, de 1966.

El concurso estará abierto a todos los artistas españoles y extranjeros. El tamaño de los bocetos debía ser de 70 x 60 cm y se podrían utilizar un mínimo de cinco tintas y un máximo de siete. Obligatoriamente, todos los bocetos debían llevar la leyenda “X Feria de Muestras de Asturias, Gijón, Agosto, 1966”. Se establecía un único premio de siete mil pesetas, y el concurso no podría ser declarado desierto. Como base curiosa, por ser la única que se da en los concursos de toda esta época, la Feria de Muestras pasaría a ser propietaria de todos los carteles presentados a concurso, aunque únicamente se reservaba el derecho de reproducción “sin límites y en una u otra forma, en relación al que resulte premiado”. El ganador de este concurso sería Román Sansegundo Sáez, y se otorgaron dos menciones honoríficas a los de Elías García Benavides e Isaac del Rivero de la Llana. Para la XI edición, se diseñó una Caravana Publicitaria. A partir de 1992, la Cámara de Comercio decidió realizar encargos directos a artistas gijoneses o de su ámbito, con resultados desiguales, que vuelven a transmitir que la condición de artista no conlleva necesariamente la condición de cartelista. Rubio Camín fue el encargado de realizarlo en este año de 1992, siguiéndole Melquíades Álvarez (1993), Fernando Magdalena Laca, con cierta experiencia como cartelista, en 1994; Pelayo Ortega (1995); Reyes Díaz Blanco (1996), Ramón Prendes

Peláez (1997), María Antonia Laviada (1998), José Arias (1999), Roberto Díaz de Orosia (2000), Pedro Santamaría (2001), Carlos Rocas (2002), Jesús Miguel Gallego (2003), “Kiker”(2004), Pablo Maojo (2005), Vaquero Turcios (2006), Gil Morán (2007) y Fernando Peláez (2008).

Otra institución que en los primeros años cuarenta se suma a la corriente de los concursos de carteles es la Universidad de Oviedo para anunciar sus convocatorias de cursos de verano. A ellos se presentan preferentemente artistas y cartelistas de la ciudad. Así, de la segunda convocatoria de 1940 sabemos que es ganada por Eugenio Tamayo, y que a ella se había presentado también Paulino Vicente y Alfonso, de quien se estampó también el cartel. En 1941 se establecía un premio de mil quinientas pesetas y otro de mil, pero el jurado declaró desierto el concurso, proponiendo la adquisición como recompensa de los bocetos de Paulino Vicente “El Mozo”, Pedro Valdés Nager (de Alicante), Pablo Huerta Cardín (de Zamora), Alfonso, que presentó su obra bajo el lema “Fundador”, y Luis del Fresno. Para 1942 se ofrecían tres premios de mil quinientas, setecientas cincuenta y quinientas pesetas. Asiduos en todas estas convocatorias fueron Paulino Vicente, Alfonso (cat. n.º 172), Tamayo y otros artistas de menor interés, entre ellos algún aficionado como Joaquín Manzanares Rodríguez-Mir.

Otro organismo que impulsó la publicidad gráfica y el cartel fue la Federación Asturiana de Cajas de Ahorros, que ya en 1941 convoca un concurso para proveerse de toda clase de diseños con el fin de impulsar el ahorro destacando sus beneficios. En este denominado “Concurso de Artes”, los premios de carteles los lograron Celso Granda, Enrique González Rodríguez y Falo, pero habían participado otros artistas como Alfonso, Luis del Fresno, Fernando Wes, Rodríguez Balbín, José Castañón, José Rodríguez Noval y Luis Pardo a quienes se les encargaron directamente carteles

y un amplio conjunto de diseños gráficos para toda clase de publicidad, destinada mucha al público infantil como cartillas, álbumes, tarjetas postales, etc.

Con posterioridad, en una etapa en la que brilla con luz propia la imaginación decorativa y la riqueza formal de los trabajos de Jacinto Melcón, la Caja de Ahorros de Asturias convocó con ocasión del “Día Universal del Ahorro” premios de carteles, y en su sala de exposiciones se pudieron ver muestras como la del concurso para el diseño de emblema del programa de radio “La Jirafa” (1960), la de carteles de la Semana de la Publicidad (1961), del diseño de la mascota del comercio “Giovi” (1971) o la de carteles de fiestas hispanoamericanas (1973).

En estas décadas, multitud de convocatorias oficiales generaron concursos y, en consecuencia, ingente cantidad de carteles. Entre ellas debemos destacar las del SEU, las de los sindicatos verticales, y en particular la Obra Nacional de Educación y Descanso, y las anuales, desde 1939, del Campeonato Regional Oficial de Ganadería.

Frente a esta avalancha de carteles de organismos, entre los que deben incluirse los eventos deportivos, que van a tener en las carreras ciclistas sus ejemplos más destacados (cat. n.º 139-142), los dedicados a la publicidad comercial pasarán a segundo plano, con una demanda de cartel de propaganda para productos de consumo mucho menor, que está en consonancia con las graves carencias de una economía de subsistencia que lentamente se irá abriendo hasta poder consolidar una apertura a mayores bienes de consumo. Se mantiene con una identidad casi pretérita el cartel de sidra champanada y otras bebidas de producción regional. Los tímidos avances formales apenas logran romper los tópicos de unas marcas que por su misma denominación arrastran a perpetuar esa arcadia de verdes pomaradas, relucientes manzanas y bellas mozas, en composiciones que irán perdiendo calidad artística y gráfica, sin gracia ni inventiva.



Algunas marcas como El Gaitero o Arias parecen esforzarse en encontrar salidas acordes con gustos más actuales, pero no hay aciertos destacables ni logra fraguar otra identidad publicitaria del producto que no sea la heredada de sus orígenes (cat. n.º 93). Mayor riesgo y alcances se observa en la publicidad de licores, en especial los de la casa Bernaldo de Quirós, de Mieres, y los de Serrano, de Oviedo (cat. n.º 90-92).

San2º (Román Sansegundo Sáez)
X Feria de Muestras de Asturias,
Gijón, 1966
Col. Archivo Municipal de Gijón



culminará con el creado hacia 1992 por el diseñador Juan Botas, hijo del dueño, que reinterpreta con la soltura de su lenguaje la marca original de la casa con un cocinero portando una bandeja con la chocolatera y dos tazas. El ejemplar de la colección del Museo del Pueblo de Asturias es una prueba de la Litografía Viña, y el cartel no se llegó a distribuir al cambiar de dueños la firma y fallecer el artista (cat. n.º 99). Juan Suárez Botas (Gijón, 1958-Nueva York, 1992) es el

diseñador asturiano más reconocido en el exterior en la segunda mitad del siglo XX. Formado en Nueva York y discípulo de Milton Glaser, su aportación al panorama asturiano del cartel fue reducida, realizando principalmente diseños para su ciudad natal, en la que expuso sus trabajos en una muestra individual patrocinada por la Fundación Municipal de Cultura, para la que realizó un logotipo, institución que le dedicaría también una gran muestra póstuma como homenaje.

Dirigida al público femenino, la publicidad de la casa de productos de belleza “Visnú” es un caso único en Asturias en el largo periodo de posguerra, tanto por la variedad de su amplia línea de productos como por la intensidad de sus campañas publicitarias para las que emplearon todos los modelos y soportes disponibles entonces, incluido desde luego un cartel en el que la figura femenina es inusualmente chic y adelantada a la moda española, lo que no resulta extraño teniendo en

cuenta que los repertorios usados y los motivos están extraídos muchas veces de esa publicidad norteamericana conocida e introducida gracias a las revistas ilustradas hispanoamericanas, en particular las cubanas (cat. n.º 106 y 107). Todo este periodo del cartel, esos más de cincuenta años, es el que recorre con una intensidad creativa inusual, que muchas veces es inventiva en estado puro, un artista como **Alfonso** (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988), a quien nada le es ajeno y que transita por todo el universo gráfico con una seguridad y prodigalidad que lo convierten en referente indiscutible del dibujante y cartelista desacomplejado y sin otra pretensión que manifestar su personalidad con ese humor que utiliza como un bisturí para abrir de modo amable los entresijos de la realidad asturiana. Lo dejamos como cartelista de guerra y como participante en varios concursos de carteles de los celebrados en los años cuarenta, unos años prolíficos en los que atiende también al dibujo publicitario para el anuncio en prensa. Es la etapa casi febril del cartel turístico, con una Asturias que idealizará en su paisaje como después lo hará en la fiesta, y con el que sigue a su modo, tal vez sin siquiera conocerlos, las creaciones de las campañas de los años veinte y treinta. Son los años de los muchos bocetos para los carteles de los cursos de verano de la Universidad de Oviedo, con mitologías y alegorías a la luz del saber y el conocimiento en su sede reconstruida. Y también las variantes acordes a los diferentes sindicatos.

En 1942, Alfonso gana el concurso de carteles de las celebraciones conmemorativas de la consagración de la Cámara Santa y del XI Centenario de Alfonso II, y en 1948 el del XI Centenario Ramirense (cat. n.º 170 y 171). En ambos casos, el artista no cae en esa retórica imperial útil a la propaganda del régimen, y el proceso de creación de los carteles, que conocemos gracias a los dibujos preparatorios y bocetos conservados, es riguroso con la identidad de los símbolos y el significado histórico para la ciudad, sin alardes,

descartando lo accesorio en esa rutina visual de las piezas del tesoro catedralicio o del apostolado románico, para concluir en el diseño más simple, pero no por ello de fácil resolución. Más tardío es ese cartelismo comercial para el “Jabón Vetusta”, con esa pinza de referencias vanguardistas, o el del “Jabón Telva” con la entrada en escena de la mujer de Pinón tendiendo la ropa, o el gallo y la gallina que se protegen de los elementos con “Gallicina” (cat. n.º 186-188), y otros que conocemos gracias a dibujos preparatorios de “Pomarina”,

el jugo de carne de vaca “RES”, los productos lácteos “Yris” o el jugo de manzana “Champanín”, en muchos de los cuales no falta ese guiño irónico que pide al observador para que siga su juego humorístico.

Un humor que explota en el cartel festivo. Desde las recias figuras, tan características de los años treinta, del cartel de las fiestas de Moreda de 1942, Alfonso va rompiendo el molde para barroquizarse, para reflejar la fiesta como la apoteosis del pueblo en el fulgor de una anarquía que todo lo inunda y de la que



Alfonso
Boceto para cartel de las fiestas de San Mateo, Oviedo, 1948
35 x 22'5 cm
Col. Muséu del Pueblu d'Asturies (depósito de herederos de Alfonso Iglesias)



todos participan (cat. n.º 173-176). En esos carteles, como la amplia serie de Pola de Siero, que en tanto recuerdan en su objetivo y en el modo de su mirada al Alfredo Truan de los años veinte (cat. n.º 183-185). Pero nunca faltan en estas obras ese eje argumental, ese icono distintivo, que identifica a la localidad en fiestas y cuyo repertorio resulta tan amplio

como los carteles que hizo. Ese recurso, natural en origen, se hace complejo para introducir en el cartel el ingrediente del juego, de la adivinanza, y, al fin, del logro último de extraer esa sonrisa cómplice.

Alfonso es la fiesta de la mano de sus criaturas predilectas: Telva, Pinón y Pinín, que se mueven por toda Asturias sin perder jornada

festiva del calendario. Están presentes, incluso en las ausencias. No es posible explicar el papel del artista y su contribución sin las fiestas de San Mateo o el invento feliz del Día de América en Asturias, sin ellos y sin todo lo que encierran como personajes arquetípicos de una Asturias que transita de la aldea a la capital pasando por las villas sin dejar en un sitio u en otro huella de esa personalidad, que es la del asturiano rural abocado a entender otra época, otro tiempo. A la vez, Alfonso hace en otros carteles mateínos una lectura del Oviedo tradicional y popular, con un punto de nostalgia, como ocurre con el de 1949, en el que el motivo único son las clásicas “paxarines” hechas de miga de pan azafranada y coloreadas con papeles de seda, que acostumbraban a comprar los forasteros que iban a Oviedo a ganar el jubileo. Entonces había desaparecido esta producción y venta popular que luego se recuperaría. En el cartel, Alfonso recuerda dos figuras menudas, dos cestas y un perro con la leve silueta de la catedral como fondo (cat. n.º 178).

Trabajador infatigable, Alfonso logra con su cartel festivo arrumbar toda seriedad o trascendencia, vaciarlo de esa pretendida importancia como instrumento esencial de otros logros que no sean aquellos para lo que se celebra lo anunciado: el desahogo, la armonía, la danza y el sueño; ese paréntesis mágico entre los días rutinarios y anodinos. Éste será uno de sus grandes logros, al hacerle reconocible allá donde su mano materializa una concepción transparente de la vida. Por ello, Alfonso no tuvo discípulos ni sucesores; no los podía tener porque su concepción del grafismo, del humor, provenían de una única fuente que era su misma personalidad que todo lo impregnaba, y que permaneció atenta a los cambios que se producían en los años finales de su carrera profesional, como viene a revelar la nutrida serie de bocetos para la publicidad de Chocolates Nestlé.

Esos cambios fueron sobre todo visibles en el medio asturiano gracias a la labor del estudio Elías&Santamarina, que comienza su actividad

en 1972, aunque sus componentes tenían ya un bagaje considerable, una experiencia anterior en la que no faltaron premios a sus carteles. Elías García Benavides (León, 1937) y José Santamarina Laviada (Oviedo, 1941), éste último con formación académica y docente en la Escuela de Artes y Oficios de Oviedo, provenían del mundo publicitario, y combinaron la producción gráfica con una creación artística autónoma, que va a señalar convergencias y divergencias. Su labor como cartelistas es de franca ruptura, sin renuncia al conocimiento de esa nueva vanguardia europea que deviene pronto en un clasicismo de tardía recepción, que adquiere naturaleza de novedad desde mediados de los sesenta en los carteles de ambos, cuya iconografía se funde en la estela del resto de su rica producción gráfica que asimila tanto el cinetismo y sus geometrías como las formas evanescentes del pop más sicológico. Su abultado currículo certifica una aportación más que meritoria en la dignificación de la profesión gráfica y en su contribución a ampliar horizontes efectivos para las nuevas promociones (cat. n.º 150, 162 y 165).

Algo más jóvenes, pero contemporáneos en sus inquietudes y modos de afrontar el cartel, son Ramón Rodríguez (Avilés, 1943) y José Francisco Álvarez Busto (Avilés, 1952), que convierten de nuevo a Avilés en el otro foco de referencia del cartelismo asturiano desde los primeros setenta. Mientras Ramón Rodríguez se sitúa en un formalismo de recursos elementales para encontrar el impacto inmediato, Busto toma una vía más experimental y objetual, que hace de la serie de carteles anunciadores de las actividades de la Casa de Cultura de Avilés piezas únicas. El collage, el objeto encontrado, la parafernalia kistch, lo conceptual, la copia, etc., convergen en unos carteles extremadamente singulares que se mueven entre la poética de lo visual y la agresión material, para desembocar ahora en una graciosa barroquización de falsete, en ese rococó que se funde con lo pompier en los trabajos actuales que anuncian las jornadas

musicales de la institución para la que trabaja. La obra de estos cartelistas va a convivir con la eclosión de la propaganda política desde mediados de los setenta. La clandestinidad de la izquierda ha esclerotizado sus propuestas gráficas en un realismo socialista con laca China que no dejaría de producir sonrojo y risión si no se tuviesen presentes las condiciones en las que se han realizado estos trabajos. La tímida apertura no facilita las cosas para el cartel político. El sucursalismo madrileño nada aporta y las realizaciones locales son de una manifiesta pobreza, como prueban los carteles de la “platajunta” Democrática (Coordinación Democrática de Asturias) pidiendo la abstención en el referéndum de 1976 para la ley de la Reforma Política con su leyenda: “Otro referéndum sin libertades... Abstenerse, es votar la democracia” o “¿Hablan todos en T.V.E.? / Abstenerse, es votar la democracia”, cuyo único valor, aparte del testimonial, es el ser una muestra de una de las raras iniciativas de propaganda a través del cartel que hizo el colectivo opositor en toda España contra este referéndum (cat. n.º 192 y 193). El resto de la producción de carteles políticos –desde la extrema izquierda hasta la extrema derecha–, es de una pobreza casi total, miseria que vendrá a relativizar con posterioridad el MCA (Movimiento Comunista de Asturias) con sus carteles con fotomontajes que no dejaron de levantar polémica al observarse en ellos retratados satíricamente algunos personajes de la vida provincial.

De esta etapa es una rara muestra de la incursión de un artista como Orlando Pelayo (Gijón, 1920-Oviedo, 1990) en el cartel, en este caso para anunciar la aventura editorial de su amigo Silverio Cañada y otros con la *Gran Enciclopedia Asturiana*, para el que utiliza el modelo compositivo y elementos clásicos de su obra como excelente grabador (cat. n.º 203).

La mirada retrospectiva hacia lo que fue el cartelismo político y militante en la Asturias de los años treinta obliga a reflexionar sobre el

escaso arraigo, producto del desconocimiento de esa producción, que tuvieron los logros y enseñanzas de aquella generación perdida por la Guerra Civil y sus consecuencias, y también la falta de entidad de las enseñanzas artísticas impartidas a lo largo de este periodo.

Un revulsivo con carga de provocación supuso la aparición de ciertas individualidades cuya obra fue una reacción a esa pobreza de un ambiente artístico plegado a la abstracción. Tampoco entroncaron con la neofiguración emergente sino que buscaron en el simbolismo y en el modernismo toda una iconografía que revitalizaron, unos en una obra pictórica muy personal como Luis Rodríguez Vigil, y otros en una vertiente puramente decorativa como Luis Antonio Suárez. Entre ambos se puede situar a Germán Madroñero (Oviedo, 1961-1994), excelente dibujante y pintor-decorador, cuyo temprano fallecimiento nos privó de un creador que ya había dado testimonio de su sólida aportación, abierta a nuevos horizontes, como demuestra su última serie de retratos. De esa vocación por aunar estilos, de ese “revival” de variado origen con conocimiento y técnica precisa, es buena muestra el boceto que presentó al concurso para el cartel anunciador del Día de Asturias de 1983 (cat. n.º 163).

Desde entonces ha surgido una nueva generación de artistas gráficos y cartelistas al socaire de la Escuela de Artes Aplicadas de Oviedo. Una larga nómina que el tiempo se encargará de depurar para hacer visibles a aquellos que sepan hacer del cartel un medio de expresión que no ha perdido, aunque considerablemente enriquecido en medios técnicos, esos valores originales que se mueven entre lo artesano y lo artístico para hacer oír ese grito visual en los muros de siempre.

Alfonso Boceto para un anuncio de Nestlé, h. 1960 23 x 14'5 cm Col. Muséu del Pueblu d'Asturies (depósito de herederos de Alfonso Iglesias)

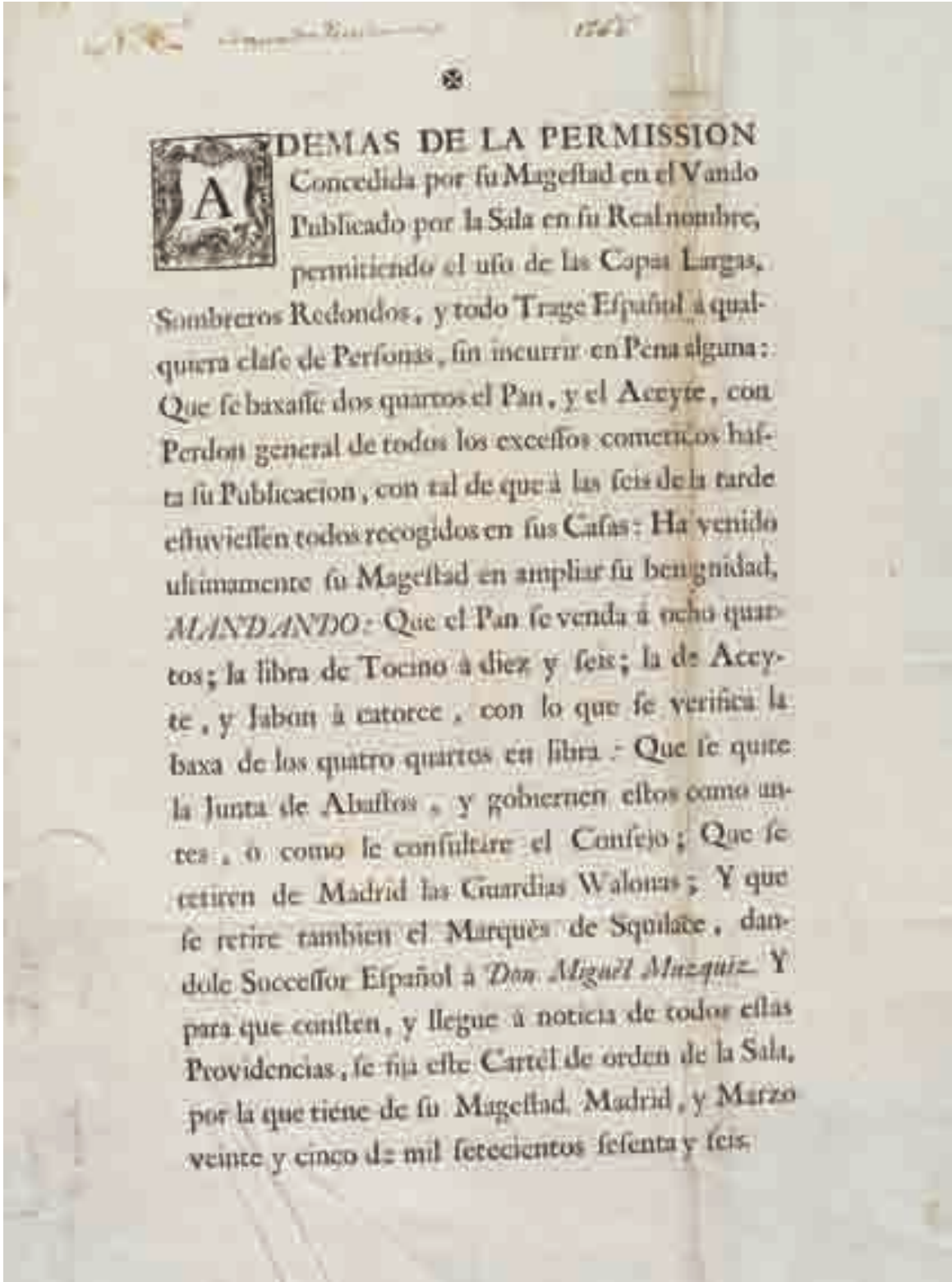


Selección de carteles de
la colección del
Museo del Pueblo de Asturias



1

1
Sumario de los estatutos de la
cofradía de Nuestra Señora del
Acebo, Cangas de Tineo
[Cangas del Narcea], h. 1708
42 x 31 cm
R. 11864



2

2
Cartel en el que Carlos III anula las
reformas impuestas por el
marqués de Esquilache, en lo
referente a indumentaria y precio
de los artículos de primera
necesidad, y nombra sucesor
de éste a Miguel Muzquiz,
Madrid, 1766
43 x 31 cm
R. 11897

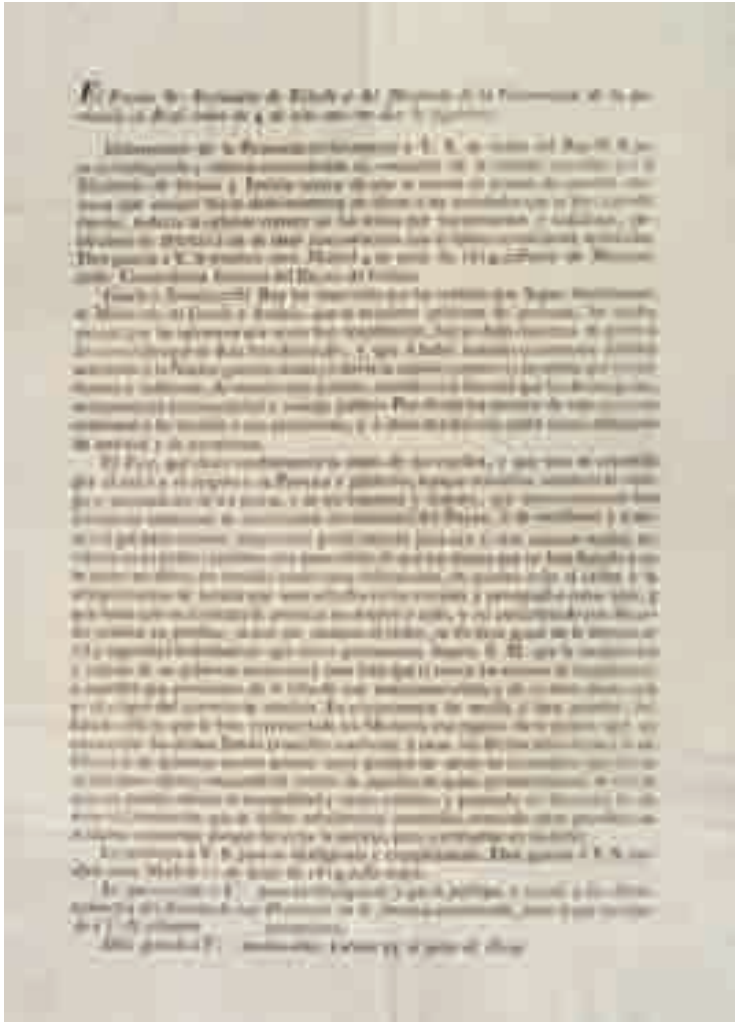


3

3
Breve sumario de las santas reliquias que se veneran en la Cámara Santa de Oviedo, h. 1800
41,5 x 31 cm
R. D. 852

4
Edicto de Fernando VII sobre la situación de los franceses y sus intereses como efecto de la declaración de guerra contra Napoleón, Cádiz, 1808
Por Don Nicolás Gómez de Requena, Impresor del Gobierno
43,5 x 31,5 cm
R. 11899

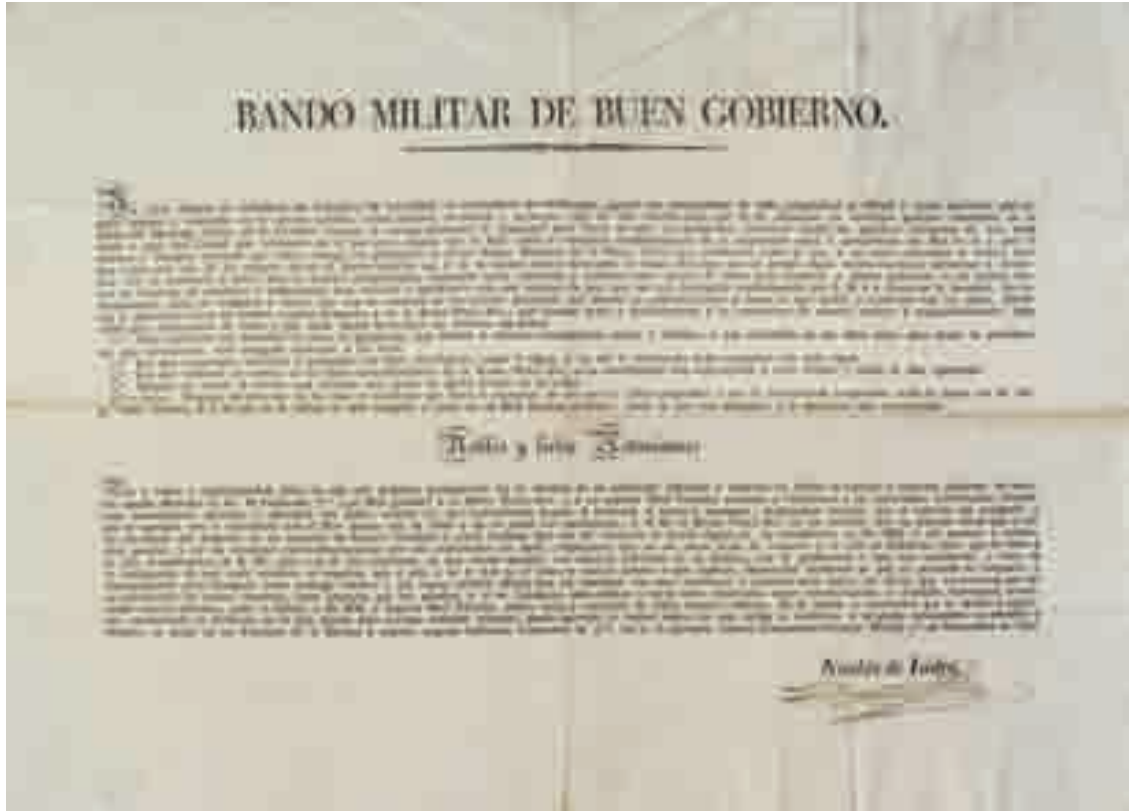
5
Comunicado del secretario de estado y del despacho de la gobernación de Fernando VII para que los jueces y policías tomen decisiones moderadas en el arresto de personas que muestren desacuerdos con su política, La Coruña, 1814
42,5 x 31 cm
R. 11898



5



4



6
Bando del comandante general del Principado de Asturias, Nicolás de Isidro, sobre el castigo a los que se rebelen contra el gobierno de la reina María Cristina, Oviedo, 1832
30 x 42 cm
R. 11534

7
Bando del comandante general del Principado de Asturias, Nicolás de Isidro, sobre la prohibición de canciones alarmantes o insultos que atenten contra la reina gobernadora María Cristina, Oviedo, 1834
42 x 30 cm
R. 11533



7

8
Manifiesto dirigido a la reina gobernadora María Cristina por relevantes asturianos, en el que expresan su apoyo a su hija Isabel II en contra de los carlistas, Oviedo, 1835
42 x 30 cm
R. 7052



8



9
Relación de premiados por la
Sociedad Económica de los Amigos
del País de Asturias, Oviedo, 1814
41 x 29,5 cm
R. D. 855

10
Programa de los premios de la
Sociedad Económica de Amigos del
País de Asturias, Oviedo, 1856
46 x 31,2 cm
R. 11611

11
Declaración de Manuel Vior dirigida
a los asturianos en la que anuncia
su plan de conducta como
gobernador de Asturias,
Oviedo, 1855
31,6 x 22,3 cm
R. 11613

12
Servicios y precios que ofrece el
dentista catalán José Codorniu que
“habita en Casa de Gerónimo
Santa Marina” [Luarca], h. 1870
Tip. de José R. Rubial
30,2 x 21,5 cm
R. 11912





DE GIJON PARA LA HABANA.

Saldrá sin falta en todo el próximo mes de Agosto la corbeta española

VILLA DE GIJON.

Este hermoso buque, construido con la mayor solidez, clavado, empernado y forrado en cobre, habilitado cumplidamente, ofrece en sus cámaras y alto y espacioso entrepuente, cubierto con colchones, la mayor comodidad á los señores pasajeros que quieran trasladarse á América, y por sus raras y extraordinarias cualidades marineras, la mas apetecible seguridad en la navegacion.

Sus dueños, así como su capitan D. José Fano, garantizan el trato mas esmerado.

Se despacha en GIJON por D. ANSELMO PALACIO, calle del Instituto, número 15.

Gijón 1.º de Junio de 1854.

GIJON. Imprenta y libreria a cargo de D. Leonardo Gonzalez

13
Salida de la corbeta Villa de Gijón para La Habana. Despacho: Anselmo Palacio, calle del Instituto, número 15, Gijón, 1854. Gijón: Imprenta y librería a cargo de don Leonardo González 32,5 x 22 cm R. D. 854 Depósito de Francisco Crabiffosse Cuesta, Cayés (Llanera)

14
Colegio de 1ª y 2ª Enseñanza de Villaviciosa dirigido por Joaquín García Caveda, h. 1875 Oviedo: Imp. de E. Uría 44 x 64 cm R. 11843

COLEGIO

DE 1.ª Y 2.ª ENSEÑANZA DE VILLAVICIOSA.

BAJO LA DIRECCION

DE D. JOAQUIN GARCIA CAVEDA.

El presente es un libro de escuela, destinado á servir de guía á los alumnos de la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales. Este libro es el primero de una serie de libros que se publicarán en esta imprenta, y que servirán para la enseñanza de las ciencias elementales. El presente libro es el primero de una serie de libros que se publicarán en esta imprenta, y que servirán para la enseñanza de las ciencias elementales.

REGLAMENTO GENERAL	REGLAMENTO INTERIOR
Artículo 1.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 1.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 2.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 2.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 3.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 3.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 4.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 4.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 5.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 5.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 6.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 6.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 7.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 7.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 8.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 8.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 9.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 9.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.
Artículo 10.º El presente Reglamento general tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.	Artículo 10.º El presente Reglamento interior tiene por objeto establecer las reglas que deben observarse en la escuela de Villaviciosa, en la que se enseña la lectura, la escritura, el cálculo, y otras ciencias elementales.



15

15
Cartel dirigido a los electores del distrito de Belmonte por José Manuel Pedregal en el que pide el voto para su candidatura republicana a la Diputación a Cortes, Oviedo, 1898
32,1 x 21,5 cm
R. 11616

16
Cartel dirigido a los obreros de Fábrica de Mieres por Pedro Pidal para que vayan a Madrid con Manuel Llaneza a pedir al gobierno que les ayude a evitar la quiebra, h. 1920
Imp. de Mieres, M. Bárcena Sordo
65,3 x 45,2 cm
R. 1685



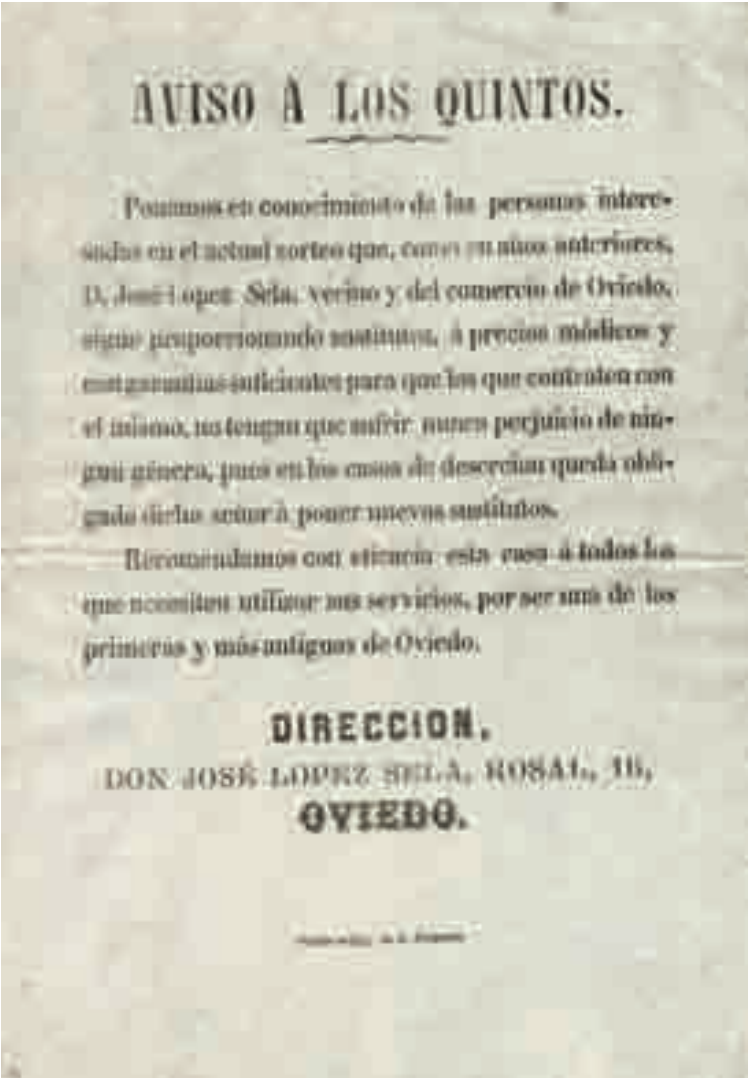
16

17
Anuncio de un “traficante de quintos” ofreciendo sustitutos para ir al servicio militar, h. 1878
Oviedo: Imprenta de Amalio Pumares
31,1 x 21,8 cm
R. D. 869

18
Cartel del Gobierno Militar de Oviedo en el que se felicita a los soldados asturianos por su contribución en la proclamación como rey de Alfonso XII, Oviedo, [1874]
32,5 x 21,5 cm
R. 11614



18



17



19
Oración del Padre Nuestro,
h. 1860
66,5 x 47 cm
R. 11826



20
Chocolates La Primitiva Indiana, de
Narciso R. Estrada, Gijón, h. 1880
Lit. de Torre y Cª, Gijón
23,5 x 30,4 cm
R. D. 853
Depósito de Francisco Crabiffosse Cuesta,
Cayés (Llanera)

21
Compañía Gijonesa de Maderas,
Carlos Bertrand (S. en C.), Gijón,
[1904]
Cª Asturiana de Artes Gráficas
A. Paquet, Gijón-Madrid
43 x 54,5 cm
R. D. 868
Depósito de Francisco Crabiffosse Cuesta,
Cayés (Llanera)





22

22
Julio G.ª Mencía (Julio García
Mencía, Madrid, 1851-?)
Ferias y fiestas de Santander, 1892
Lit.ª de Manuel García y Cª, Gijón
Tipog. L. Blanchard, Santander
300 x 130 cm
R. 11863



23

23
[Evaristo Valle]
(Gijón, 1873-1951)
Boceto para cartel de los festejos
de Gijón, 1906
125,7 x 66,5 cm
R. 1517
Depositado en el Museo Casa Natal de
Jovellanos, Gijón



24
Dulce de manzana La Cooperativa Española, de L. Tamés, Cuanda y Cía., Llanes, h. 1900
Lit. E. Pérez, San Sebastián
31 x 42 cm
R. 2047



25
Sidra champagne El Gaitero, de Valle, Ballina y Fernández S. A., Villaviciosa, h. 1910
Artes Gráficas, Gijón
77 x 36 cm
R. D. 859

26
Sidra champagne El Gaitero, de Valle, Ballina y Fernández S. A., Villaviciosa, h. 1920
Lit. S. Durá, Valencia
172 x 100 cm
R. 5410

27
Sidra champagne La Aldeana, Gijón, 1924
Editor: A. F. Rodríguez
Imp. La Victoria-Libertad, 53-Gijón
32 x 24,5 cm
R. 1174 bis





28

28
Sidra champagne El Hórreo,
de Hijos de Pablo Pérez,
Colunga, h. 1905
[Artes Gráficas, Gijón]
47 x 33 cm
R. 469



29

29
Boceto para cartel de mantequilla y
sidra champagne La Praviana,
de Antonino Arias,
Corias de Pravia, h. 1925
63 x 48,5 cm
R. 11862



30

30
Sidra champagne La Praviana,
de Antonino Arias,
Corias de Pravia, h. 1932
Artes Gráficas, Gijón
62,5 x 91,5 cm
R. 73



31

31
Cerveza La Estrella de Gijón, de Suardiaz Bachmaier y Cia., Gijón, h. 1910
60,5 x 42 cm
R. 4367

32
Cerveza El Águila Negra y sidra champagne Princesa de Asturias, Colloto (Oviedo), h. 1930
G. Seix & Barral Herms. S. A., Barcelona
48,4 x 29 cm
R. 2048



32

33
Germán Horacio
(Germán Horacio Robles Sánchez, Gijón, 1902-México D. F., 1975)
Anís de La Asturiana, de F. Serrano, Oviedo y Quintanar, h. 1930
Lit. Luba, Libertad, 24-Gijón
107 x 64,5 cm
R. D. 860
Depósito de Francisco Crabiffosse Cuesta, Cayés (Llanera)



33



34
Anís de La Asturiana, de Francisco Serrano, Oviedo y Quintanar de la Orden, h. 1910
100 x 69,5 cm
R. 72

35
Licor Montecarlo y anís El Mozo Astur, de destilería La Estrella, Gijón, h. 1935
Reclamos Moreno - Valencia
36,2 x 25,6 cm
R. D. 527
Depósito de Jesús Suárez López, Salas



36
Vermouth completo Franmare, de la fábrica Industrial Gaseosa, Somado (Pravia), h. 1910
70 x 50 cm
R. 8748

37
Trinaranjus, h. 1935
Litografía Viña, Gijón
82,2 x 60 cm
R. 4955





38
Compañía Hamburg
Sud-Amerikanische, h. 1910
Mühlmeister & Jöhler,
Hamburg (Alemania)
103 x 70 cm
R. 11061
Donación de Consuelo Miyar Gancedo,
Priesca (Villaviciosa)



39
B. Steiner (Bremen)
Agencia de Valentin Santa Eulalia
Blanco, Boal, h. 1930
Wilm. Jötzen. Bremen (Alemania)
100 x 70 cm
R. 9212
Donación de Ángel Bueres Santa Eulalia,
Boal

COMPañIA TRASATLANTICA



VAPORES CORREOS ESPAÑOLES

VIAJES RÁPIDOS DESDE GIJÓN A

HABANA Y VERACRUZ

El 20 de Noviembre a las 4 de la tarde, saldrá del MUSEL, el vapor

REINA MARIA CRISTINA

admitiendo pasaje y carga para HABANA y VERACRUZ

PRECIOS DEL PASAJE DE 3.ª CLASE (emigrantes)

Para Habana, Pesetas 241,60

id. Veracruz, id. 255,60

Para mas informes dirigirse a sus consignatarios en GIJON

SEÑORES HIJOS DE

Angel Perez y Compañia

CORRIDA. 41 y 43. 1.º Teléfono Núm 405

40
Compañía Trasatlántica.
Consignatario en Gijón: Hijos de
Ángel Pérez y Compañía,
Gijón, h. 1920
Artes Gráficas, Gijón
110,5 x 75,5 cm
R. 11171

41
James S. Mann
Compañía del Pacífico. Agentes
generales: Sobrinos de José Pastor,
La Coruña, 1932
Lit. e imp. Roel, La Coruña
99 x 65 cm
R. 11844

42
Compañía Hamburg-Amerika Linie.
Consignatario en Gijón: Antonio
Moriyón, Gijón, 1926
Artes Gráficas, Gijón
31,8 x 21,8 cm
R. 9213
Donación de Ángel Bueres Santa Eulalia,
Boal

HAMBURG-AMERIKA LINIE



PARA RIO JANEIRO, MONTEVIDEO Y BUENOS AIRES

BADEN

AVISO IMPORTANTE

ANTONIO MORIYÓN

COMPañIA DEL PACÍFICO



Para la HABANA

Proximas salidas

PRECIOS DEL PASAJE

ANTONIO MORIYÓN



43
Marcas de papel de fumar de Miguel Botella, Alcoy (Alicante).
Depositarios exclusivos: Santiago Herrero y Hnos., Oviedo, h. 1900.
Lit. Hijos S. Pablo, Valencia
57 x 47 cm
R. D. 861

44
Papel de fumar La Girafa, de Miguel Botella, Alcoy (Alicante).
Depositarios: Herrero Hermanos, Oviedo, h. 1915
Kreslawsky & Cª, Berlín S. O.
38 x 32,7 cm
R. 2017



45
Establecimiento cromolitográfico de Rosendo Fernández y Cia., La Habana, 1903
Impreso en el Establecimiento Cromo-Litográfico de Rosendo Fernández y Cª. San José 19 y 21, La Habana
57 x 44,5 cm
R. 6535



46



46
Artículos de menaje de Aluminio
Elefante, Barcelona, h. 1925
43,5 x 55,5 cm
R. 6198

47
Establecimiento de maquinaria
agrícola de Andrés Domínguez
Cofán y Cía. Ltda., Gijón, h. 1925
Imp. y fbca. de bolsas de Palacio,
González y Cª, Gijón
64 x 44 cm
R. 2034

47



48
C L Pº
Balneario de Panticosa,
Huesca, h. 1900
Lit. Portabella y Cª, Zaragoza
105 x 72,5 cm
R. 11840

49
R. N.
Resolutivo Trabmull, de Valdés y
Cardín, Villaviciosa, h. 1905
Comp. Artes Gráficas, A. Paquet
[Gijón]
89,5 x 62,5 cm
R. 5456

49



48



50



50
Cartel contra los efectos de la blenorragia, h. 1920
Lit. E. Fernández, Gonzalo de Córdoba 17, Madrid
70 x 100 cm
R. 11914

51
Moré (Mariano Moré Cors, Gijón, 1899-Oviedo, 1974)
Cartel contra el esputo, del Instituto de Puericultura de Gijón, h. 1930
Lito. Luba, Gijón
88 x 64 cm
R. 11924

51



52
Ruiz Moyano
Cartel a favor de la lactancia materna, de la Dirección General de Sanidad de la República Española, h. 1935
Imp. y lit. Ortega, Valencia
114 x 81 cm
R. D. 858
Depósito de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias

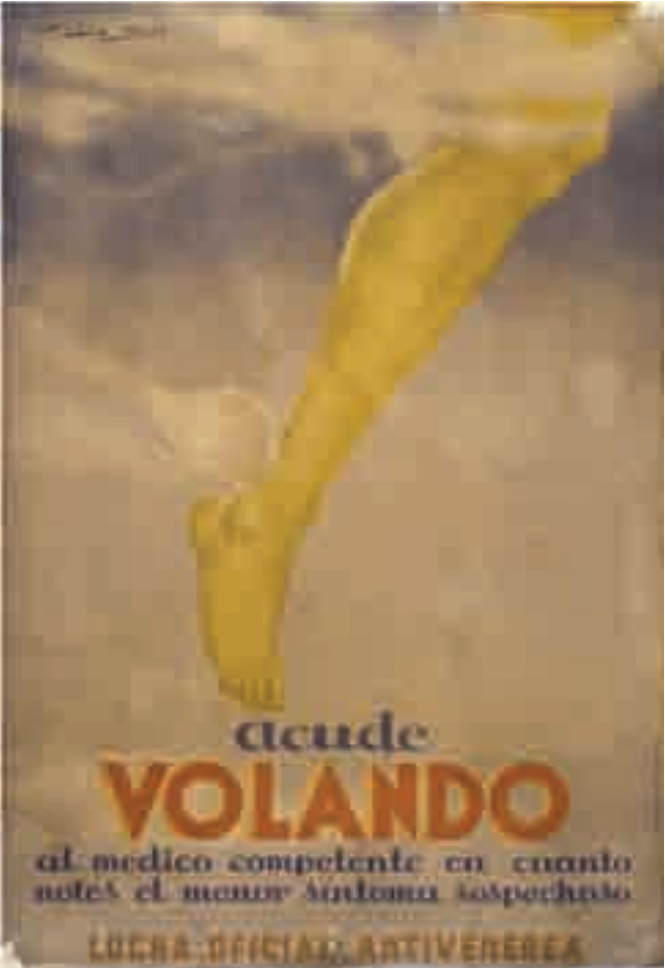
52





53
Cartel con consejos para evitar las diarreas del verano, de la Sección de Higiene Infantil de la Dirección General de Sanidad de la República Española, h. 1932
Gráficas Reunidas, Madrid
97 x 67 cm
R. D. 866
Depósito de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias

54
Solís Ávila (Antonio Solís Ávila, Madroñera, Cáceres, 1899-Madrid, 1968)
Cartel de la lucha oficial antivenérea, h. 1935
I. G. Seix y Barral Hnos., S. A., Barcelona
97,2 x 67 cm
R. D. 867
Depósito de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias



55
Serny (Ricardo Summers Isern, Puerto de Santa María, Cádiz, 1908-Madrid, 1995)
Cartel a favor de la lactancia materna, de la Dirección General de Sanidad de la República Española, h. 1935
Imp. y lit. Ortega, Valencia
112,5 x 82 cm
R. D. 857
Depósito de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias





56
J. Pons
Cabalgata de los Reyes Magos,
Gijón, 1927
Imp. lit. J. Ortega, Valencia
162,5 x 117,5 cm
R. 5409

57
Moré (Mariano Moré Cors,
Gijón, 1899-Oviedo, 1974)
Cartel a favor de los derechos
infantiles, del Instituto de
Puericultura de Gijón, h. 1930
Lito. Luba, Gijón
88 x 64 cm
R. 11925



58
Tyno Uría Aza (Celestino Rufino
Uría Aza, Ribadesella, 1904-1984)
VI FERIA de Muestras Asturiana
y II Agropecuaria, Gijón, 1929
Artes Gráficas, Gijón
125 x 92 cm
R. 8494





59

59
 Vaquero
 (Joaquín Vaquero Palacios,
 Oviedo, 1900-Madrid, 1998)
 Cartel para la promoción de
 Asturias (puerto de Pajares),
 del Patronato Nacional de Turismo,
 Madrid, 1929.
 Lit. Talleres Voluntad, Madrid
 108 x 69,8 cm
 R. 11926



60

60
 Vaquero
 (Joaquín Vaquero Palacios,
 Oviedo, 1900-Madrid, 1998)
 Cartel para la promoción de
 Asturias (Covadonga), del
 Patronato Nacional de Turismo,
 Madrid, 1930.
 Litografía Voluntad,
 Serrano 48, Madrid
 110 x 70 cm
 R. 8897



61

61
Máquina de escribir Iberia.
Representante en Oviedo:
Felipe San Román, h. 1931.
Industria Gráfica Aleu,
Domingo & Cª-Calabria, 89
[Barcelona]
44,8 x 32,2 cm
R. 2018

62
Compañía de seguros contra
incendios La Unión,
Oviedo, h. 1910
44 x 87 cm
R. 2022



62

63
Vinfer (César Fernández Ardavin)
Cartel de la película *Mieres del Camino*, [1927]
Lit. Fernández, Gonzalo de
Córdoba 17, Madrid
100 x 70 cm
R. 4950

64
Enoll
Cartel de películas de Ufilms.
Representante en Asturias:
L. L. de la Osa, Gijón, 1933
66 x 46,4 cm
R. 11058
Donación de Ángel Bueres Santa Eulalia,
Oviedo



64



63



65



66



67

65
Cera Covadonga, h. 1930.
Lit. Luba, Libertad, 24 [Gijón]
35 x 21 cm
R. 6295

66
Encáustico Fumeru, de Droguería
Cantábrica, Gijón, h. 1930.
Lit. S. Durá, Valencia
31,7 x 21,8 cm
R. 1280

67
Chocolates La Primitiva Indiana,
Gijón, h. 1933
36 x 24,7 cm
R. 1530

68
Neumáticos Firestone-Hispania,
“Más kilómetros por peseta”,
Basauri, h. 1933
Valor, S. A., Barcelona
69,5 x 98 cm
R. D. 862

69
Neumáticos Firestone-Hispania,
“El neumático español”,
Basauri, h. 1933
Valor, S. A., Barcelona
69,5 x 98 cm
R. D. 863

70
Alpargatas con suela de goma de
Almacenes Generales S. L.,
Oviedo, 1933
Lito. Luba, Gijón
27,5 x 42 cm
R. 11901
Donación de Ángel Bueres Santa Eulalia,
Oviedo

68



69



70





71



72



73

71
C. Ruano Llopis (Carlos Ruano Llopis, Orba, Alicante, 1879- México, 1950)
Rodeo en la plaza de toros de Oviedo, 1932
Imp. y lit. Ortega, Valencia
163,5 x 106 cm
R. 11891

72
Rejoneo en automóvil en la plaza de toros de Gijón, 1934
Imp. y lit. Ortega-Valencia
Imp. de Torreblas-Bravo Murillo, 30 Tel. 42124-Madrid
160,5 x 109 cm
R. 11889

73
C. Ruano Llopis (Carlos Ruano Llopis, Orba, Alicante, 1879- México, 1950)
Ferias y fiestas en la plaza de toros de Gijón, 1933
Imp. y lit. Ortega, Valencia
163 x 106,5 cm
R. 11892

74
C. Ruano Llopis (Carlos Ruano Llopis, Orba, Alicante, 1879- México, 1950)
Corridos de toros de las fiestas de San Mateo, Oviedo, 1932
Imp. y lit. Ortega, Valencia
163,5 x 106 cm
R. 11890



74



75

75
R-P-
Cartel electoral del partido
Acción Popular, h. 1936
Lit. S. Durá, Valencia
69 x 98,5 cm
R. 11887

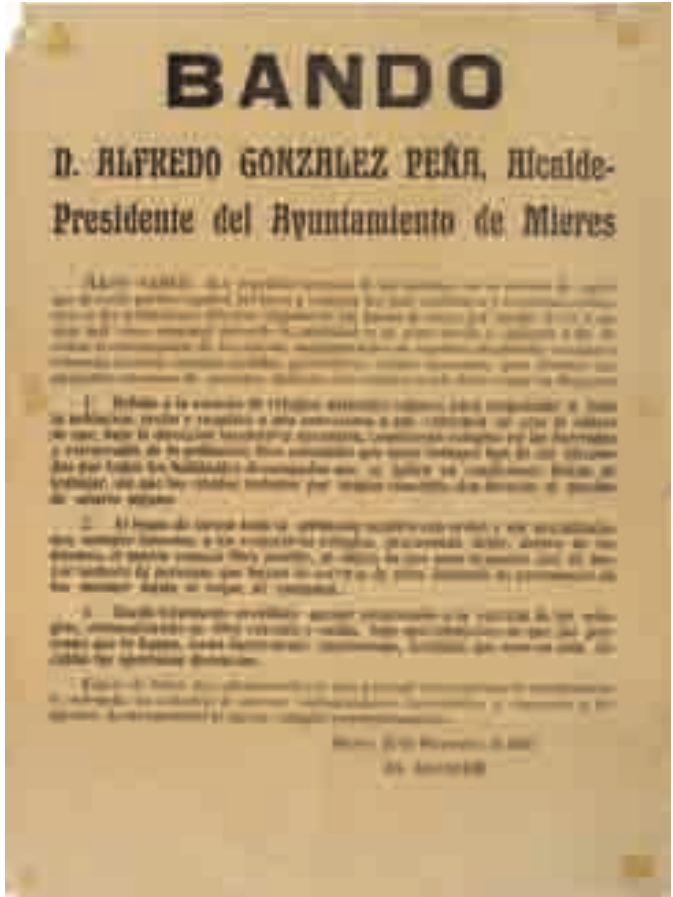
76
¿Saleica?
Cartel electoral del partido
Acción Popular, h. 1936
Aldus, S. A. Castelló 65,
Tel. 60.727, Madrid
99,5 x 69,5 cm
R. 11886



76

77
Bando del comandante general de
Canarias [Francisco Franco] en el
que se anuncia la sublevación
contra el gobierno de la República
Española, Santa Cruz de Tenerife,
17 de julio de 1936
Lib. y tipografía Católica-Tenerife
37,5 x 27,5 cm
R. 11845

78
Bando del alcalde de Mieres, el
socialista Alfredo González Peña,
en el que establece las medidas
que debe seguir la población ante
los actos vandálicos y crímenes del
ejército franquista, Mieres, 1936
44 x 32,2 cm
R. 673



78



77



79

79
Germán Horacio
(Germán Horacio Robles Sánchez,
Gijón, 1902-México D. F., 1975)
Cartel del Frente Popular de
Asturias durante la guerra civil,
1936
Luba, Control de litografía, Gijón
84 x 65 cm
R. 10259

80
Tomás (Jaime Tomás García,
Cataluña, 1912-1941)
Conmemoración del Socorro Rojo de
España de la revolución de
Asturias de octubre de 1934,
Valencia, 1937
Gráficas Valencia, Intervenido
U. G. T. C. N. T.
99 x 69 cm
R. 10303



80

81
Germán Horacio
(Germán Horacio Robles Sánchez,
Gijón, 1902-México D. F., 1975)
Cartel del Frente Popular de
Asturias durante la guerra civil,
1936
Luba, Control de litografía, Gijón
100 x 70 cm
R. 11848



81



82

82
Cartel de apoyo a Francisco Franco, h. 1938
Editorial F. E. T.-Teléfono 2266-Oviedo
43,5 x 64 cm
R. 11884

83
"¡Arriba España!", h. 1939
63,5 x 42,2 cm
R. 11078



83

84
Fortunato Tolom
Cartel de Falange Española y de las JONS, 1936-1937
Lit. Río-Luarca
80 x 56 cm
R. 8493



84



87

Cartel de propaganda del gobierno de Francisco Franco, h. 1946

Miñón S. A., Valladolid

70 x 49,5 cm

R. 11841





88
[Robustiano Viña Mori,
Gijón, 1914-1995]
Anís y ponche Ponga, de destilería
Rodríguez Ponga, Gijón, h. 1940
Lito. Viña-Gijón
36 x 28,8 cm
R. 75

89
Anís y ponche La Neña, de
destilería La Avilesina,
Avilés, h. 1940
Lito. Viña-Gijón
34 x 28,3 cm
R. 74

90
Manuel Cuesta
Anís de La Asturiana, Oviedo y
Quintanar de la Orden, h. 1955
A. G. E. comerciales, Bilbao
64,5 x 50 cm
R. 11034
Donación de herederos de Rafael Meré
Pando



91
Anís de La Praviana, de Juan
Serrano e hijos, Oviedo, h. 1950
Gráfica Manén-Diputación, 116,
Barcelona
66 x 49 cm
R. 11174



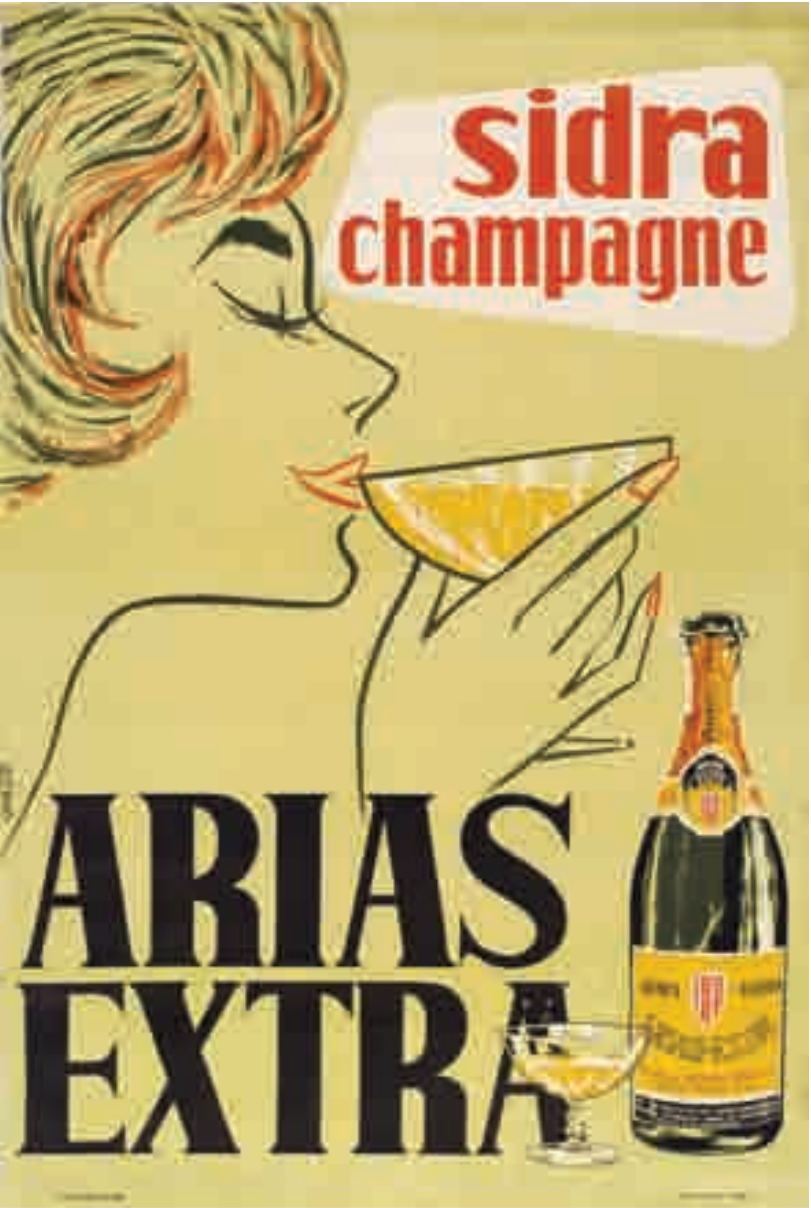
92
Anís de La Praviana, de Juan
Serrano e hijos,
Oviedo, h. 1950
89,5 x 62,5 cm
R. 5406

93
Vilaso (José Manuel Vilasó)
Sidra champagne Arias Extra,
de Hijos de Antonio Arias,
Corias de Pravia, [1962]
Lit. Ortega S. A. Barco 12, Valencia
D. L. V.1548-1962
162 x 107,5 cm
R. 455

94
Boceto para cartel de sidra
Deliciosa, de Industrias Cima,
Colloto (Oviedo), h. 1960
70 x 51 cm
R. 4840



94



93



95

95
Chocolates Primitiva Indiana,
Gijón, h. 1955
34,5 x 24,5 cm
R. 3065

96
Chocolates Primitiva Indiana,
Gijón, h. 1955
34,5 x 24,5 cm
R. 3064



96

97
Beltrán (Manuel Beltrán,
La Felguera, 1945)
Helado Frescolina, de Chocolates
Kike, [Gijón], h. 1965
Industrias del cartonaje S. A.
Zaragoza
22,6 x 33,3 cm
R. 676

98
Chocolates Plin, Gijón, h. 1950
Lito. Viña-Gijón
R. D. 856
35 x 25 cm



97



98



99
[Juan Suárez Botas,
Gijón, 1958-Nueva York, 1992]
Chocolates Plin y La Herminia,
[Gijón, 1992]
Lit. Viña-Gijón
D. L. AS/2043-92
75 x 55 cm
R. 3787

100
P. Vicente (Paulino Vicente
Rodríguez Serrano “el Mozo”,
Oviedo, 1924-1956)
2ª Quincena Comercial,
Oviedo, 1957
Artes Gráficas S. A.-Gijón
30,5 x 20,5 cm
R. 11822

101
[Alfonso Iglesias López de Vivigo,
Navia, 1910-Oviedo, 1988]
Boceto para cartel de la 1ª
Quincena Comercial, Oviedo,
[1956]
24,5 x 15,5 cm
R. D. 687
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias
López de Vivigo





102
 Jabón Gaitero, h. 1955
 Lito. Viña-Gijón
 70,4 x 50 cm
 R. 5025

103
 Guillermo (Guillermo Pérez Bailo, Zaragoza, 1911-Tarragona, 2000)
 Agua mineral Fita Santa Fe, Zaragoza, h. 1940
 Lit. J. Gracia-Zaragoza
 70 x 49,5 cm
 R. 11057
 Donación de Casa Mana, Villalegre (Avilés)

104
 Laxante Alobyl, de Laboratorios Olay, Oviedo, h. 1940
 Lito. Viña-Gijón
 48 x 34,5 cm
 R. 4932



104



103



105
Boceto para anuncio de joyería
Luis Menéndez, Oviedo,
h. 1945
49,1 x 31,7 cm
R. 11060

105

106
Productos de cosmética Visnú,
con la imagen de Esther Williams,
[Gijón], h. 1950
Gráfica Manen-Barcelona
89 x 59 cm
R. 3115

107
Productos de cosmética Visnú,
[Gijón], h. 1965
Tip. Offset La Industria, Gijón
41,2 x 26,7 cm
R. 11888



107



106



108

108
 Rovés (Juan Martínez García-
 Rovés, Cudillero, 1906-Gijón, 1978)
 Cartel de la Compañía de Arte
 Asturiano de Antonio Medio,
 [Gijón, 1949]
 Lit. Luba S. L. Gijón
 77,3 x 57,9 cm
 R. 5391

109
 Compañía asturiana
 Los Mariñanes, h. 1945
 Imp. La Versal-Gijón
 86,3 x 64 cm
 R. 5710



109

110
 Sócrates (Sócrates Quintana,
 Mieres, 1891-Madrid, 1984)
 Homenaje al cantante Juanín
 de Mieres, 1957
 Lit. Luba S. L. Gijón
 70 x 47,8 cm
 R. 11885



110

111



111
El nuevo Seminario de Oviedo, [1944]
Fotos: Armán (Adolfo López Armán, Oviedo, 1883-1980)
Editorial Supra, S. L. Oviedo
44 x 64,5 cm
R. 11170

112
Bodas de oro de Adoración Nocturna Española, Candás, 1957
Lit. Viña-Gijón
70 x 50 cm
R. 5003

113
Cartel de apoyo a Juan XXIII y al Concilio Vaticano II, [1962]
Foto: R. García (Ramón García Sánchez, Llanes, 1927-1989)
Compañía Asturiana de Artes Gráficas S. A. Gijón
D. L. O-559-1962
70 x 49 cm
R. 11608

112



113



115



114
Rovés (Juan Martínez García-Rovés, Cudillero, 1906-Gijón, 1978)
Agencia de viajes Ceferino Ballesteros, hijos, Gijón, h. 1940
Lito. Viña-Gijón
87,9 x 64,2 cm
R. 5018

115
[Alfredo]
Cementos Tudela Veguín, Oviedo, 1962
Lit. Ortega, Barco, 12-Valencia
D. L. V. 2967-1961
61,3 x 40 cm
R. 6122



114



116

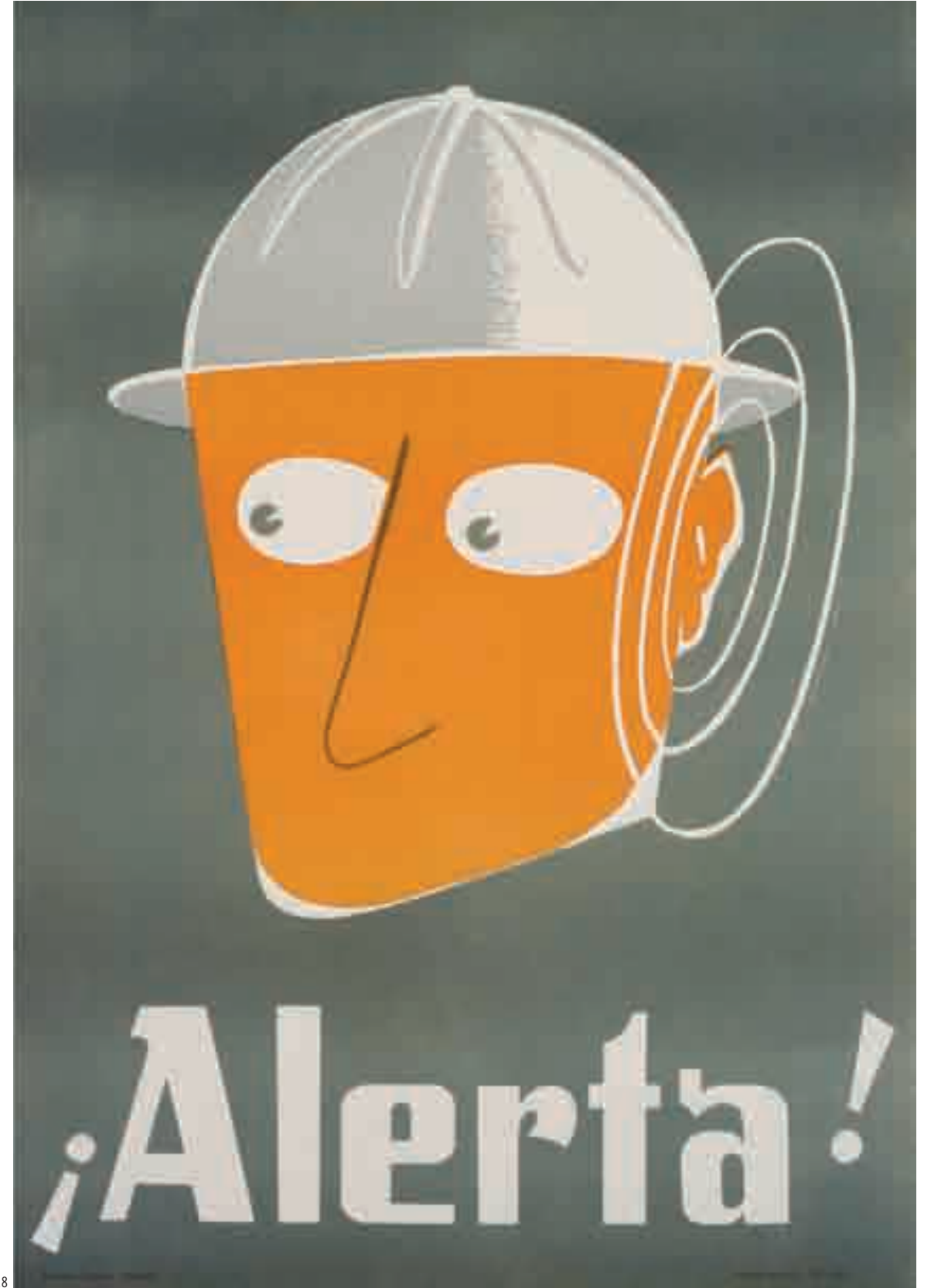
116
Estebita (Luis Esteban Matamala)
Cartel de la Sección de Prevención
de Accidentes del Trabajo del
Ministerio de Trabajo, h. 1945
Afrodisio Aguado S. A., Madrid
68,1 x 48,5 cm
R. 11917

117
Cartel de la [Comisión de
Seguridad en la Industria
Siderúrgica], 1962
Gráficas Summa, Oviedo
D. L. O-203-1962
61 x 43 cm
R. 11563



117

118
Cartel de la [Comisión de
Seguridad en la Industria
Siderúrgica], 1962
Gráficas Summa, Oviedo
D. L. O-198-1962
61 x 43 cm
R. 11567



118



119
Teodoro Delgado
(Toledo, 1907-Madrid, 1975)
Cartel de propaganda turística de
Asturias, [1941]
Editado por la Sección de
Propaganda y Publicaciones de la
Dirección General de Turismo, Madrid
Gráficas Afrodisio Aguado, S. A.
Madrid
100 x 61,8 cm
R. 8495

120
Alfonso (Alfonso Iglesias López de
Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Cartel de propaganda turística de
Asturias, h. 1945
[Editado por la Junta Provincial
del Turismo de Asturias]
Artes Gráficas S. A. Gijón
98 x 60,5 cm
R. D. 607
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias
López de Vivigo

121
Alfonso (Alfonso Iglesias López de
Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Cartel de propaganda turística
de Asturias, h. 1945
Editado por la Junta Provincial
del Turismo de Asturias
Artes Gráficas, S. A. Gijón
50 x 31 cm
R. D. 655
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias
López de Vivigo





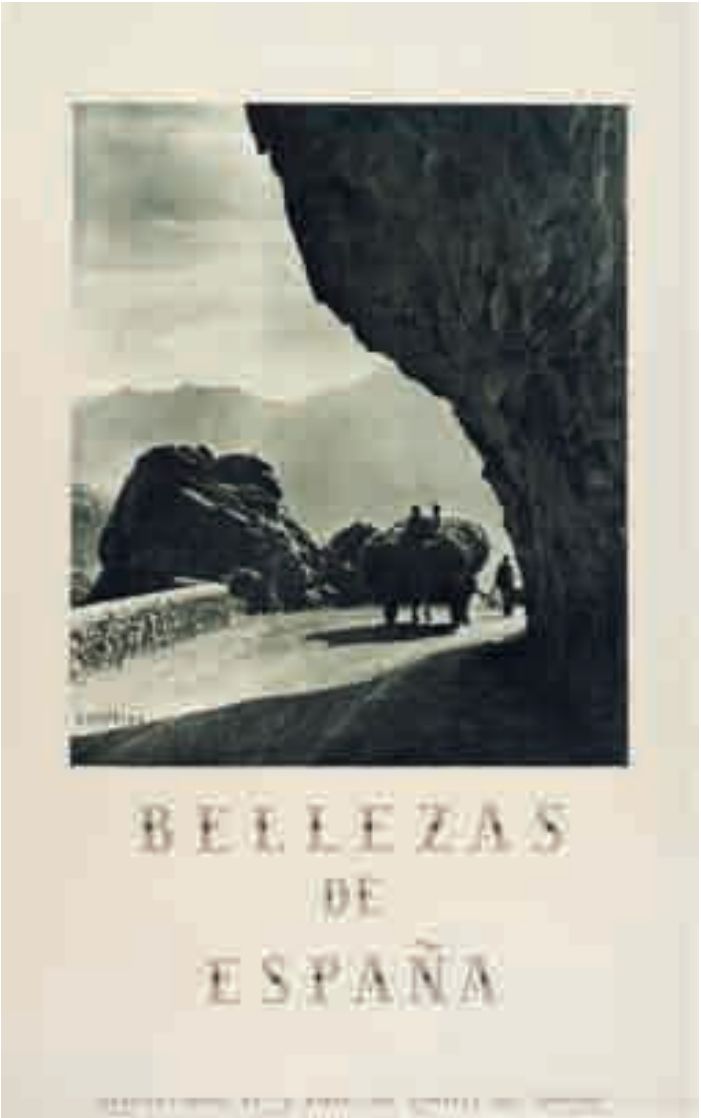
122
Niembro (Tomás Niembro González, Cabrales, 1913-Tapia de Casariego, 2000)
Cartel de propaganda turística de Tapia de Casariego, h. 1955
Lit. Luba S. L. Gijón
68,7 x 47,2 cm
R. 11076
Donación de herederos de Rafael Meré Pando

123
C. G. Pola (César González-Pola Álvarez-Uría, Oviedo, 1921-1989)
VIII Concurso Provincial de Floricultura y Embellecimiento de los Pueblos, Asturias, 1960
Lito. Viña-Gijón-Gral. Mola, 69
D. L. 0-224-1960
62 x 78,3 cm
R. 4967



124
[Julio Pascual Quirós]
Cartel de propaganda turística del verano de Gijón, 1951
Artes Gráficas, S. A.-Gijón
100 x 62 cm
R. 11915





125
Campana turística *Bellezas de España*, con fotografia de Asturias, [1946]
Foto: Kindel (Joaquín del Palacio, Madrid, 1905-1989)
Publicaciones de la Dirección General de Turismo
Imp. Moderna, Barcelona
98,5 x 61,5 cm
R. 11895

126
Campana turística *España es diferente*, con fotografia de Cudillero, [1962]
Foto: Servicio Oficial de Fotografia Rieusset, S. A., Barcelona
Publicado por la Dirección General de Turismo.
D. L. B. 885-V-473
60 x 40 cm
R. 11634



127
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
II Festival de la Costa Verde, Gijón, 1957
Artes Gráficas, S. A. Gijón
48,5 x 34,5 cm
R. 11074

128
Gall.
III Festival Melodía de la Costa Verde, Gijón, 1962
Artes Gráficas, S. A. Gijón
D. L. 0-209-1962
68,5 x 49 cm
R. 11810





129

129
Primer Certamen Nacional de
Bandas de Música, 1962-1963
47 x 34,6 cm
R. 11169

130
Busto (José Francisco Álvarez
Busto, Avilés, 1952)
2ª Muestra de Cerámica Popular,
Avilés, 1981
Mercantil-Asturias, [Gijón]
D. L. O-396/81
64 x 44,7 cm
R. 11907
Donación de Imprenta Mercantil, Gijón



130

131
Falo (Rafael Suárez Vallina,
La Felguera, 1910-2000)
[2ª] Festival Internacional de Cine,
La Felguera, 1963
Luba S. L. 18 de julio, 12-Gijón
D. L. O-174-1963
67,4 x 47,8 cm
R. 11868



131



136
Germán Horacio
(Germán Horacio Robles Sánchez,
Gijón, 1902-México D. F., 1975)
Cartel de la película *La casa de
la Troya*, [1948]
Offset Alvi [México]
94,5 x 70 cm
R. 11918



137
Cartel de la película *Bajo el cielo
de Asturias*, [1950]
Lito: Fénix Medrano 1668
110,2 x 73,5 cm
R. 8500

138
[Alfonso Iglesias López de Vivigo,
Navia, 1910-Oviedo, 1988]
Cartel de la película
Así es Asturias, [1963]
110 x 75,5 cm
R. 8501



139



140



139
Vilaso (José Manuel Vilaso)
Boceto para cartel del VII Gran
Premio Internacional de Ciclismo
de Carbayín, Siero, 1963
88,1 x 61,6 cm
R. 4960

140
Vilaso (José Manuel Vilaso)
VIII Vuelta Internacional de
Ciclismo Amateur, 1964
Lit. Viña - Gijón
D. L. 0-49-1964
87,5 x 64,2 cm
R. 5026

141
X Trofeo del Club Ciclista La
Calzada (Gijón) y V Gran Premio
KAS, Gijón, 1967
Lit. Ortega S. A.-Barco, 12,
Valencia. Gráficas Victoria- Manuel
Iradier, 34 Vitoria 7-1967
Edita: KAS
D. L. V-1856-1963 y VI 3-1967
81 x 53 cm
R. 3853

141



142
Alfonso (Alfonso Iglesias López de
Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
IX Vuelta Ciclista a Asturias,
Mieres, 1956
Artes Gráficas S. A. Gijón
97,5 x 62 cm
R. 11606

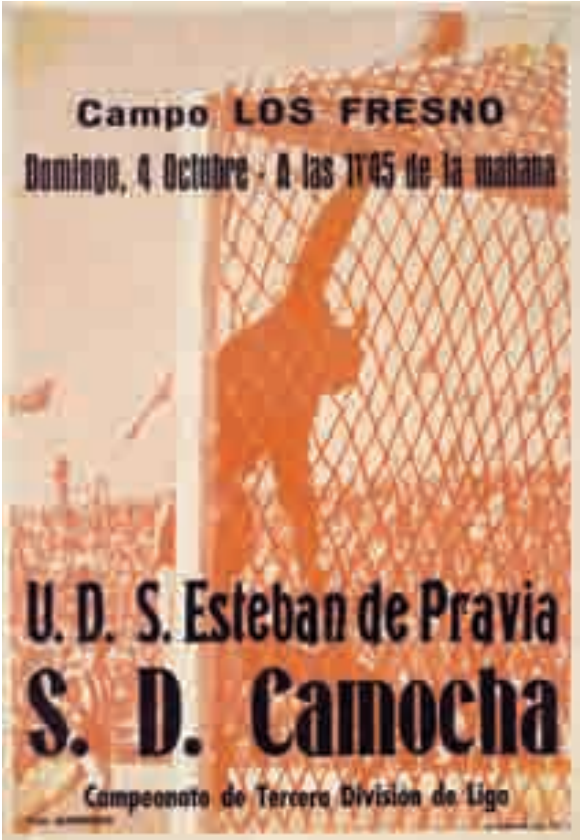
142





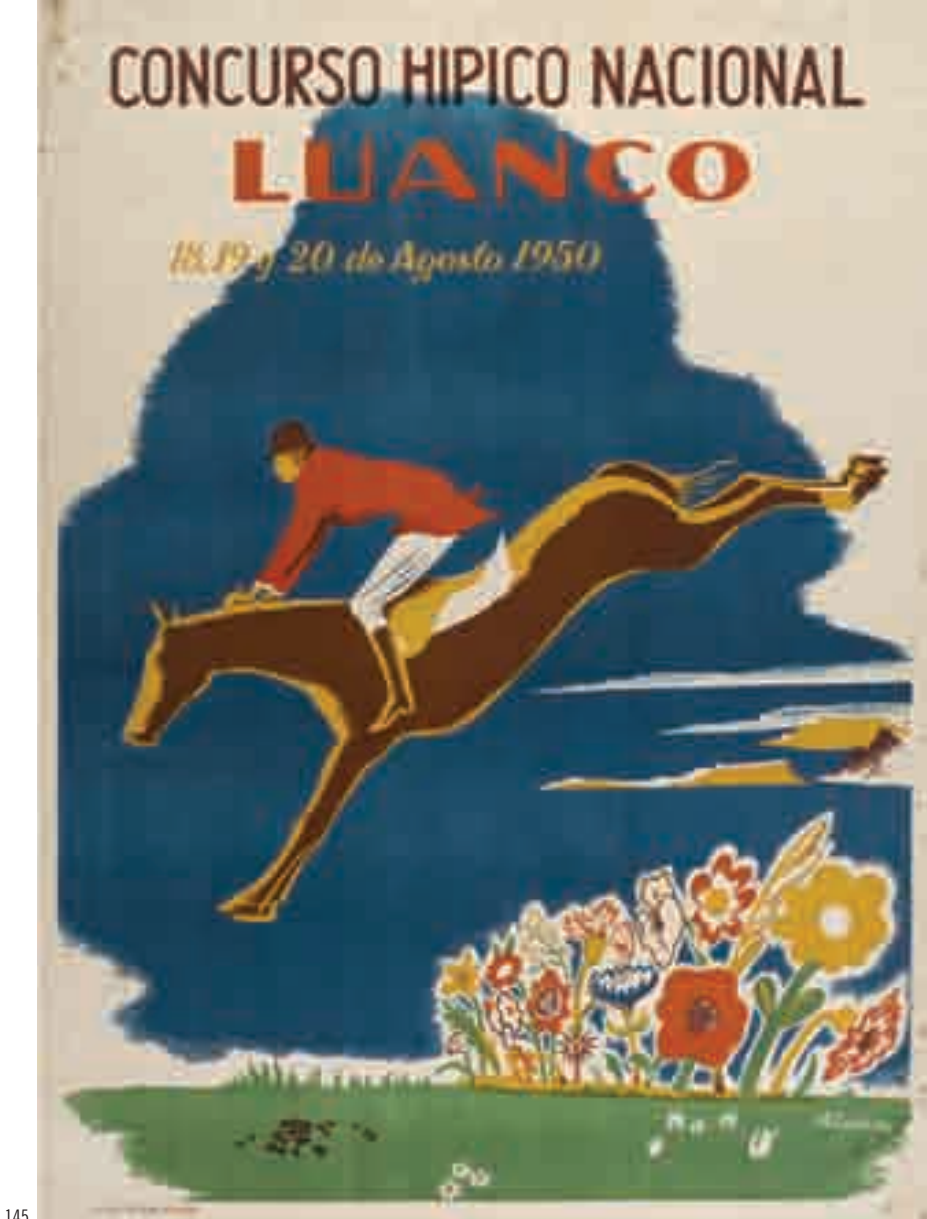
143
Partido de fútbol Real Avilés-S. D. Somió C. F. en el Campo de los Fresno, Gijón, [1963]
Artes Gráficas, S. A.-Gijón-1961
D. L. 0-202-1960
67,5 x 46,5 cm
R. 11872

144
Partido de fútbol U. D. San Esteban de Pravia-S. D. Camocha en el Campo de los Fresno, Gijón, [1964]
Foto Guerrero
Tip. La Industria-Gijón, 9-64
71 x 50 cm
R. 11873



145
J. A. Caicoya (José Antonio Caicoya Masaveu, Oviedo, 1911-Luanco, 1989)
Concurso Hípico Nacional, Luanco, 1950
Lito. Viña-Gijón
88 x 64,3 cm
R. 5027

146
J. M. Fernández
Concursos Hípicos de Asturias, 1967
Lit. Viña-Gijón
D. L. 0-118-1967
78 x 51 cm
R. 5033



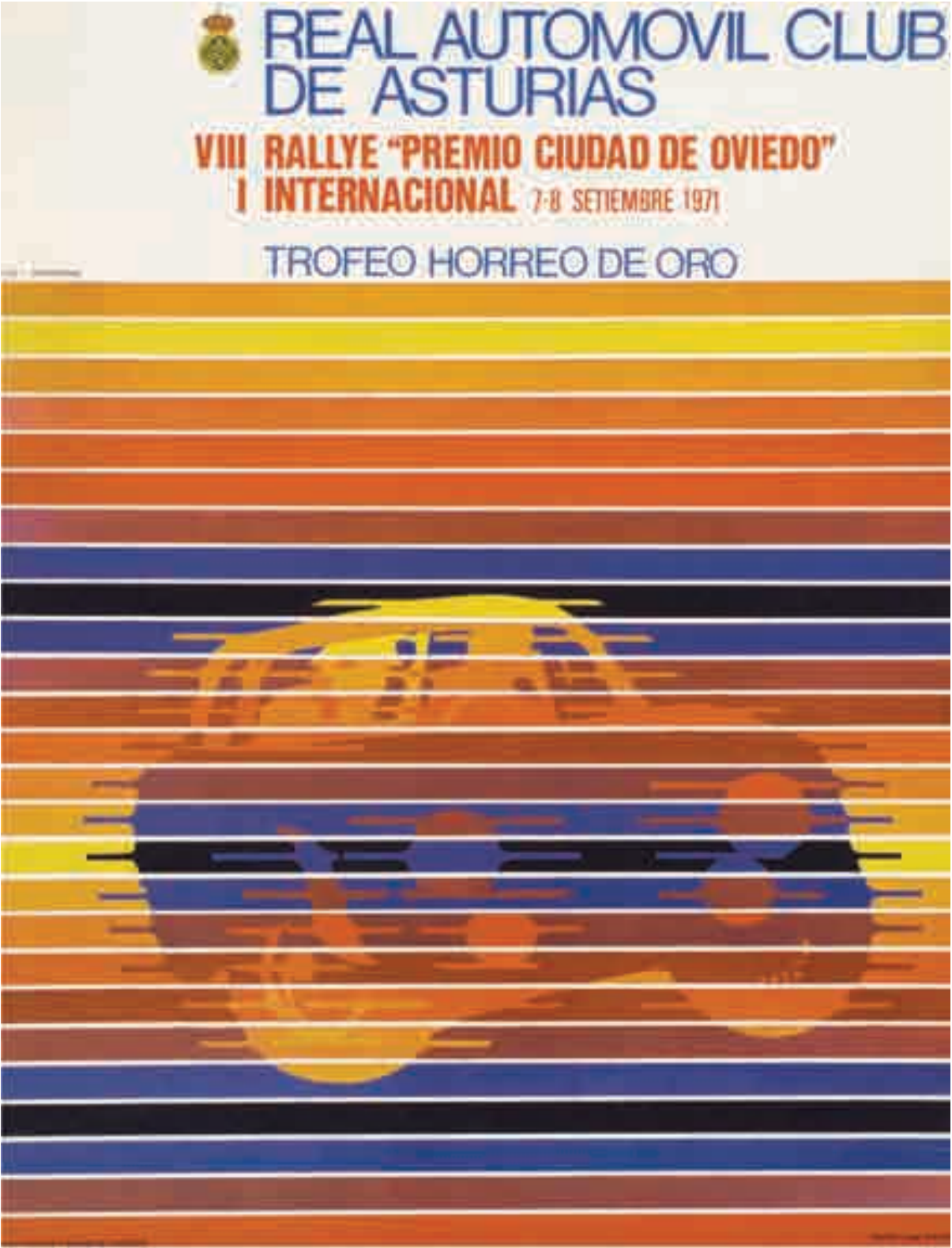


147
Medio (José Antonio Medio Medina, Gijón, 1937-1999)
Boceto para cartel del III Campeonato de Asturias de Pesca Submarina, Lastres, 1964
88,3 x 64,2 cm
R. 4999

148
Roberto
Campeonato Individual de Bolos, 1966
Lit. Viña - Gijón
D. L. 0-341-1965
63,6 x 44,2 cm
R. 4980

149
Xulián Fueyo
(Sama de Langreo, 1955)
VIII Descenso Internacional del Alto Nalón en Piragua, Sama de Langreo, 1978.
Imprenta Mercantil, Gijón
D. L. 0- 2038/78
63,7 x 44,5 cm
R. 11904
Donación de Imprenta Mercantil, Gijón

150
Elías + Santamarina (Elías García Benavides, León, 1937 y José Miguel Pérez-Santamarina, Oviedo, 1941)
VIII Rallye Premio Ciudad de Oviedo, 1971
Tipo. Offset Baraza-Oviedo
D. L. 0-65-1970
43 x 33,5 cm
R. 4933





151
J. A. Caicoya
(José Antonio Caicoya Masaveu,
Oviedo, 1911-Luanco, 1989)
Fiestas de verano de Luanco,
h. 1950
Lito. Viña-Gijón
87,8 x 64,2 cm
R. 5001

152
C.
Fiestas de verano de Luanco, 1955
Lito. Viña-Gijón
78 x 57 cm
R. 4975



153
Fiestas de Ntra. Sra. del Carmen,
Agones (Pravia), 1958
Imp. Española, Pravia
44,2 x 31,8 cm
R. 11619
Donación de José Antonio Martínez
González, Pravia

154
Jurado Piñán
Fiestas de Nuestra Señora del
Portal, Villaviciosa, 1954
Lit. Luba S. L. Gijón
87,5 x 61,5 cm
R. 11071
Donación de herederos de Rafael
Meré Pando

155
Falo (Rafael Suárez Vallina,
La Felguera, 1910-2000)
Festejos de Santiago,
Sama de Langreo, 1950.
Imp. y lit. Ortega-Valencia
100,5 x 70,5 cm
R. 11828





156
R. Méndez
(Rafael Menéndez Menéndez)
Día de Asturias en Gijón, 1957
Artes Gráficas, S. A. Gijón
95,5 x 66 cm
R. 1006

157
Laga
Fiestas de Nuestra Señora de las
Nieves, Blimea (San Martín del
Rey Aurelio), 1954
Lit. Luba S. L. Gijón
88 x 63 cm
R. 4953
Donación de herederos de Rafael
Meré Pando

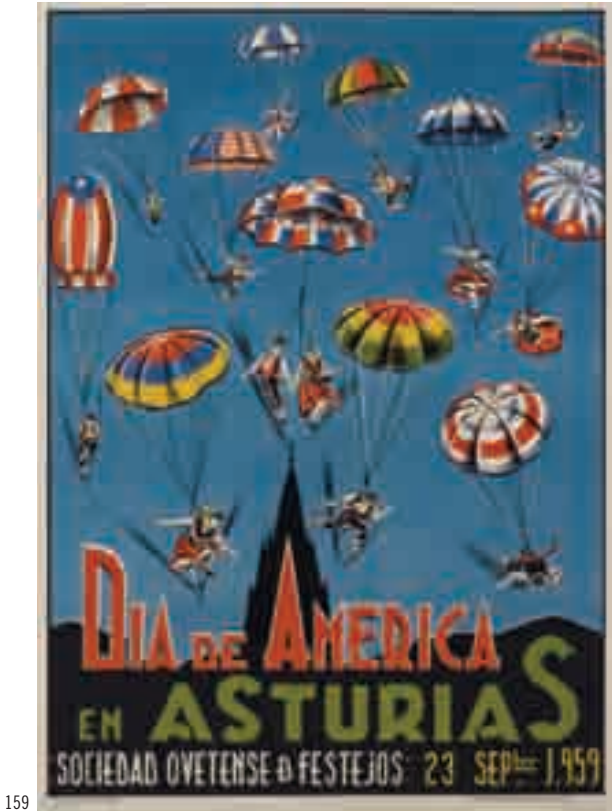
158
Fiestas de Grandas de Salime,
[1959]
Lit. [Ramiro Pérez del Río, Luarca]
87,5 x 61,5 cm
R. 11881



158



157



159



160



161



162

159
Día de América en Asturias, Oviedo, 1959
Lit. Ortega, S. A. Barco, 12, Valencia
D. L. V-779-1959
69,5 x 49,7 cm
R. 11044

160
C. G. Pola (César González-Pola Álvarez-Uría, Oviedo, 1921-1989)
Día de América en Asturias, [Oviedo], 1961
Lit. Viña - Gijón
D. L. O-440-1961
70 x 48,3 cm
R. 11582

161
Fiestas de Nuestra Señora de la Consolación, Vilavedelle (Castropol), 1961
Imprenta Las Riberas del Eo, Ribadeo
44,1 x 32 cm
R. 11073

162
Elías (Elías García Benavides, León, 1937)
Fiestas del Carmen y Carmín, Pola de Siero, 1965
Lit. Viña-Gijón
D. L. O-152-1965
88 x 64 cm
R. 4984

163
Germán Madroño (Germán Madroño Cárdenas, Oviedo, 1961-1994)
Boceto para cartel del Día de Asturias, Vegadeo, 1983
80 x 56 cm
R. 11896



163



164
Luís Fresno (Oviedo, 1914-1978)
Fiestas de San Mateo,
Oviedo, 1958.
Lit. Ortega, S. A.-Barco 12,
Valencia
70,2 x 48,5 cm
R. 11585

165
Santa Marina (José Miguel Pérez-
Santamarina, Oviedo, 1941)
Fiestas de San Mateo, Oviedo, 1961.
Lit. Ortega, S. A.-Barco 12, Valencia
D. L. V. 1542-1961
69 x 48,5 cm
R. 11584

166
Vilaso (José Manuel Vilasó)
Fiestas de San Mateo, Oviedo, 1962.
Lit. Ortega, S. A.-Barco 12, Valencia
D. L. V-1704-1962
69,7 x 48,2 cm
R. 11040

167
Fiestas de San Cristóbal,
Candás, 1961
Gráficas Calvo, Avilés
64 x 44,4 cm
R. 11166

168
Fiesta sacramental de Pedroveya
(Quirós), 1972
Imp. Walfer-Avda. Colón, 1-Oviedo
63 x 43,5 cm
R. 7583

169
Grupo orquestal Rodris, [1985]
Tipo. Offset La Industria-
M. Blikstad, 30-Gijón
D. L. O-599-1985
67,5 x 94 cm
R. 6869





170
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
XI Centenario Ramireño,
Oviedo, 1948
Afrodisio Aguado, S. A. Madrid
99,3 x 61 cm
R. D. 603
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo

171
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Consagración de la Cámara Santa
y XI Centenario de Alfonso II,
Oviedo, 1942
Imp. y lit. Ortega, Valencia
100,3 x 62 cm
R. 11871



172
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
IX Curso de verano de la
Universidad de Oviedo, 1948
Lit. Luba S. L. Gijón
70 x 50,5 cm
R. D. 597
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo





173
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de Moreda (Aller), 1942
Lit. Luba S. L. Gijón
89, 5 x 64,6 cm
R. D. 598
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo

174
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de Santiago y Santa Ana, Grado, 1945
Lit. Luba S. L. Gijón
90,7 x 59,5 cm
R. D. 634
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo



175
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas Sacramentales de Trubia, 1945
Lit. Luba S. L. Gijón
89,5 x 61 cm
R. D. 602
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo

176
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de San Roque, Tineo, 1949
Lit. Luba S. L. Gijón
87,8 x 58,5 cm
R. D. 604
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo





177
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Día de América en Asturias, Oviedo, [1950]
Lit. Luba S. L. Gijón
88,2 x 60 cm
R. 11068
Donación de herederos de Rafael Meré Pando

178
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de San Mateo, Oviedo, 1954
Artes Gráficas, S. A. Gijón
98 x 62 cm
R. 4952



179
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Cartel de la Sociedad Ovetense de Festejos, Oviedo, h. 1948
Lit. Luba S. L. Gijón
49 x 31,8 cm
R. D. 599
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo





180
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de San Mateo de la Asociación de la Prensa, 1940
[Lit. Luba S. L. Gijón]
98 x 62 cm
R. D. 635
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo

181
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas de San Juan Bautista, Mieres del Camino, 1954
Lit. Luba S. L. Gijón
87,3 x 59,5 cm
R. 11072
Donación de herederos de Rafael Meré Pando

182
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Semana de Asturias, Gijón, [1964]
Tipo. Offset La Industria-Gijón
64 x 48 cm
R. D. 616
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo





183
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas del Carmen y Carmín, Pola de Siero, 1948
Lit. Luba S. L. Gijón
99,5 x 64 cm
R. D. 608
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo

184
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas del Carmen y Carmín, Pola de Siero, 1986
(reproducción del cartel de 1962)
D. L. O-1018-86
64 x 42, 5 cm
R. D. 644
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo



185
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Fiestas del Carmen y Carmín, Pola de Siero, 1978
Astur-Graf, Granda-Colloto
D. L. O-1074-78
76 x 54,5 cm
R. D. 640
Depósito de herederos de Alfonso Iglesias López de Vivigo





186
[Alfonso Iglesias López de Vivigo,
Navia, 1910-Oviedo, 1988]
Jabón Telva, h. 1942
Lit. Luba S. L. Gijón
52 x 34 cm
R. D. 609
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo



187
Alfonso (Alfonso Iglesias López de
Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Jabón Vetusta, h. 1942
Lit. Luba S. L. Gijón
51 x 33 cm
R. D. 619
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo

188



188
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Producto veterinario Gallicilina,
h. 1950
Lit. Luba S. L. Gijón
70 x 48,5 cm
R. D. 621
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo

189
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Campaña de vacunación, 1966
Edicolor, S. A., [Madrid]
D. L. M-649-1966
68,3 x 49 cm
R. D. 600
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo



189

190
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
V Semana Nacional de Veterinaria,
Santiago de Compostela, 1970.
Cografica-Edicolor, S. A. Madrid
D. L. M-11348-1970
97,5 x 67 cm
R. D. 656
Depósito de herederos de Alfonso
Iglesias López de Vivigo

191
Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo, Navia, 1910-Oviedo, 1988)
Centenario de Vital Aza,
Pola de Lena, 1951
Lit. Luba S. L. Gijón
92 x 61,5 cm
R. 11075
Donación de Armando Graña García,
Ania (Las Regueras)



191



190



192
Cartel de Coordinación Democrática de Asturias a favor de la abstención en el referéndum de la Ley para la Reforma Política, 1976
Imprenta Stella-Gijón-C/ Infiesto, 4
D. L. O.-994-1976
69,8 x 49,8 cm
R. 11120
Donación de Asunción García-Prendes Salvadores, Oviedo

193
Cartel de Coordinación Democrática de Asturias a favor de la abstención en el referéndum de la Ley para la Reforma Política, [1976]
Editorial Stella-Gijón-12-1976
D. L. O/982
70 x 50 cm
R. 11102
Donación de Juan Pablo Crabiffosse Cuesta, Cayés (Llanera)

194
II Congreso de Comisiones Obreras en Asturias, 1978
Imprenta Mercantil, Gijón
D. L. O-665-78
63,9 x 43,6 cm
R. 11027
Donación de Asunción García-Prendes Salvadores, Oviedo

195
Conferencia de CC. OO. contra el desmantelamiento de Ensidesa, 1978
[Imprenta Mercantil, Gijón]
64 x 43,7 cm
R. 11908
Donación de Imprenta Mercantil, Gijón

196
2º Congreso Regional de CC. OO. de la minería de Asturias, Mieres, 1978
[Imprenta Mercantil, Gijón]
44,5 x 64,2 cm
R. 11903
Donación de Imprenta Mercantil, Gijón





197

197
G. C.
Cartel electoral de Alianza Nacional
18 de Julio, Asturias, 1977
D. L. O-749-77
63,5 x 42 cm
R. 3250
Donación de Juan Pablo Crabbifosse
Cuesta, Cayés (Llanera)

198
Mitin del Partido Comunista de
España, Avilés, 1977
Tipo-Offset La Industria-
M. Blikstad, 30-Gijón 5-77
D. L. O-668-1977
99,5 x 69,5 cm
R. 11107
Donación de Asunción García-Prendes
Salvadores, Oviedo



198

199
Cartel electoral del Movimiento
Comunista de Asturias, 1979
D. L. M-2.195-1979
100 x 70 cm
R. 11134
Donación de Asunción García-Prendes
Salvadores, Oviedo



199



200
Día de las Mujeres del Movimiento Comunista de Asturias, 1983
Gramisa-Alarcón, 93 / San Adrián del Besos-Barcelona
D. L. B-8479-83
97,8 x 66 cm
R. 11140
Donación de Asunción García-Prendes Salvadores, Oviedo

201
Cartel electoral de la Liga Comunista Revolucionaria, [Asturias, 1978]
64,5 x 43 cm
R. 11916

202
Cartel del Movimientu Comunista d'Asturies, [1978]
49,3 x 34,5 cm
R. 11919



203
Gran Enciclopedia Asturiana, h. 1977
Dibujos de Orlando Pelayo (Gijón, 1920-Oviedo, 1990)
Silverio Cañada / Editor [Imprenta Mercantil, Gijón]
46,1 x 65 cm
R. 11906
Donación de Imprenta Mercantil, Gijón



Índice de autores de las ilustraciones

Alfonso (Alfonso Iglesias López de Vivigo), 119, 120, 176, 185, 197, 201, 207, 209, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235.	Fernández Candosa, Iván, 76.	Medio (José Antonio Medio Medina), 212.	Saleica, 170.
	Fresno, Luis, 220.	Méndez, R. (Rafael Menéndez Menéndez), 216.	San2º (Román Sansegundo Sáez), 117.
Alfredo, 193.	Fueyo, Xulián, 212.	Moré (Mariano Moré Cors), 72, 73, 75, 103, 156, 160.	Santa Marina (José Miguel Pérez-Santamarina), 220.
Álvarez Busto, José Francisco. Vid. Busto	G. C., 238.	Moreno Liebra, Juan José. Vid. Cheché	Serny (Ricardo Summers Isern), 159.
Álvarez Sala, Ventura, 53.	Gall., 201.	Niembro (Tomás Niembro González), 198.	Sócrates (Sócrates Quintana), 191.
Armán (Adolfo López Armán), 192.	García Benavides, Elías. Vid. Elías	Pascual Quirós, Julio, 199.	Solís Ávila (Antonio Solís Ávila), 158.
Arteche (Crittóbal Mauro Arteche de Miguel), 105, 106.	García Carrió, Ángel, 37.	Paulino Vicente (Paulino Vicente Rodríguez), 72.	Steiner, A., 149.
Bartolozzi (Salvador Bartolozzi Rubio), 61.	García Mencía, Antonio, 41.	Paulino Vicente “el Mozo” (Paulino Vicente Rodríguez Serrano), 185.	Suárez, Constantino, 17, 18, 21, 31, 75, 76, 89, 90, 91, 94, 95.
Benito, A. (Antonio Benito Fernández), 72.	García Mencía, Julio, 39, 138.	Pelayo, Orlando, 241.	Suárez Botas, Juan. Vid. Botas, Juan
Beltrán (Manuel Beltrán), 183.	García R. (Ramón García Sánchez), 192.	Penagos (Rafael de Penagos), 69, 70.	Suárez Vallina, Rafael. Vid. Falo
Botas, Juan, 184.	García Sampedro, Tomás, 54.	Pérez-Santamarina, José Miguel. Vid. Santa Marina.	Summers Isern, Ricardo. Vid. Serny
Briones, J., 88.	Germán Horacio (Germán Horacio Robles Sán chez), 64, 65, 85, 97, 98, 99, 145, 172, 173, 206.	Pérez Bailo, Guillermo. Vid. Guillermo	Tolom, Fortunato, 175.
Busto (José Francisco Álvarez Busto), 202.	Goico Aguirre (Faustino Goicoechea Aguirre), 84, 85, 95, 96.	Pola, C. G. (César González-Pola Álvarez-Uría), 198, 218.	Tomás (Jaime Tomás García), 172.
C L Pº, 155.	González-Pola Álvarez-Uría, César. Vid. Pola, C. G.	Ponchin, A., 58.	Uría Aza, Tyno (Celestino Rufino Uría Aza), 161.
Caicoya, J. A. (José Antonio Caicoya Masaveu), 211, 214.	Guerrero, 210.	Pons, J., 160.	Vadillo, F., 204.
Cuesta, Manuel, 178.	Guillermo (Guillermo Pérez Bailo), 187.	Prieto, Manolo (Manuel Prieto Benitez), 205.	Valle, Evaristo, 139.
Cheché (Juan José Moreno Liebra), 62, 87.	Iglesias López de Vivigo, Alfonso. Vid. Alfonso.	Quintana, Sócrates. Vid. Sócrates	Vaquero (Joaquín Vaquero Palacios), 162, 163.
Delgado, Teodoro, 196.	Jurado Piñán, 215.	R. N., 155.	Vilaso (José Manuel Vilasó), 181, 208, 220.
Díaz Gándara, Demetrio, 93.	Kindel (Joaquín del Palacio), 200.	R- P-, 170.	Vinfer (César Fernández Ardavín), 165.
Elías (Elías García Benavides), 218.	Kundo, 12.	Roberto, 212.	Viña Mori, Robustiano, 178.
Elías + Santamarina (Elías García Benavides y José Miguel Pérez Santamarina), 213.	Laga, 217.	Robles Sánchez, Germán Horacio. Vid. Germán Horacio	Zubillaga, V., 68.
Enoll, 165.	Madroñero, Germán (Germán Madroñero Cárdenas), 219.	Rovés (Juan Martínez García-Rovés), 190, 193.	
Esteban Matamala, Luis. Vid. Estebita	Mann, James S., 151.	Roldós-TiroleseS S. A., 76.	
Estebita (Luis Esteban Matamala), 194.	Marola (Manuel Rodríguez Lana), 101.	Ruano Llopis, C. (Carlos Ruano Llopis), 168, 169.	
Falo (Rafael Suárez Vallina), 203, 215.	Martín, F., 35.	Ruiz, Melquíades (Melquíades Ruiz Dorronsoro), 103.	
Fernández, J. M., 211.	Martínez, J., 102.	Ruiz Moyano, 157.	
Fernández Ardavín, César. Vid. Vinfer	Martínez García-Rovés, Juan. Vid. Rovés		
	Meana (Manuel García Meana), 100.		

