

JOAQUÍN VAQUERO Y EL CONCURSO DE CARTELES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE 1929: ARQUITECTURA, CIUDAD Y PAISAJE

JOAQUÍN VAQUERO AND THE 1929 TOURISM POSTER COMPETITION: ARCHITECTURE, CITY, AND LANDSCAPE

Isaac Mendoza Rodríguez

doi: 10.4995/ega.2021.14906



El artículo trata del concurso de carteles para la promoción turística del año 1929, en el que participa el arquitecto Joaquín Vaquero Palacios y otros 50 ilustradores, pintores y publicistas. Se trata de un evento único, sin parangón en el campo de la ilustración en España, y una buena muestra para comparar cómo diversos artistas de aquel momento representaron la arquitectura, la ciudad y el paisaje.

PALABRAS CLAVE: CONCURSO, CARTELES, TURISMO, 1929

This article discusses the 1929 tourism poster competition in which the architect Joaquín Vaquero Palacios participated alongside some 50 other illustrators, painters, and advertisers. The competition was a unique event, without precedents in the field of illustration in Spain, and represents an ideal opportunity of compare how different artists of the time approached the depiction of architecture, cities, and landscape.

KEYWORDS: COMPETITION, POSTER, TOURISM, 1929



1. Joaquín Vaquero, *Asturias* (1929)
2. *Covadonga; carretera del Pontón*, postal de época (s.f.)
3. Roger Broders, *Chamonix-Martigny* (hacia 1928)

1. Joaquín Vaquero, *Asturias* (1929)
2. *Covadonga; road to El Pontón*, postcard (s.f.)
3. Roger Broders, *Chamonix-Martigny* (ca. 1928)

Tres carteles del arquitecto Joaquín Vaquero Palacios

La obra del arquitecto Joaquín Vaquero Palacios (1900-1998) ha recibido una atención creciente en la última década. Además de la exposición sobre su arquitectura, con el consiguiente catálogo, celebrada en la *Fundación ICO* (2018), varias revistas (entre ellas *EGA* y *Disegnare*) han tratado de aspectos puntuales de su obra pictórica, entre los que cabe señalar los estudios de Francisco Egaña (2013, 2018), Javier García Mosteiro (2017) y Carlos Montes (2009).

Aunque algunos de estos trabajos abordaron su faceta creativa como dibujante e ilustrador de libros, no se ha comentado aún los carteles publicitarios realizados para el Patronato Nacional de Turismo y su participación en el concurso nacional de carteles que tuvo lugar en 1929, con ocasión de la exposición Iberoamericana de Sevilla de aquel año.

Para dicho concurso Vaquero fue invitado a realizar una propuesta del cartel turístico de su Asturias natal, optando por representar, como característica de la región, no tanto una escena marinera o un monumento, sino el impresionante paisaje de montaña que el viajero atraviesa al dirigirse desde Asturias a León por el Puerto de Pajares (Fig. 1). Unos coches de época (uno de ellos un veloz coche de carreras) otorgan una modernidad al estilo *Art Déco* a la escena.

Aunque el cartel no fue seleccionado entre los diez premios, cumplió con todas las expectativas del Patronato por lo que se imprimió, al igual que otros diecinueve carteles de distintas provincias del país, en castellano, alemán, inglés y francés, con una tirada de ocho mil ejemplares, la más amplia de entre todos los editados y orientada mayoritariamente al viajero español.

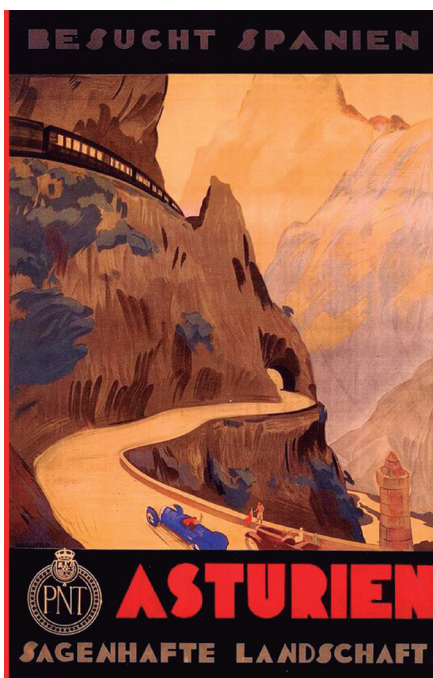
Joaquín Vaquero debió buscar alguna fuente de inspiración para

Three posters by the architect Joaquín Vaquero Palacios

The work of architect Joaquín Vaquero Palacios (1900-1998) has received growing attention over the last decade. Besides an exhibition celebrating his architecture, with its accompanying catalogue, held by the *ICO Foundation* (2018), there have been several recent magazine articles dedicated to various aspects of his pictorial artwork among which we would highlight those of Javier García Mosteiro (2017), Francisco Egaña (2013, 2018) and Carlos Montes (2009).

Although some of the aforementioned work addresses Vaquero's creative flair as a draftsman and book illustrator, as yet there has been no examination of the publicity posters he produced for the Spanish Tourism Board, or his participation in the national poster competition that took place in 1929 during the Ibero-American exhibition in Seville that same year.

As part of this competition, Vaquero was invited to design a poster promoting tourism in his native Asturias and, rather than choosing to represent the character of this region with a maritime scene or a monument, he picked the breath-taking mountain landscape that a traveller would encounter



1



2



3



en route from Asturias to León via the Puerto de Pajares (Fig. 1). To give the scene an aura of modernity, in the Art Deco style, the artist included several fashionable cars, one of which is a high-performance racing car. Although this poster was not selected as one of the ten prize winners, it fulfilled the brief set by the Tourism Board and as a result it was printed along with the 19 of the other posters commissioned to represent the provinces of Spain. Posters were produced in Spanish, German, English and French and the print run comprised a total of 8,000 examples. Aimed principally at the Spanish traveller, this particular print run was the largest of those produced.

Joaquín Vaquero must have sought a source of inspiration for his design in places other than in the views popularised in the postcards of the era (Fig. 2). He was a well-travelled, cosmopolitan character having already exhibited his first pictorial works in France, the United States, and several Latin American countries, thus it is likely he was aware of the style of poster-art popularised in France, which was at that time the most frequented international tourist destination.

Of the most well-recognised artists working in the inter-war period, the French illustrator Roger Broders stands out as by far the best and most imitated and it is clear that there are certain similarities between Vaquero's poster and those produced by Broders to advertise mountain trails (Fig. 3).

In the following months, the Spanish Tourism Board commissioned an additional series of six posters intended to give a higher profile to the variety and richness of Spain's national landscapes. The regions selected for this project were: the Picos de Europa, Roncesvalles, the Arán valley, the Rías Gallegas, the beaches of Santander and the Mediterranean coast ¹. Joaquín Vaquero was asked to take on the Picos de Europa, focusing on the gorge-route leading to Covadonga (Fig. 4), an area that ten years previously had been designated the first of Spain's Natural Parks and where tourists would discover both the "landscape and monuments".

In 1930, Vaquero went on to produce a poster dedicated to Alcalá de Henares (Fig. 5), choosing to depict its major architectural feature, the San Ildefonso College, the work

elaborar su diseño, además de las vistas popularizadas en las postales de época (Fig. 2). Sabiendo de su carácter cosmopolita y viajero (ya había expuesto sus primeras obras pictórica en Francia, Estados Unidos y países de Iberoamérica), es probable que conociera el estilo de los carteles que se habían popularizado en Francia, por entonces el destino turístico más frecuentado internacionalmente.

Entre los artistas más cotizados destacaba el francés Roger Broders, el mejor ilustrador y el más imitado en la época de entreguerras, y es evidente que hay cierta similitud entre el cartel de Vaquero y los realizados por Broders para mostrar los itinerarios de montaña (Fig. 3).

En los meses siguientes, el Patronato Nacional de Turismo editó una nueva serie de seis carteles en los que se pretendía mostrar con mayor énfasis la variedad y riqueza de nuestro paisaje, seleccionando para ello los Picos de Europa, Ron-

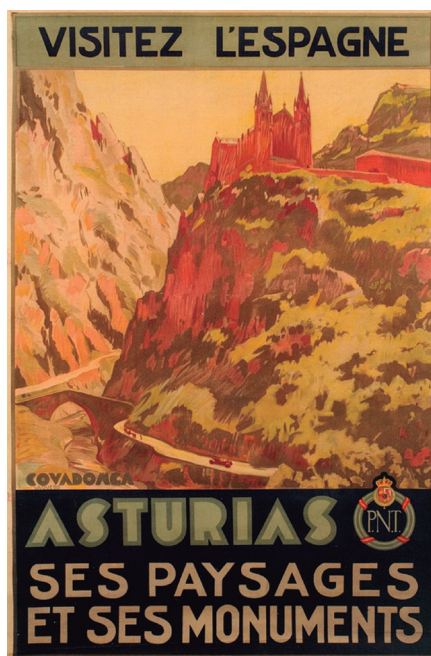
4. Joaquín Vaquero, *Asturias* (1929)

5. Joaquín Vaquero, *Alcalá de Henares* (1930)

6. Juan Miguel Sánchez, *Sevilla* (1929)

cesvalles, Valle de Arán, Rías Gallegas, Playas de Santander y la costa Mediterránea ¹. A Joaquín Vaquero se le encargó el de los Picos de Europa, centrándose en el desfiladero que conduce a Covadonga (Fig. 4), paraje que se había convertido diez años antes en el primer Parque Natural de nuestro país, y en el que el turista podía encontrarse con "el paisaje y los monumentos".

Vaquero también realizó en 1930 un cartel dedicado a Alcalá de Henares (Fig. 5), seleccionado para ello su principal edificio, el Colegio Mayor San Ildefonso, obra de Rodrigo Gil de Hontañón. La pericia alcanzada por Vaquero como dibujante durante sus años de estudiante en la Escuela de Arquitectura de Madrid le permitió representar el edificio con elegancia y colorido, en estilo *Art Déco*. El cartel nos muestra el alzado frontal de la fachada plateresca, junto a un esbozo de la plaza en perspectiva y una pareja de turistas que contemplan el monumento ².



4



5



4. Joaquín Vaquero, *Asturias* (1929)
5. Joaquín Vaquero, *Alcalá de Henares* (1930)
6. Juan Miguel Sánchez, *Sevilla* (1929)

El concurso de carteles turísticos de las 51 provincias españolas

Como han estudiado varios autores, en 1928 se creó el Patronato Nacional de Turismo, primer impulsor de esta actividad en nuestro país en los años anteriores a la República (Moreno 2013 y 2014; Fernández Pollatos 2015). No es el caso volver a tratar de sus peculiaridades, de su desarrollo y de las empresas llevadas a cabo. Lo que nos resulta de mayor interés fue la idea de realizar un concurso de carteles entre los mejores dibujantes, pintores, ilustradores y publicistas de todo el país.

El concurso estaba relacionado con la promoción del turismo extranjero y nacional con ocasión de la exposición internacional de Barcelona y la Iberoamericana de Sevilla (1929-1930). Con este fin y con algo de precipitación, se propuso mostrar en el Pabellón del Patronato Nacional de Turismo de la exposición de Sevilla un cartel representativo de lo más característico de cada una de las cincuenta y una provincias españolas.

En los primeros meses de 1929 se asignaron las provincias a cada artista, ya que no se trataba de un concurso libre, sino de una invitación o encargo concreto a los artistas seleccionados, como fue el caso de Joaquín Vaquero en relación con el cartel de Asturias. El formato y la técnica estaban prefijados por el Patronato, y en algunos casos se ofrecía alguna orientación a los artistas sobre el posible motivo a tratar.

La escasa financiación destinada al concurso, hizo que los premios fueran de muy baja cuantía, pues se abonaban tan solo quinientas pesetas a cada artista, más otras



6

mil pesetas a los cinco premiados. Es de suponer que los artistas que participaron valorasen más el prestigio de poder participar en esta campaña y la posibilidad de que se editase su cartel.

En mayo de 1929 se inauguró la Exposición de Sevilla, y en el mencionado pabellón se pudieron contemplar los cincuenta y un originales de las propuestas de carteles, a modo de un variado muestrario de las riquezas arquitectónicas y paisajísticas de nuestro país (Pelta 2014, 58; Herrero 2012, 187). El jurado se reunió el 4 de julio, otorgando los cinco premios a los diseños para los carteles de Sevilla, Córdoba, Málaga, Barcelona y Baleares (Figs. 6-10). También recibieron una mención honorífica los de Bilbao, Ávila, Toledo, Palencia y La Coruña, si bien los de Palencia y La Coruña no debieron convencer al Patronato ya que no se editaron.

Es probable que los miembros del jurado eligieran como ganadores los carteles más apropiados para pro-

of Rodrigo Gil de Hontañón. The proficiency achieved by Vaquero as a draftsman during his years as a student in Madrid's School of Architecture enabled him to present an elegant and colourful Art Deco drawing of this building. The poster shows us the front elevation of the building's Plateresque façade, standing in a perspective sketch of the plaza while a couple of tourists admire the monument 2.

The tourism poster competition: 51 Spanish provinces

As has been explored by several authors, the Spanish Tourism Board, created in 1928 in the years prior to the Republic, was the first organisation to promote tourism in Spain (Moreno 2013 and 2014; Fernández Pollatos 2015). We do not seek to further scrutinise its peculiarities, its development or that of the business ventures it took forward. Our particular interest is rather in its instigation of a poster competition involving the best draftsmen, painters, illustrators, and advertisers in the whole of Spain.

The competition was concerned with the promotion of national and international tourism and it was held to coincide with the International and Ibero-American exhibitions held in Barcelona and Seville respectively (1929-1930). With this aim, and in some haste, it was decided that the Spanish Tourism Board pavilion at the Seville Exhibition would display 51 posters designed to showcase the most characteristic features of each of the Spanish provinces.

In the first months of 1929, the provinces were assigned to each artist; this was not an open competition but rather by invitation or through a specific contract with selected artists, as was the case with Joaquín Vaquero and his poster for Asturias. The format and permitted techniques were determined in advance by the Tourism Board, and in some cases, a certain amount of guidance was given to artists concerning how to handle their commission.

Due to a lack of financial backing for the competition, the prizes offered were of a low value, indeed, grants of only 500 pesetas were allocated to each artist with an additional 1000 pesetas going to the five



prize-winners. It must be supposed that the artists who participated in this competition did so for the prestige of being invited and the possibility that their poster might be published.

The Seville Exhibition opened in May of 1929 with 51 original poster designs on view in the Tourism Board's pavilion demonstrating the richness of Spain's architecture and landscape (Pelta 2014, 58; Herrero 2012, 187). The judging committee convened on 4th July awarding the five top prizes to the posters for Seville, Córdoba, Málaga, Barcelona and the Balearics (Figs. 6-10). Honourable mentions were also granted to Bilbao, Ávila, Toledo, Palencia, and La Coruña, although ultimately, the Tourism Board cannot have been impressed by those for Palencia and La Coruña as they were never published. It is probable that members of the judging committee selected the winning posters based on a desire to promote tourism in the south of Spain and along the Mediterranean coast. Nevertheless, the quality of the five winners is beyond doubt.

Of the 51 original designs exhibited in Seville, the Tourism Board selected 20 for an initial print run to be completed over the course of 1929. Besides the five winners, those published included Bilbao, Ávila, Asturias, Cádiz, Huelva, Madrid, Tarragona, Tenerife, and Valladolid. The following year, 1930, saw the publication of the posters for Burgos, Salamanca, León, Toledo, Granada, and the Protectorate of Morocco 3.

The golden age of illustration

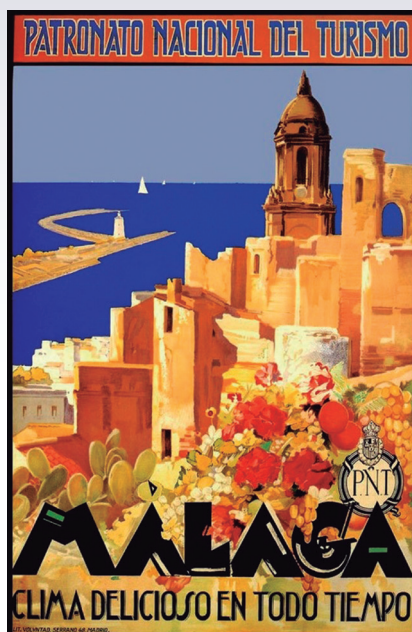
The cast of artists brought together to design these posters represents an exceptional group of draftsmen, painters, illustrators, and advertising professionals from the so-called *golden age* of publicity posters. Among them we find names such as Rafael de Penagos (the Ávila poster), Carlos Sáenz de Tejada (Córdoba), Eduardo Santonja Rosales (Valladolid), Ricardo Verdugo Landi (Málaga), José Robledano Torres (Madrid), Roberto Martínez Baldrich (Toledo) and José Loygorri Pimentel (Burgos), all well-known contributors to those magazines most connected with the diffusion of the Art Deco aesthetic in Spain: *La Esfera*, *Blanco y Negro*, *Mundo Gráfico* and *Nuevo Mundo*.

7. Ricardo Verdugo Landi, *Málaga* (1929)

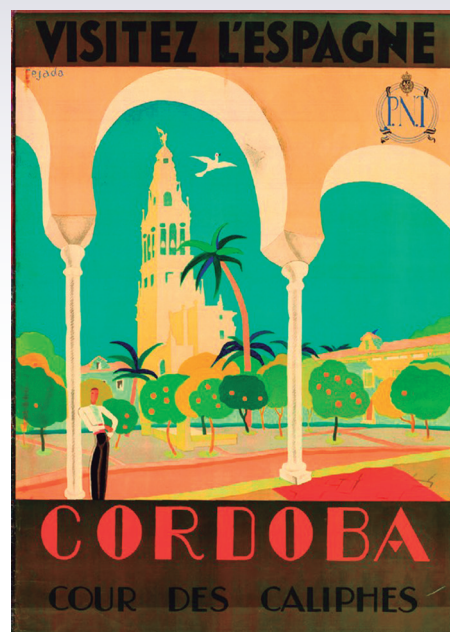
8. Sáenz de Tejada, *Córdoba* (1929)

9. Federico Ribas, *Barcelona* (1929)

10. Josep Renau, *Balears* (1929)



7



8



9



10

mover el turismo en localidades situadas en el sur y arco mediterráneo. Pero lo cierto es que los cinco ganadores eran de calidad innegable.

De los cincuenta y un originales expuestos en Sevilla, el Patronato eligió veinte diseños para realizar a lo largo de 1929 las primeras edi-

ciones de carteles. Además de los cinco ganadores, se editaron en ese año los de Bilbao, Ávila, Asturias, Cádiz, Huelva, Madrid, Tarragona, Tenerife y Valladolid. En 1930 se imprimirían los de Burgos, Salamanca, León, Toledo, Granada y Protectorado de Marruecos 3.



6. Juan Miguel Sánchez, *Sevilla* (1929)
7. Ricardo Verdugo Landi, *Málaga* (1929)
8. Sáenz de Tejada, *Córdoba* (1929)
9. Federico Ribas, *Barcelona* (1929)
10. Josep Renau, *Baleares* (1929)

La Edad de Oro de la ilustración

El elenco de los autores de estos carteles reunía a un grupo excepcional de veinte dibujantes, pintores, ilustradores y publicistas de la denominada *edad de oro* del cartel publicitario (Eguizábal 2014; Moreno 2014). Entre ellos, Rafael de Penagos (cartel de Ávila), Carlos Sáenz de Tejada (Córdoba), Eduardo Santonja Rosales (Valladolid), Ricardo Verdugo Landi (Málaga), José Robledano Torres (Madrid), Roberto Martínez Baldrich (Toledo) y José Loygorri Pimentel (Burgos), frecuentes colaboradores de *La Esfera*, *Blanco y Negro*, *Mundo Gráfico* y *Nuevo Mundo*, las revistas que más contribuyeron a difundir la estética *Art Déco* en nuestro país.

También participaron los ilustradores de mayor relieve en el momento, como los valencianos Pascual Capuz (Tarragona) y Josep Renau (Baleares), el catalán Federico Ribas Montenegro (Barcelona) y el madrileño Salvador Bartolozzi Rubio (Salamanca); pues hay que hacer notar que Valencia, Barcelona y Madrid eran los centros artísticos que más promovieron el cartel, a través de concursos, salones, exposiciones o agencias de publicidad (Eguizábal 2014, 152).

Junto a los anteriores encontramos a Joaquín Vaquero (Asturias), Juan Miguel Sánchez (Sevilla), Antonio de Guezala (Bilbao), Rafael Díaz-Jara (Huelva), Francisco Hohenleiter (Cádiz), Néstor Martín-Fernández de la Torre (Tenerife), Hidalgo de Caviedes (León), Hermenegildo Lanz (Granada) y Mariano Bertuchi (Protectorado de Marruecos).

La simple enumeración de estos veinte nombres confirma el ex-

traordinario resultado de este concurso, que logró reunir a cincuenta y un artistas en un mismo evento. Artistas de diversas tendencias artísticas y de enfoques culturales e ideológicos muy dispares, que llevó a algunos de ellos a emigrar en 1939 por sus compromisos políticos o por haberse significado al participar activamente en las tareas de propaganda promovidas por el Gobierno de la República durante la Guerra Civil.

Paisaje, ciudad y arquitectura en los carteles del Patronato Nacional

Lo más reseñable de los carteles editados tras el concurso es el abandono tanto de la estética modernista como la costumbrista, con su uso frecuente del prototipo castizo de la mujer española, que habían presidido la publicidad de los años anteriores, y de la que aún apreciamos su influencia en los carteles destinados a promocionar entre 1926 y 1929 las exposiciones de Barcelona y Sevilla (como los de Penagos, Juan Miguel Sánchez, Gustavo Bacarisas, Bartolozzi y Romero Escacena).

La calidad de los carteles es desigual. Para muchos artistas e ilustradores no debió ser fácil encontrar un diseño que respondiese a los deseos del Patronato de reflejar en una imagen el rasgo más distintivo de una determinada región, ya que la mayoría de ellos se habían dedicado a la ilustración y publicidad en revistas gráficas, en las que pocas veces se trataba la arquitectura, la ciudad o el paisaje como motivo central. En este caso, Joaquín Vaquero (arquitecto y habitual pintor de paisajes) lo tenía más fácil.

Other participants included certain high-profile illustrators of the era such as Pascual Capuz (Tarragona) and Josep Renau (Baleares) from Valencia, Federico Ribas Montenegro (Barcelona) from Catalonia, and Salvador Bartolozzi Rubio (Salamanca) from Madrid. Indeed, it should be noted that Valencia, Barcelona, and Madrid were the artistic centres where poster-art was most strongly supported, through advertising agencies and by holding competitions, salons, and exhibitions (Eguizábal 2014, 152).

Alongside the more famous illustrators we also find Joaquín Vaquero (Asturias), Juan Miguel Sánchez (Sevilla), Antonio de Guezala (Bilbao), Rafael Díaz-Jara (Huelva), Francisco Hohenleiter (Cádiz), Néstor Martín-Fernández de la Torre (Tenerife), Hidalgo de Caviedes (León), Hermenegildo Lanz (Granada) and Mariano Bertuchi (Protectorate of Morocco). Simply listing these twenty names confirms the extraordinary nature of the 1929 competition which managed to bring together 51 artists at a single event. These artists came from a diverse range of artistic movements and had very disparate cultural and ideological backgrounds. Indeed, some of the artists in this group emigrated in 1939 due to their political beliefs and because of their active involvement in creating propaganda material supporting the Republican Government during the Spanish Civil War.

Landscape, city, and architecture in the Spanish Tourism Board posters

Perhaps the most noteworthy element of the competition posters that were printed is their total abandonment of both the modernist and indeed the costumbrist aesthetic, with its frequent recourse to the quintessential "pure-bred" Spanish woman as a motif. These styles were still hugely influential and indeed, highly evident in the posters designed to promote the Barcelona and Seville exhibitions of 1926 and 1929 (for instance those designed by Penagos, Juan Miguel Sánchez, Gustavo Bacarisas, Bartolozzi, and Romero Escacena). The quality of the posters is far from uniform. Many artists and illustrators must have found it difficult to find a design that responded appropriately to the needs of the Tourism Board, that is, to reflect the most distinctive



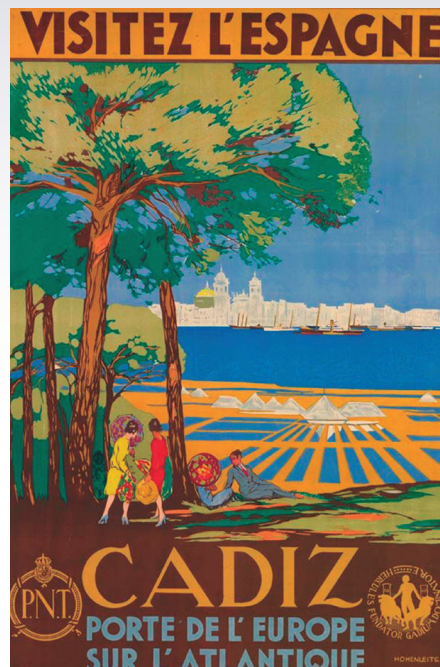
characteristic of a particular region in a single image. This is perhaps because the majority of these artists had honed their skills working on illustrations and advertising material for graphic magazines which rarely required the treatment of architecture, the city or landscape as a central focus. In this regard, Joaquín Vaquero, an architect, and experienced landscape painter, had a distinct advantage.

With respect to the forms of artistic representation, the majority of these illustrators chose very traditional strategies to show the public the most attractive features of the locations selected. However, some artists (among them, certain of the prize-winners) did attempt more avant-garde approaches as can be seen in the poster designed for Las Arenas in Guecho (Fig. 11). Here, Guezala interprets the traditional style of poster popularised by Roger Broders to advertise regions of the French coast (youthful summer vacationers in a beach landscape), giving it a futurist twist. In this regard, it is also worth comparing the poster for Bilbao with that of Cádiz (Fig. 12), noting that while both use the same motif they vary in stylistic approach, with the latter being by far the more conventional. The poster by Josep Renau for the Balearic Islands (Fig. 10) is perhaps the most artistically daring and innovative of all, offering us a pictorial vision of an evening drawing in over the precipitous coast of northern Mallorca (Fig. 10). A poster showing true genius is that of the brothers, Joaquín and Rafael Díaz-Jara who illustrated the slogan selected by the Tourism Board for Huelva's poster: the cradle of America (Fig. 14) by recreating the Rábida Monastery against a maritime backdrop from which, dream-like, the silhouette of one of Columbus's caravels emerges.

Another innovative poster is that designed for Toledo (Fig. 22). The work of Roberto Baldrich, this poster demonstrates his skills in airbrush techniques; with daring use of colour and blending the artist presents the Alcázar viewed from the Alcántara bridge. The unusual perspective of Néstor's poster for Tenerife (Fig. 18) gives a somewhat surrealist feel to its brilliant depiction of the island's desiccated landscape and vernacular architecture.



11



12

En cuanto a los medios de representación, la mayoría eligieron sistemas tradicionales para mostrar al público los atractivos de los lugares elegidos, aunque hay algunos (también entre los premiados por el jurado) que se propusieron un mayor acercamiento a las vanguardias. Así lo comprobamos en el cartel de la playa de Las Arenas en Guecho (Fig. 11), en los que Guezala interpreta el cartel tradicional popularizado por Roger Broders para las localidades costeras francesas (jóvenes veraneantes sobre un paisaje de playa), en clave futurista. En este sentido, merece la pena comparar el cartel de Bilbao con el de Cádiz (Fig. 12), este último mucho más convencional, ya que el motivo es el mismo, variando tan sólo el tratamiento estilístico.

El de Josep Renau para las Islas Baleares (Fig. 10) es quizá el más artístico e innovador de todos, ya que nos ofrece una visión pictóri-

ca de un atardecer en la abrupta costa norte de Mallorca. Los hermanos Joaquín y Rafael Díaz-Jara ilustraron con indudable ingenio el lema escogido por el Patronato para el cartel de Huelva como cuna de América (Fig. 14); para ello recrearon el Monasterio de la Rábida con un fondo marino del que surge la silueta imaginada de una carabela colombina.

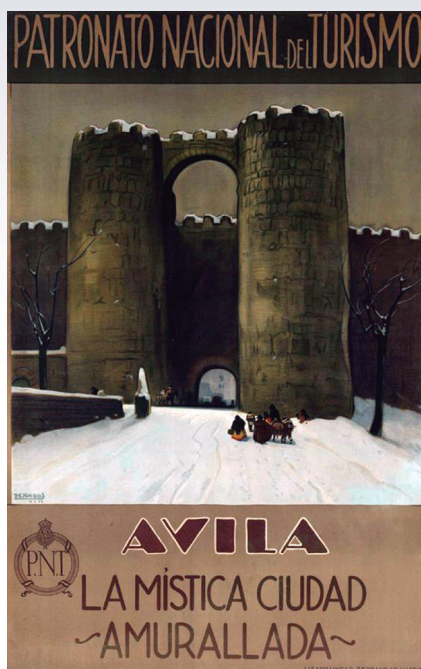
Otro cartel innovador es el de Toledo (Fig. 22), obra de Roberto Baldrich, que emplea la técnica del aerógrafo para representar, con atrevidos colores y difuminados, el Alcázar visto desde el puente de Alcántara. El de Néstor para Tenerife (Fig. 18) tiene un carácter algo surrealista en su genial representación, en extraña perspectiva, del seco paisaje isleño y su arquitectura vernácula.

Menos logrado que los anteriores es el cartel de Federico Ribas, en el que intenta dar una imagen

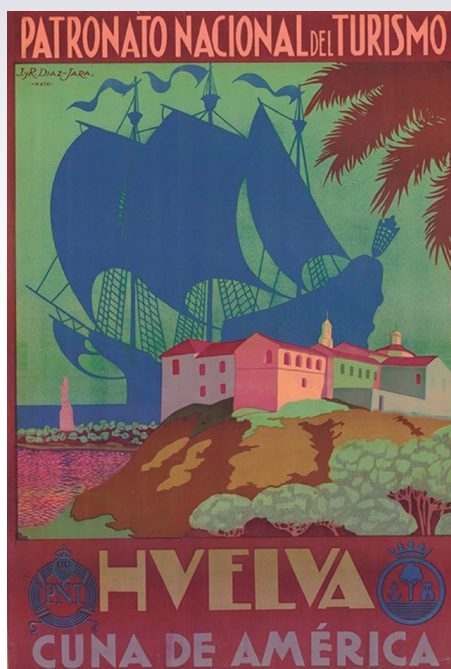
11. Antonio de Guezala, *Bilbao* (1929)
12. Francisco Hohenleiter, *Cádiz* (1929)
13. Rafael de Penagos, *Ávila* (1929)
14. Rafael Díaz-Jara, *Huelva* (1929)
15. José Robledano, *Madrid* (1929)



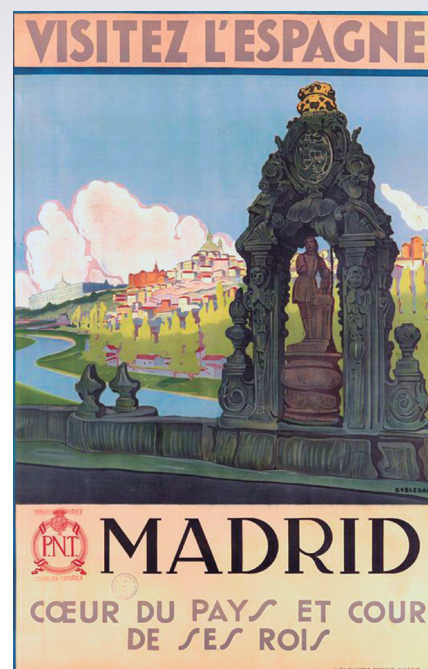
11. Antonio de Guezala, *Bilbao* (1929)
12. Francisco Hohenleiter, *Cádiz* (1929)
13. Rafael de Penagos, *Ávila* (1929)
14. Rafael Díaz-Jara, *Huelva* (1929)
15. José Robledano, *Madrid* (1929)



13



14



15

de modernidad a la ciudad de Barcelona (Fig. 9) con el recurso del aeroplano que sobrevuela el templo de Gaudí. Y claramente desafortunado el de Granada (Fig. 24), en el que intenta romper con los carteles al uso, superponiendo varios motivos en una imagen surreal (ese cielo convertido en mar) que hace irreconocible la ciudad y sus mejores atractivos.

Los carteles de Sevilla, Málaga y Córdoba fueron los más apreciados por el jurado y no han perdido nada de su atractivo. Aunque se identifican las ciudades, se evita la evocación fiel de una estampa de la ciudad. El de Sevilla (Fig. 6) representa la Puerta de la Macarena dando entrada a su casco histórico, con su abigarrado caserío salpicado de torres y espadañas; los colores planos y luminosos, la línea clara y perfilada, casi a modo de vidriera, refuerzan la percepción de la imagen.

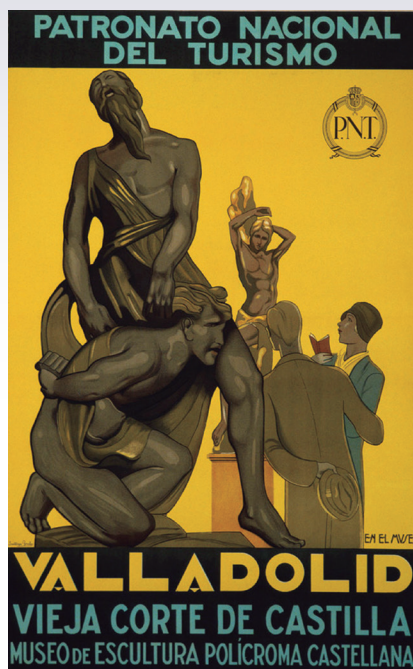
El cartel de Málaga (Fig. 7) era sin duda uno de los más vistosos y elegantes; el pintor malagueño Verdugo Landi funde en única imagen la Alcazaba y la torre de su catedral, recortados sobre el fondo azul de la ensenada mediterránea. En el de Córdoba (Fig. 8), Sáenz de Tejada representa el Patio de los Naranjos con cierto desenfado, aparente ingenuidad y abstracción de formas.

Entre aquellos carteles en los que sobresale el monumento arquitectónico como motivo central, habría que destacar los de Ávila, Burgos, Tarragona y León. El de Ávila (Fig. 13), con su escena invernal, es un tanto lúgubre y desde luego no era el más apropiado para atraer al turista nacional o extranjero. El de Burgos (Fig. 19) se inspira literalmente en el conocido grabado de Parcerisa, introduciendo tres figuras femeninas que otorgan cierto pintoresquis-

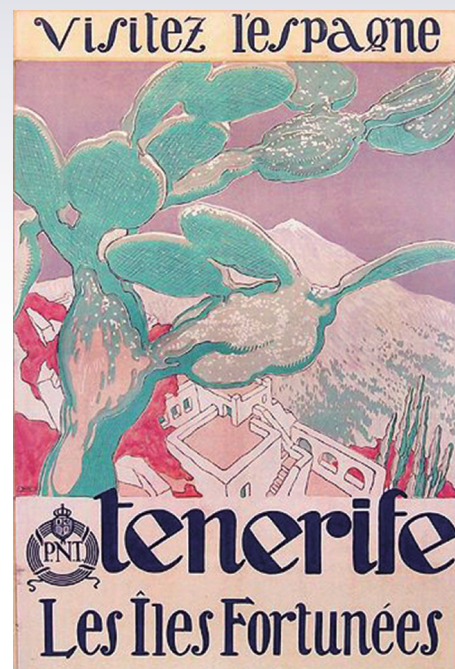
Other posters are less accomplished than those mentioned above. One such is the poster by Federico Ribas in which he attempts to capture the image of Barcelona as a modern city (Fig. 9) by using the device of an airplane flying over Gaudí's cathedral. Another is the poster designed for Granada (Fig. 24), which attempts to break with traditional poster-art, superimposing various motifs and converting the sky into the sea, to create a surreal image which renders the city and its major attractions unrecognisable. The posters for Seville, Málaga and Córdoba were those most highly praised by the judging committee and they have lost nothing of their charm. Although the cities they show can be readily identified they avoid the slavish fidelity of the picture postcard. The design for Seville (Fig. 6) depicts the Puerta de la Macarena which marks the entrance to the historic city with its jumble of dwellings, topped here and there with turrets and belltowers. The artist uses flat areas of luminous colour and the lines are clear and sharp, giving an effect almost like stained glass so making the image stand out vividly. The poster for Málaga (Fig. 7) is without doubt, one of the most elegant and visually



16



17



18

pleasing. The Málaga-born painter, Verdugo Landi fuses into one, images of the Alcazaba and the cathedral tower showing them outlined against the blue background of a Mediterranean bay. In Córdoba's poster (Fig. 8), Sáenz de Tejada uses deceptively simple, abstract forms to present a very self-assured rendering of the Patio de los Naranjos. Among those posters where an architectural monument takes centre stage, we must highlight the designs for Ávila, Burgos, Tarragona and León. The winter scene shown in the Ávila poster (Fig. 13), is a little melancholic and perhaps not the most appropriate image to attract either Spanish or international tourists. The Burgos poster (Fig. 19) very obviously takes inspiration from the well-known painting by Parcerisa with the addition of three female figures giving the scene a certain picturesque quality. Meanwhile, the poster designed for Tarragona (Fig. 16), seems quite bland due to the poor execution of the chosen theme, the Torre de los Escipiones, particularly the colouring of the building which annuls all relief and texture. León's poster (Fig. 23) is the most bewildering, since despite its attempt at modernity, the use of an aerial view of the cathedral reduced to

mo a la escena. Mientras que el de Tarragona (Fig. 16) se ve más anodino por ser poco acertada la elección del tema, la Torre de los Escipiones, con un colorido que anula el relieve y la textura del monumento. El de León (Fig. 23) es el más desconcertante, a pesar de su modernidad, al recurrir a una vista aérea de la catedral reducida a sus líneas esenciales, más apropiada para un ejercicio de la Escuela de Arquitectura que para un cartel.

En cuanto a la ciudad en el paisaje, ya nos hemos referido a algunos carteles, como el de Cádiz (Fig. 12), con la ciudad blanca vista desde la lejanía, que recuerda algunos carteles franceses de Roger Broders. El de Salamanca (Fig. 20) es todo un acierto; Bartolozzi nos ofrece una imagen idealizada de la ciudad universitaria desde el Tormes, a la vez que con tonalidades desvaídas e intenso cielo azul la envuelta en un

halo de ensoñación y misterio. Sin embargo, y ateniéndonos al valor de reclamo turístico, José Robledano no acierta con el de Madrid (Fig. 15) ya que apenas se reconoce la cornisa del Manzanares oculta tras la hornacina de San Isidro del Puente de Toledo.

Debemos mencionar, finalmente, el paisaje urbano, poco tratado en los carteles editados tras el concurso, si exceptuamos los de Ávila, Burgos y Tetuán (Fig. 21); este último del pintor granadino Mariano Bertuchi. El cartel se aparta de cualquier intento de innovación o de abstracción figurativa, representando fielmente una imagen urbana llena de colorido y luminosidad, sumamente atractiva para cualquier viajero tentado de visitar un lugar exótico a pocas horas de la península.

Caso aparte, y único por el motivo, es el cartel de Eduardo Sanja para Valladolid (Fig. 17), que aconsejado por el Patronato recrea



- 16. Pascual Capuz, *Tarragona* (1929)
- 17. Eduardo Santonja, *Valladolid* (1929)
- 18. Néstor Martín, *Tenerife* (1929)
- 19. José Loygorri, *Burgos* (1930)
- 20. Salvador Bartolozzi, *Salamanca* (1930)
- 21. Mariano Bertuchi, *Tetuán* (1930)

- 16. Pascual Capuz, *Tarragona* (1929)
- 17. Eduardo Santonja, *Valladolid* (1929)
- 18. Néstor Martín, *Tenerife* (1929)
- 19. José Loygorri, *Burgos* (1930)
- 20. Salvador Bartolozzi, *Salamanca* (1930)
- 21. Mariano Bertuchi, *Tetuán* (1930)

una escena del Museo Nacional de Escultura, en el que una pareja de turistas contemplan dos esculturas de Alonso Berruguete.

Impacto del concurso

El empeño del Patronato Nacional por promover el turismo nacional y extranjero no tuvo el impacto es-

perado, ya que la crisis financiera de octubre de 1929 tuvo gran repercusión en el mercado europeo y español, impidiendo el esperado despegue de la industria turística que se demoraría hasta mediados de los años cincuenta.

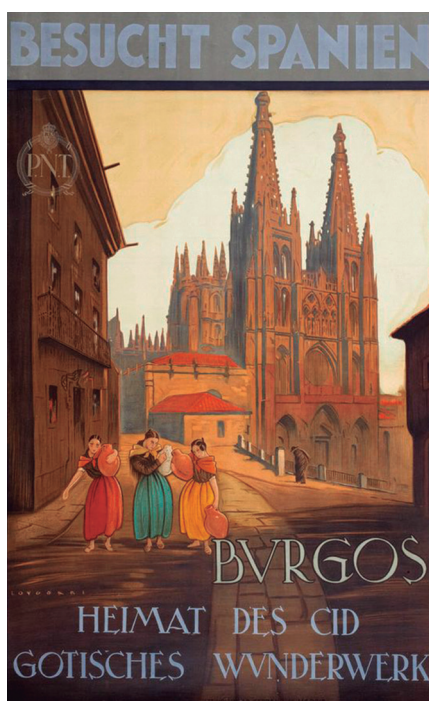
De hecho, durante la República tan sólo se realizaron algunos carteles con una sobria composición y a partir de fotografías. Lo único destacable de aquellos años fue el cartel de Francisco Andrada Escribano del año 1934, en el que junto a una foto de tipos populares de Lagartera aparecía el lema *Spain is different*, que tanta fortuna tendrá en las campañas turísticas emprendidas a partir de 1960 (Lázaro 2015, 471).

Prácticamente ninguno de los ilustradores que participaron en la promoción de carteles del año 1929 volvieron a trabajar para el Patronato, o para las entidades públicas que se ocuparon de la promoción turística en la posguerra.

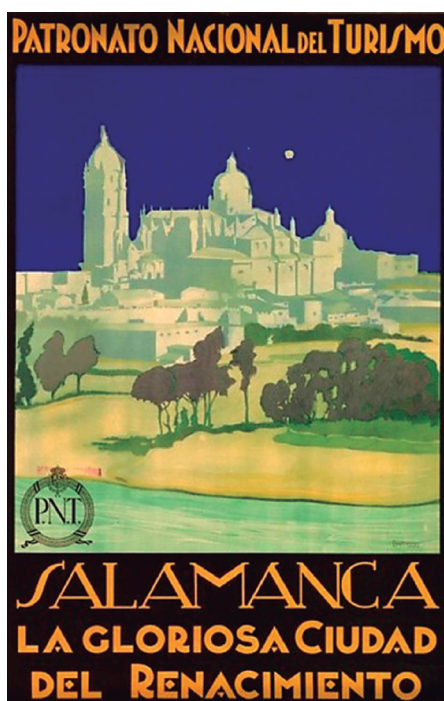
its essential lines is more suited to an Architecture School exercise than as a design for a poster.

With respect to the city in the landscape, we have already mentioned certain posters, such as the one for Cádiz (Fig. 12) which shows the city, all white, viewed from a distance, bringing to mind similar French poster designs by Roger Broders. Another example, Salamanca's poster (Fig. 20), is a complete success. Its designer, Bartolozzi, shows us an idealised image of the university city viewed from El Tormes river and the combination of washed-out colours against an intense, blue sky wraps the scene in a halo of dream-like mystery. However, and bearing in mind these posters' supposed value as a tourism marketing strategy, Jose Robeldano's Madrid poster falls short (Fig. 15), since the *Cornisa* of Madrid shown rising above the Manzanares river, is barely recognisable hidden as it is behind the vaulted Saint Isidro niche on the Toledo bridge.

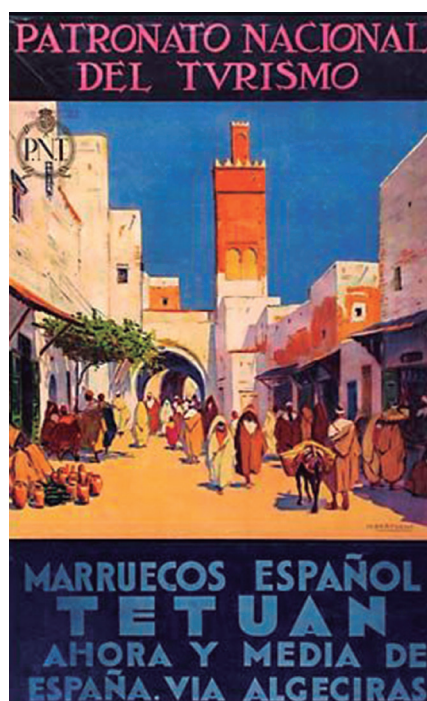
Finally, we should mention urban landscapes, a somewhat neglected subject among the competition posters, appearing only in those for Ávila, Burgos and Tetuán (Fig. 21). The poster for this last location, the work of Granada-born artist Mariano



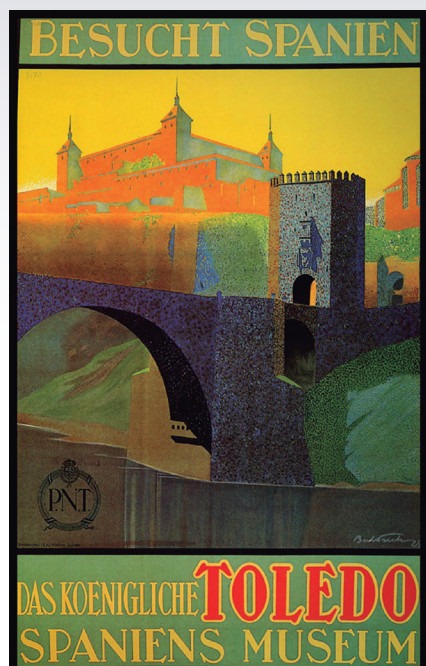
19



20



21



22



23



24

22. Roberto Martínez Baldrich, *Toledo* (1930)

23. Hidalgo de Caviedes, *León* (1930)

24. Hermenegildo Lanz, *Granada* (1930)

Bertuchi, makes no attempt at innovation or abstraction, instead it shows a faithful representation of a town centre full of colour and light presenting an exceptionally attractive prospect for any tourist wishing to visit an exotic location but a few hours journey from the Iberian Peninsula.

Special case, and unique for the chosen motif, is the poster by Eduardo Santonja for Valladolid (Fig. 17), which, advised by the Board of Trustees, recreates a scene from the National Sculpture Museum, in which a couple of tourists admire two sculptures by Alonso Berruguete.

The competition's impact

The Tourism Board's efforts to promote tourism among Spaniards and international travellers did not have the hoped-for impact due to the financial crisis of October 1929. This had widespread repercussions in the European and Spanish markets which impeded the tourist industry's launch until the middle of the 1950's.

In fact, during the period of Spain's Republican government, only a very few posters were produced, and these, inspired by photographs are uniformly sober in

Como antes se ha mencionado, Penagos, Renau, Rivas y Bartolozzi se vieron obligados a emigrar a Argentina, México o Cuba; Robledano y Lanz fueron represaliados y sufrieron penas de prisión; Landi falleció prematuramente en 1934; Santoja, Baldrich, Loygorri, Bertuchi, Sánchez, Hohenleiter, Guezala, Néstor y Vaquero se dedicaron quien a la pintura, a la arquitectura, a la ilustración de libros y revistas, o a las más variadas tareas artísticas.

Tan sólo Sáenz de Tejada y Bertuchi continuaron trabajando el cartel. El primero, por su ideología carlista, colaborando durante el régimen de Franco en tareas de propaganda, llegando a acuñar una peculiar estética durante la guerra y los años cuarenta. Mientras que Bertuchi, desde Tetuán, continuó con su actividad pictórica, trabajando para la administración del Protectorado de Marruecos en diversas tareas ar-

tísticas y en la promoción turística, con la edición de todo un valioso conjunto de carteles centrados en la vida cotidiana y en las riquezas paisajísticas y monumentales del Marruecos español. ■

Notas

1 / Fueron sus autores Joaquín Vaquero (Covadonga), Eduardo Santonja (Roncesvalles), Federico Ribas (Rías Gallegas), Rafael de Penagos (Valle de Arán) y Antonio Vercher (Levante), a los que se añadió en 1930 otro más de Penagos (costa de Santander).

2 / El cartel de Alcalá de Henares, formaba una serie con otros tres dedicados a monumentos cercanos a Madrid, realizados por Hidalgo de Caviedes (La Granja) y Penagos (El Escorial y el Palacete de la Moncloa).

3 / Además, se encargaron a otros dibujantes nuevos carteles para otras seis provincias, pues no debieron convencer los diseños presentados al concurso, se trata de obras de Baldrich (Santander), Hidalgo de Caviedes (San Sebastián), Carlos Sobrino (Santiago), Josep Renau (Valencia) y Antonio Vercher (Alicante). Al no tener su origen en el concurso de 1929, no los incluimos en este breve escrito.

Referencias

– EGAÑA CASARIEGO, Francisco. MONTES SERRANO, Carlos. 2013. "Gli anni del soggiorno romano dell'architetto spag-



- 22. Roberto Martínez Baldrich, *Toledo* (1930)
- 23. Hidalgo de Caviedes, *León* (1930)
- 24. Hermenegildo Lanz, *Granada* (1930)

- nolo Joaquín Vaquero Palacios”, *Disegnare Idee Immagini*, 46, pp. 12-21.
- EGAÑA CASARIEGO, Francisco. 2013. “Joaquín Vaquero Palacios en Nueva York”, *Archivo Español de Arte*, 343, pp. 237-262.
 - EGAÑA CASARIEGO, Francisco. 2018. “Pintar la arquitectura: una aventura extraordinaria en la vida y en la obra de Joaquín Vaquero Palacios”, *EGA: Expresión Gráfica Arquitectónica*, 33, pp. 215-227.
 - EGUIZABAL, Raúl. 2014. *El cartel en España*. Madrid: Cátedra.
 - FERNÁNDEZ POYATOS, María Dolores, VALERO ESCANDELL, José Ramón. 2015. “Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España, 1929-1936”, *Cuadernos de Turismo*, 35, pp. 157-184.
 - GARCÍA-GUTIÉRREZ MOSTEIRO, Javier, EGAÑA CASARIEGO, Francisco (eds). 2017. *Joaquín Vaquero Palacios: Iglesias coloniales de El Salvador*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
 - HERRERO REQUELME, Rocío. 2012. “El cartel como instrumento de promoción en los inicios del turismo español (1900-1936)”, en José Luis Jiménez-Caballero y otros (coord.), *Turismo y sostenibilidad: V Jornadas de investigación en turismo*, pp. 173-196. Sevilla: Universidad de Sevilla.
 - LÁZARO SEBASTIÁN, Francisco Javier. 2015. “El cartel turístico en España: desde las iniciativas primeras del Patronato Nacional de Turismo hasta los comienzos del desarrollismo”, *Artigrama*, 30, pp. 143-165.
 - LÁZARO SEBASTIÁN, Francisco Javier. 2018. “La Dirección General de Turismo: fotografías y fotógrafos en la década de los cuarenta”, en José Antonio Hernández Latas (ed.), *II Jornadas sobre Investigación en Historia de la Fotografía 1839-1939: Un siglo de fotografía*. Zaragoza: Instituto Fernando el Católico, pp. 465-477.
 - MONTES SERRANO, Carlos. 2009. “Nosotros somos latinos. Españoles dibujando en Nueva York, 1930”, *RA. Revista de Arquitectura*, 11, pp. 57-68.
 - MORENO GARRIDO, Ana. 2013. “El primer sueño del turismo español. Propaganda y desarrollo turístico en los años veinte”, *Journal of Spanish Cultural Studies*, vol. 13, Issue 3, pp. 234-259.
 - MORENO GARRIDO, Ana. 2014. “Tiempos Modernos: Art Déco y vanguardia en el turismo español de entreguerras”, *Goya: Revista de Arte*, n.º 349, pp. 342-359.
 - PELTA RESANO, Raquel. 2014. “Bella todo el año: la imagen regeneracionista de España en el cartel del Patronato Nacional de Turismo”, *EME Experimental Illustration Art & Design*, 2, pp. 50-65.

composition. The only highlight from those years is a poster by Francisco Andrada Escribano from 1934 (Lázaro 2015, 149), where a photograph of people in the typical dress of Lagartera appears with the slogan *Spain is different*, which was to have such success in the tourism marketing campaigns of the 1960's.

Practically none of the illustrators who participated in the 1929 poster campaign went on to do further work for the Spanish Tourism Board or any other public bodies involved in tourism promotion in the post-war era. As was mentioned before, many of the artists involved in the competition were obliged to emigrate including Penagos, Renau, Rivas and Bartolozzi who went to Argentina, Mexico, or Cuba. Other artists met a variety of different fates, Robledano and Lanz, for instance, were arrested and endured prison sentences while Landi died prematurely in 1934. Santonja, Baldrich, Loygorri, Bertuchi, Sánchez, Hohenleiter, Guezala, Néstor and Vaquero, however, went on to dedicate themselves to various artistic pursuits, such as painting, architecture, book and magazine illustration.

Only Sáenz de Tejada (Vázquez 2015, 22) and Bertuchi continued to work in poster design. The former of these artists, due to his *Carlist* or traditionalists tendencies, collaborated with Franco's regime on various propaganda projects coming to invent a new, unique aesthetic during the course of the war and into the 1940's. In the meantime, Bertuchi, still based in Tetuán, continued with his creative endeavours, working for the administration of the Protectorate of Morocco on many different artistic projects and in tourism promotion. Of particular note is the valuable collection of posters that he published focusing on scenes of everyday life, and the gems of Spanish Morocco's architecture and landscape. ■

Notes

- 1 / The artists involved were Joaquín Vaquero (Covadonga), Eduardo Santonja (Roncesvalles), Federico Ribas (Rías Gallegas), Rafael de Penagos (Arán Valley), Antonio Vercher (Levante), and Penagos (Santander coast).
- 2 / The poster of Alcalá de Henares, forms part of a series of three dedicated to monuments in Madrid vicinity: La Granja (by Hidalgo de Caviedes), El Escorial and the Palace of Moncloa (both by Penagos).
- 3 / In addition, since some designs presented at the competition failed to impress, other illustrators were

commissioned to produce new posters for several provinces; these artists were Baldrich (Santander), Hidalgo de Caviedes (San Sebastián), Carlos Sobrino (Santiago), Josep Renau (Valencia) and Antonio Vercher (Alicante). Since this work was not part of the 1929 competition, we will not consider it in this short article.

References

- EGAÑA CASARIEGO, Francisco. MONTES SERRANO, Carlos. 2013. “Gli anni del soggiorno romano dell'architetto spagnolo Joaquín Vaquero Palacios”, *Disegnare Idee Immagini*, 46, pp. 12-21.
- EGAÑA CASARIEGO, Francisco. 2013. “Joaquín Vaquero Palacios en Nueva York”, *Archivo Español de Arte*, 343, pp. 237-262.
- EGAÑA CASARIEGO, Francisco. 2018. “Pintar la arquitectura: una aventura extraordinaria en la vida y en la obra de Joaquín Vaquero Palacios”, *EGA: Expresión Gráfica Arquitectónica*, 33, pp. 215-227.
- EGUIZABAL, Raúl. 2014. *El cartel en España*. Madrid: Cátedra.
- FERNÁNDEZ POYATOS, María Dolores, VALERO ESCANDELL, José Ramón. 2015. “Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España, 1929-1936”, *Cuadernos de Turismo*, 35, pp. 157-184.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ MOSTEIRO, Javier, EGAÑA CASARIEGO, Francisco (ed.). 2017. *Joaquín Vaquero Palacios: Iglesias coloniales de El Salvador*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- HERRERO REQUELME, Rocío. 2012. “El cartel como instrumento de promoción en los inicios del turismo español (1900-1936)”, in José Luis Jiménez-Caballero and others, *Turismo y sostenibilidad: V Jornadas de investigación en turismo*, pp. 173-196. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- LÁZARO SEBASTIÁN, Francisco Javier. 2015. “El cartel turístico en España: desde las iniciativas primeras del Patronato Nacional de Turismo hasta los comienzos del desarrollismo”, *Artigrama*, 30, pp. 143-165.
- LÁZARO SEBASTIÁN, Francisco Javier. 2018. “La Dirección General de Turismo: fotografías y fotógrafos en la década de los cuarenta”, in José Antonio Hernández Latas (ed.), *II Jornadas sobre Investigación en Historia de la Fotografía 1839-1939: Un siglo de fotografía*. Zaragoza: Instituto Fernando el Católico, pp. 465-477.
- MONTES SERRANO, Carlos. 2009. “Nosotros somos latinos. Españoles dibujando en Nueva York, 1930”, *RA. Revista de Arquitectura*, n.º 11, pp. 57-68.
- MORENO GARRIDO, Ana. 2013. “El primer sueño del turismo español. Propaganda y desarrollo turístico en los años veinte”, *Journal of Spanish Cultural Studies*, vol. 13, Issue 3, pp. 234-259.
- MORENO GARRIDO, Ana. 2014. “Tiempos Modernos: Art Déco y vanguardia en el turismo español de entreguerras”, *Goya: Revista de Arte*, n.º 349, pp. 342-359.
- PELTA RESANO, Raquel. 2014. “Bella todo el año: la imagen regeneracionista de España en el cartel del Patronato Nacional de Turismo”, *EME Experimental Illustration Art & Design*, 2, pp. 50-65.