

CARTELES PUBLICITARIOS EN UN ARCHIVO UNIVERSITARIO: FONDO COLECCIÓN “CARLOS VELASCO” EN EL ARCHIVO GENERAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)

ADVERTISING POSTERS IN AN UNIVERSITY ARCHIVE: “CARLOS VELASCO” COLLECTION IN THE GENERAL ARCHIVES OF THE NATIONAL DISTANCE EDUCATION UNIVERSITY (UNED)

Autora:

Mercedes Fernández Martín. UNED. mmfernandez@pas.uned.es

ORCID 0009-0001-3504-5087

Resumen:

El artículo presenta el fondo documental de carteles publicitarios del Archivo General de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). En él, se hace referencia al tratamiento documental aplicado a la colección, así como una exposición de la variada temática y diferentes soportes de este tipo de documentación. Se destaca la función esencial publicitaria de los carteles, no sólo en el ámbito comercial, sino también en el institucional, político y bélico. Breve valoración artística y referencia a reconocidos artistas.

Abstract:

This article presents the collection of advertising posters held in the General Archives of the National Distance Education University (UNED). It includes a reference to the archives management procedures applied to the collection, as well as a description of the varied subject matter and diverse supports of documentation of this class. Particular emphasis is placed on the essentially publicizing function of the posters, not only in the commercial domain, but also in institutional, political and wartime spheres. A brief artistic assessment with references to renowned artists.

Palabras clave: Cartel publicitario; Publicidad española; Tratamiento documental

Keywords: Advertising Poster; Spanish Advertising; Documental Treatment

Sabemos que la función de un Archivo es la gestión del patrimonio documental en cuanto al tratamiento, conservación y difusión de los fondos documentales que lo componen, siendo el más importante de ellos el generado por el propio organismo, en este caso una universidad, en el ejercicio de sus funciones. Sin embargo, la incorporación de otros documentos ajenos al ámbito de la universidad, como es un fondo de carteles publicitarios, supone un enriquecimiento del patrimonio documental no sólo por su innegable valor artístico, sino también por su valor testimonial sobre la sociedad, la economía y la política de una época. Es por ello por lo que, a pesar de su naturaleza efímera y múltiple, el cartel publicitario merece ser conservado, tratado y difundido como un fondo documental más en nuestro Archivo Universitario.

En este artículo haremos una presentación de la experiencia llevada a cabo en el Archivo General de la UNED con la incorporación a sus fondos documentales de una colección breve, pero representativa, de carteles originales de publicidad española realizados entre 1840 y 1970, amplio período de tiempo durante el cual, la prensa y los carteles han sido el principal soporte de difusión publicitaria que refleja la evolución de la sociedad española a través de los usos y costumbres de los diferentes contextos sociales.

Expondremos también aspectos relativos al proceso técnico que ha sido aplicado, realizando, igualmente, una estimación sobre el valor artístico y la función como soporte de comunicación, en ámbitos muy variados, de estos documentos.

La idea de la creación de la colección de carteles surgió en 2017 a raíz del contacto del Archivo General con el profesor de Economía Aplicada de la UNED, Carlos Velasco Murviedro, uno de los mayores coleccionistas de carteles publicitarios en España. Mediante un comodato firmado el 15 de octubre de 2018 entre la UNED, representada por su rector, Ricardo Mairal Usón, y Carlos Velasco Murviedro, propietario de la colección, se formalizó la cesión temporal al Archivo General de un número representativo de carteles de publicidad que constituyen el actual Fondo de Carteles “Colección Carlos Velasco” que, iniciado con una primera aportación de 500 ejemplares, quedó completado el pasado año 2022 con un total de 1300 carteles.

TRATAMIENTO DOCUMENTAL APLICADO A LA COLECCIÓN DE CARTELES

Inventariado

Elaboración de un inventario organizado por fechas y lotes de entrega, y cotejo de los carteles recibidos en custodia. Limpieza suave para retirar el polvo superficial, y ubicación temporal en las dependencias del Archivo hasta su instalación definitiva para su conservación en el depósito con la correspondiente signatura topográfica que permita su localización.

Digitalización

Una vez inventariados, se procede a la digitalización de los carteles y posterior tratamiento en Photoshop de las imágenes obtenidas. Estas imágenes son almacenadas en archivos de formato TIFF de alta resolución para su conservación en copias de seguridad y, además, son reproducidas en la base de datos en formato JPG para su descripción archivística. El proceso de digitalización supone cierta complejidad, en algunos de los casos, al tratarse de soportes de diferentes materiales como chapa o madera.

Descripción en base de datos

Desde el inicio de este proyecto se creó una base de datos para la descripción documental del conjunto de este Fondo de Carteles. En cada registro, se recoge la información relevante de cada cartel, estructurada en diferentes campos diseñados para ello, así como la reproducción de su imagen digitalizada. Esta descripción detalla

Código Clasificación:	35
Signatura:	AGUIN0_CVE_CARTELES_572
Signatura_CV:	23-0003-42
Título:	CARMEN DIAZ
Artista:	Carmen Diaz
Descripción:	Reproducción de un retrato a carboncillo de una bella y elegante mujer moza, que aparece representada de medio cuerpo, mirando a su espectador, y apoyada delicadamente sobre su brazo. Está adornada con joyas y cubierta por un manto que deja ver uno de sus hombros. Fotografía de mujer andaluza. La leyenda que acompaña a la ilustración la identifica Carmen Diaz, Juan
Autor:	
Lugar Anunciante:	
Lugar Publico:	Madrid
Dirección Anunciante:	LRF Fernández
Soporte de Origen:	Papel
Color:	Cólor
Fondo:	Cartas Velasco
Notas:	El autor firma como Juan Laña.
Ubicación:	
Fecha de la descripción:	18/06/2022
Responsable de la descripción:	MFM
Formato:	600.jpg
Tamaño:	394 KB
Resolución:	1343x
Tipología:	Archivo TIF
Fecha Toma:	06/09/2022 7:32
Carta de Gobierno:	

no sólo las características formales del cartel, sino también su contenido, recurriendo al uso de lenguaje controlado como descriptores o palabras clave que hacen referencia a su temática. Datos como autor, fecha y lugar requieren, en la

mayoría de los casos, una labor añadida de información y documentación en el proceso de descripción, además de un análisis estilístico al tratarse de un fondo de materiales gráficos donde la imagen es el principal reclamo. A través de la selección de campos se establecen unos criterios de búsqueda, simple o avanzada, para la recuperación de los carteles catalogados y su localización en las instalaciones del

depósito del Archivo, mediante la signatura topográfica que queda registrada en el campo correspondiente.

Instalación

Se realiza la instalación física de los carteles en el depósito del Archivo mediante diferentes unidades de conservación en función de sus medidas. Se utilizan cajas de archivo normalizadas para los carteles de menor tamaño, que son ubicadas en las estanterías de los compactos móviles junto al resto de la documentación, y carpetas a medida para los carteles de mayores dimensiones que quedan depositadas en contenedores específicos para este formato como son los planeros. En ambos casos, las unidades de instalación serán etiquetadas con la signatura topográfica específica para este fondo documental, que constará en cada registro en la base de datos para su correcta localización y su disponibilidad.

Restauración

Entre los carteles recibidos, varios de ellos han requerido un tratamiento de restauración que ha permitido la recuperación de ejemplares más antiguos de gran interés. Este proceso de restauración fue documentado y recogido en un vídeo titulado “La colección de carteles publicitarios (1840-1970) en el Archivo General de la UNED. Restauración, digitalización y descripción”, realizado por el CEMAV de la UNED en colaboración con el Archivo General¹.



MATERIALES Y TEMÁTICA DE LA COLECCIÓN CARLOS VELASCO

Todos los ejemplares que componen la colección son originales y están realizados en distintos materiales siendo en su mayoría en papel litografiado, resultado de los nuevos avances en el ámbito de la impresión, pero también en otros soportes como cartulina, cartón, chapa (litografiada y esmaltada), cristal o vidrio, corcho, tela e,

¹ <https://canal.uned.es/video/5ed659465578f25eff1986e2>

incluso, rótulos en madera. Estos últimos materiales añaden cierta complejidad en los procesos de digitalización, así como de instalación y conservación en el depósito del Archivo General.

Además, la colección de carteles muestra la evolución de este tipo de documentos, tanto desde el punto de vista de las técnicas empleadas, desde los primitivos carteles tipográficos compuestos únicamente por caracteres de imprenta, pasando por los carteles cromolitográficos y los impresos con técnicas fotomecánicas. Todos ellos fueron creados con carácter efímero y son un reflejo de los gustos, preocupaciones e intereses de la sociedad a la que se dirigen.

En cuanto a su temática, podría establecerse una agrupación por géneros:

Comercial: La esencia de un cartel publicitario es la venta de un producto o la difusión de un evento o actividad, por lo que existen tantos tipos de carteles publicitarios como productos o acontecimientos puedan comercializarse. Productos de consumo de alimentación, salud e higiene, industria, vinos, automoción, seguros, banca... son publicitados junto a espectáculos, eventos culturales, deportivos, taurinos y religiosos, a través de imágenes atrayentes para la captación de un amplio público. Estas creaciones publicitarias son promovidas tanto en el ámbito privado, como en el de las administraciones públicas.



CHOCOLATES MATÍAS LÓPEZ
AGUNED_CVE_CARTELES_861
Archivo General UNED

En el siglo XIX comienza la publicidad en España y son numerosos los carteles publicitarios de productos alimenticios que persiguen aumentar las ventas e introducir novedades en los hábitos alimentarios de la población. Además, la salud, higiene y belleza, pasan a ser objeto de consumo en lo que supone una transformación de hábitos, paralela a los avances en las infraestructuras urbanas de este siglo XIX. Se documenta como primer cartel comercial, el de Chocolates Matías López, impreso hacia 1871.

Publicidad institucional: Una gran parte de la colección de carteles del Archivo General está dedicada a este tipo de publicidad. Creados bajo el patrocinio de organismos gubernamentales, los carteles anunciadores de ferias de muestras, fiestas locales, exposiciones y congresos, son reflejo de la incipiente actividad empresarial de la época, motor de crecimiento económico. De igual modo, la creación de carteles turísticos promovida por el Patronato Nacional del Turismo, más tarde Dirección General del Turismo, supuso el comienzo de las iniciativas públicas en este sentido, generando una producción espléndida de carteles que tenían como objeto anunciar, a españoles y extranjeros, los atractivos que ofrecía España en tradiciones y patrimonio histórico-artístico.

En el Fondo Carlos Velasco contamos con carteles premiados en concursos de cartelería turística, convocados para la promoción de viajes y eventos.



FESTIVALES DE ESPAÑA, 1956
AGUNED_CVE_CARTELES_560
Archivo General UNED

Bernard Villemot, artista francés, autor de esta ilustración turística de España, próxima al estilo naif, pero que sigue recurriendo a los elementos costumbristas de casas encaladas y mujeres enlutadas, acorde a la imagen tradicional que se transmitía de España.

Es el caso de este cartel, ganador del primer premio en el concurso de carteles “Festivales de España” de 1956. Manuel Prieto, su autor, fue figura reconocida de la cartelería española, recibiendo numerosos galardones por ello, y situándose en la vanguardia de esta disciplina. También colaboraron con las autoridades turísticas españolas, artistas extranjeros que fueron contratados para el diseño de carteles durante la década de 1950. Entre ellos,



ESPAÑA
AGUNED_CVE_CARTELES_231
Archivo General UNED

Publicidad política y bélica: El Archivo General custodia una interesante colección de carteles de temática social, política, sindical, militar y de la Guerra Civil. El final de la contienda produjo una proliferación de carteles propagandísticos de ambos bandos: nacional y republicano. El cartel político se convierte en un instrumento fundamental de publicidad de las corrientes políticas y de la acción social llevada a cabo por organizaciones que surgen vinculadas a la coyuntura guerra civilista.

La propaganda política experimentó un notable crecimiento en el siglo XX, concretamente en España a partir de 1931. Destaca la gran cantidad de carteles realizados entre la Segunda República y el final de la Guerra Civil, la mayoría de gran valor, no sólo por su contenido histórico, sino también por la calidad de sus impactantes ilustraciones en una estética que caracterizará a buena parte de carteles de este género y que refleja influencias del Art Déco, del Expresionismo y del Constructivismo soviético. También se incluye en este sector la cartelería generada a partir de la transición a la democracia en España.



AMNISTIA
AGUNED_CVE_CARTELES_M044
Archivo General UNED

monocromáticos que refuerzan la idea de colectividad y anonimato. Esta obra se identificó en su momento con el llamado espíritu de la Transición, convirtiéndose en símbolo de la reconciliación tras la dictadura.

Reproducción de la obra "El abrazo", de Juan Genovés, actualmente en el Museo Nacional Reina Sofía, y de la que se llegaron a imprimir y distribuir 500000 carteles, siendo cedidos los derechos de reproducción, por parte de su autor, a Amnistía Internacional. La imagen muestra a un numeroso grupo de personas abrazándose entre ellas, de espaldas, y sin mostrar sus rostros ni identidades, en unos tonos

AUTORES

Además de por su finalidad publicitaria, ya fuera comercial, política o ideológica, estos carteles deben valorarse como una expresión artística por la belleza y estética de sus ilustraciones. Autores de reconocido prestigio procedentes de distintos ámbitos como la pintura, el diseño gráfico, la historieta o la fotografía, firman una buena parte de las ilustraciones de los carteles de la Colección Carlos Velasco, varios de ellos, ganadores y galardonados en los concursos convocados para publicitar productos o eventos. Sin desconsiderar la obra de otros importantes nombres, destacan artistas españoles como, Josep Renau, Teodoro Delgado, Manolo Prieto, Castanys, Josep Morell, Serny, Vinfer, Federico Ribas y Salvador Bartolozzi, estos dos últimos, representantes del cartel artístico de los años treinta del siglo XX, así como fotógrafos de la talla de Ortiz Echagüe o Kindel. En menor medida, autores extranjeros como los franceses, Bernard Villemot y Guy Georget, realizaron trabajos de publicidad española. El elevado número de autores indica la importante repercusión del cartel como medio publicitario eficaz y estético.

DIFUSIÓN DE LA COLECCIÓN CARLOS VELASCO

Además de las funciones de custodia, tratamiento archivístico y de conservación, hay que destacar la difusión como tarea fundamental y, en este sentido, el Archivo General de la UNED pone a disposición de la comunidad universitaria este Fondo de Carteles “Colección Carlos Velasco” como un recurso más, consciente del valor histórico y artístico del patrimonio documental publicitario.

EXPOSICIONES

El Archivo de la UNED ha participado en exposiciones celebradas en Madrid a través de la aportación de una selección de carteles de la colección, custodiados en las instalaciones del Archivo, que han sido solicitados en función de criterios acordes a estos eventos.

Exposición: Madrid, capital cultural. Un recorrido por el ocio madrileño a través de carteles antiguos (1880-1980). Mayo-julio 2022. Esta exposición pretende dar a conocer o recordar el ocio y costumbres de los madrileños a lo largo del siglo XX, y reconocer la evolución como sociedad a través de las fiestas, congresos, concursos, exposiciones, deportes y espectáculos, que se celebraban y de lo cual son testimonio



FIESTAS DE SAN ISIDRO, 1957
AGUNED_CVE_565
Archivo General UNED

los carteles expuestos.

En el proceso de modernización que se inició en Madrid a principios del siglo XX impulsado por muchos factores como el crecimiento demográfico, el desarrollo de la industria y agricultura jugó también un papel importante el desarrollo cultural. Las celebraciones de fiestas locales, de gran arraigo en la ciudad, también han servido de fuente de inspiración para la creación de carteles de gran calidad artística. Ricardo Summers (Serny) firma este cartel, ganador del primer premio del concurso convocado por el Ayuntamiento para anunciar el evento en 1957. (Cartel cedido para la exposición).

Exposición: SE VENDE AQUÍ. Comercio de Madrid a través de carteles publicitarios (1870-1960). Abril-junio 2021. Exposición que hace un recorrido por la historia de Madrid a través de carteles publicitarios originales sobre el comercio madrileño, realizados por grandes artistas.

Josep Renau es considerado uno de los artistas representantes del arte contemporáneo en España. En los primeros años de la década de 1930, Renau realizó numerosos carteles publicitarios y cinematográficos. Artista comprometido políticamente, trabajó durante la Guerra Civil como cartelista en defensa del bando republicano, influenciado estéticamente por el cartelismo soviético, de formas geométricas y rotundas, que se aprecia en este cartel de propaganda comercial firmado por el autor. (Cartel cedido para la exposición).



SOS
AGUNED_CVE_CARTELES_234
Archivo General UNED

En conclusión, el cartel publicitario adquiere valor como documento histórico que permite conocer, a través del consumo, los diferentes estilos de vida tan cambiantes que se sucedieron entre el último tercio del siglo XIX y los dos primeros tercios del siglo XX, formando parte así, del patrimonio documental que se ha de preservar.

BIBLIOGRAFÍA

- COURCHINOX, E. El cartel. En *Arte Comercial*, n. 13. 1948
- EGUIZÁBAL, R. Estudio y análisis de los carteles. *Memoria de la seducción: carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*. 2002. Exposición organizada por: Biblioteca Nacional de España
- LÁZARO SEBASTIÁN, F.J. El cartel turístico en España: Desde las iniciativas pioneras del Patronato Nacional del Turismo hasta los comienzos del desarrollismo. En *Artigrama*, n. 30, 2015, p. 143-165. ISSN 0213-1498
- LOZANO BARTOLOZZI, M^a M. El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la Belle époque y los años 60 del siglo XX). En *Artigrama*, n. 30, 2015, p. 57-78. ISSN 0213-1498
- RODRIGO-MARTÍN, L.; RODRIGO-MARTÍN, I.; MUÑOZ-SASTRE, D. El cartel como documento publicitario en el primer tercio del siglo XX. Análisis del consumo, la sociedad y la cultura a través de la colección de carteles publicitarios de Carulla. En *Documentación de Ciencias de la Información*, v, 44, n. 2, 2021, p. 221-229. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/73938>
- VÁZQUEZ ASTORGA, M. El cartel, medio de publicidad y propaganda. En *Artigrama*, n. 30, 2015, p. 15-28. ISSN 0213-1498