

**Exposición:
El anuncio
publicitario en
la casa-museo:
visítala**

**Departamento
Archivo-Biblioteca de la
Casa-Museo Tomás Morales
del 23 de abril
al 29 mayo de 2009**

*¡Son bellas las máquinas, son inteligentes!
Unas, trepidantes, de enorme osadía;
otras, delicadas, finas, sonrientes;
todas, admirable fuente de energía...*

TOMÁS MORALES

UN PASEO DIDÁCTICO POR EL ORIGEN DE LA PUBLICIDAD

Un recorrido breve, ameno y entretenido por la publicidad gráfica de finales del siglo XIX y principios del XX es lo que muestra la coqueta exposición que acoge el próximo 29 de mayo la Casa-Museo Tomás Morales del municipio grancanario de Moya.

“Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto”. Este era el lema de la compañía publicitaria de la cámara de fotos *Kodak 100 vista*, que integra la exposición *El anuncio publicitario en la casa-museo: visítala*, que se puede visitar hasta el próximo 29 de mayo en el municipio grancanario de Moya.

Esta iniciativa de la Casa-Museo Tomás Morales, que depende del Cabildo de Gran Canaria, ofrece un breve e interesante recorrido por algunos de los anuncios más significativos y sorprendentes aparecidos a finales del siglo XIX y principios del XX en las páginas de revistas como *La Esfera*, *Pèl & Ploma* o *Blanco y Negro*. Publicaciones que integran los fondos de esta casa-museo que honra la figura y la obra literaria del poeta modernista Tomás Morales, natural de este municipio del norte grancanario.

La publicidad gráfica experimentó un desarrollo vital a finales del siglo XIX en todo el mundo. El precario mercado editorial español no estuvo al margen de una realidad que no sólo tuvo consecuencias económicas, sino también artísticas. El *boom* de este sector atrajo la atenta mirada de artistas plásticos y, sobre todo, ilustradores que vieron en la publicidad un campo perfectamente abonado para mostrar su capacidad creativa. Esta muestra, que incluye cerca de un centenar de obras gráficas y fotografías descubre a su visi-



Anuncio publicitario de “Auto-Garage Central” y de “Pèl & Ploma”. Ilustraciones de Ramón Casas en *Pèl & Ploma*, nº 1. Barcelona (Janer 1902)

tante creaciones del grancanario Néstor Martín Fernández de la Torre o los trabajos de los ilustradores Adriá Gual, Alexandre de Riquer para la editorial Montaner y Simón, o Penagos, Bartolozzi, Aristo Téllez y Varela de Seijas para las campañas de *Floralia*. A su vez, *El anuncio publicitario en la casa-museo: visítala* ofrece esclarecedoras pinceladas de la realidad social y económica española de aquellos años. Un país que despertaba a trompicones al nuevo siglo XX y que abría, con timidez, sus puertas al imparable fenómeno de la industrialización. Un sector que vio en la publicidad gráfica un medio idóneo para entrar, poco a poco pero con paso seguro, en las vidas de los habitantes de un país cuyo desarrollo se frenó en seco con la posterior Guerra Civil (1936-1939). La electricidad comenzaba a llegar a los principales pueblos y ciudades, el desarrollo de las infraestructuras permitía que los vehículos a motor ganaran cada vez más espacio en la vida de los ciudadanos, la escritura manual perdía terreno ante la máquina de escribir, la fotografía era un arte en pleno desarrollo, el turismo comenzaba a ser considerado como un foco de riqueza... y nada mejor para vender tantos avances que apoyarse en la publicidad gráfica.

Esta exposición de Moya se divide en distintos apartados que engloban los sectores de desarrollo principal de la publicidad de la época.

La fotografía ocupa un espacio muy importante. Así, en la histórica revista

Blanco y Negro aparece, por ejemplo, el ya mencionado anuncio de la nueva cámara de Kodak, compañía fundada por George Eastman. Fotógrafos y estudios fotográficos establecidos en las Islas como Alberto Boissier y Romero, Tomás Gómez Bosch, Enrique Ponce, Fotografía Alemana o Ángel Vidal Bonilla utilizaban fotografías o montajes fotográficos para promocionar sus servicios. También se desa-



Anuncio publicitario de “Vienna Repostería Capellanes”. Ilustraciones de Máximo Ramos en *Almanaque de ilustración año 1917*. Madrid: Imp. Alemana, 1917

rolló a finales del XIX y principios del XX la producción de postales de edificios, monumentos y paisajes de Gran Canaria, así como la aparición en la prensa de la época de publi-reportajes como uno aparecido en la revista *La Esfera*, en 1927, sobre La Orotava.

También con una finalidad promocional se encuentran los carteles de Néstor Martín Fernández de la Torre de principios del pasado siglo sobre el archipiélago Canario. Especialmente popular fue el que elaboró para la Industria Nacional Tabacos y Cigarrillos canarios, con un pájaro canario fumando o el que realizó seis años antes para el Patronato Nacional de Turismo, en el que aparece el Valle de La Orotava coronado al fondo por el Teide.

Uno de los principios lógicos por los que se rige esta casa-museo de Moya es que sus exposiciones temporales deben tener un punto de conexión con la vida y obra de Tomás Morales. En este caso, la vinculación con el universo del autor de *Las Rosas de Hércules* viene de la mano de la revista *Mundial Magazine*, que nació en mayo de 1911, bajo la dirección de Rubén Darío. En esta publicación, que alcanzó los 40 números y que se editaba en París, publicó Tomás Morales los poemas “Britania Máxima” y “Oda a las glorias de don Juan de Austria”, números 18 y 39 respectivamente. Esta exposición muestra algunos de los anuncios publicitarios que se insertaban en esta histórica revista que otorgaba casi todo su espacio a las principales creaciones artísticas, históricas y literarias de la época.

Los cuidados y bellísimos anuncios de la editorial catalana Montaner y Simón en *La Ilustración artística*, así como los *spots* promocionales relacionados con el mercado del automóvil, de máquinas de escribir como la Remington Estádar 12 —que utilizaba el propio poeta Tomás Morales— o los relacionados con la cosmética, la higiene, la alimentación y el tabaco completan este interesante recorrido.

Como complemento a la exposición, el Departamento de Enseñanza y Acción Cultural de la Casa-Museo Tomás Morales (DEAC) ha puesto en marcha el taller *El*

anuncio publicitario: más que imágenes y palabras, destinado a alumnos de infantil y bachillerato. Con esta actividad paralela, los responsables de la casa-museo buscan fomentar la lectura y la creatividad entre los niños. Se desarrolla con distintos grupos escolares durante 75 minutos, entre las 9.00 y las 14.00 horas, hasta el próximo mes de mayo. Según datos facilitados por la dirección de la Casa-Museo Tomás Morales, este recinto de Moya ha contabilizado 4.604 visitantes en lo que va de año, en gran medida gracias a las actividades paralelas como este taller que complementa esta muestra.

“Un paseo didáctico por el origen de la publicidad” por Victoriano S. Álamo en *Canarias*⁷. Suplemento cultural “Pleamar”, 6 de mayo de 2009.



Anuncio publicitario de la “Remington”. Ilustración de V.Y. en la cubierta trasera de *Pipa* de Clarín; ilustraciones de RAMÓN MANCHÓN. Madrid: Prensa Gráfica, 925 (La Novela Semanal; 194)