Las publicaciones menores y el efímera impreso por Imprenta Blasco, 1882-1990

En 1960 la coleccionista americana Bella C. Landauer se pronunciaba acerca del valor histórico de los materiales efímeros de la siguiente manera:

> *(…) señalar e ilustrar recursos no usados anteriormente, disponibles de forma abundante para los historiadores de ciencias sociales y sugerir como a través del estudio de lo que son aparentemente trivialidades y material efímero, ellos pueden reconstruir propósitos pasados, esfuerzos y recurrir a una imagen mental de gustos y predilecciones de generaciones anteriores* (citado en Ramos Pérez, 1983: 16).

La Imprenta Blasco produjo gran cantidad de este tipo de materiales durante toda su trayectoria. Lamentablemente la mayor parte de ellos no han sido conservados ya que eran considerados productos de consumo rápido.

Al comenzar la década de los cincuenta, España comenzó a recuperar el tejido socioeconómico que había sido destruido durante los años anteriores. En esa época, los países de nuestro entorno estaban inmersos en la época del consumo masivo que Lipovetsky (2006) sitúa en la década de los treinta. A pesar de que España se incorporará tardíamente a este fenómeno, la publicidad asociada a las marcas comerciales y los negocios de consumo vivirá un verdadero despunte, pasando a ser una parte importante del trabajo de Imprenta Blasco. La actividad de la imprenta referida a esta época puede ser consultada a través de los libros de pedidos y los

detallados archivos se conservan.

No obstante, antes de comenzar el análisis de la producción de Imprenta Blasco creemos necesario intentar esclarecer cuestiones relativas a la terminología y la clasificación de estos materiales. Los efímera comienzan a considerarse objetos de investigación académica en los años sesenta en el ámbito anglosajón, por lo tanto, es un campo de estudio muy reciente. Por otro lado, la volubilidad de los materiales, su carácter transitorio y el hecho de que la información que contienen sea caduca hacen que su definición y sobretodo su almacenamiento y tratamiento bibliográfico sean cuestiones complejas sobre las que parece no existir un consenso.Así pues, una definición de efímera sería: “Documentos que han sido producidos en relación con un acontecimiento determinado o un artículo de interés actual y que no pretenden sobrevivir a la actualidad de sus mensaje" (Clinton, 1981, citado en Ramos Pérez, 2003). Otra definición del mismo autor y que resulta complementaria a la anterior sería: "Una documentación impresa o casi impresa que escapa a los canales normales de publicación, venta y control bibliográfico" (Clinton, 1981, citado en Ramos Pérez, 2003). Esta definición abarca tanto publicaciones que están libremente disponibles para el público en general, como otras destinadas a una tirada limitada y especifica.

Como vemos la complejidad en su definición a menudo está originada por las dificultades técnicas que estos materiales generan para su gestión y almacenamiento. Efímera o *ephemera*, término de origen griego y que procede de un plural neutro en latín que se aplica a aquello que dura solo un día, como es el caso de algunas plantas o animales (Ramos Pérez, 2003), sería según Chris E. Makepeace: "el nombre colectivo dado al material que conlleva un mensaje verbal o gráfico y es producido por procesos de impresión o gráficos, pero no con el formato estándar de un libro, un folleto o una publicación periódica". Otras características apuntadas por este experto serían su carácter baladí o insustancial, su producción para

un fin específico, su vida útil y limitada, la necesidad especiales para su almacenamiento y conservación y que pueden ser consideradas fuentes primarias o secundarias. El especialista Fuentes Romero (2003), ofrece otra definición por exclusión, diferenciando otro tipo de documentos. Para este autor, cabría establecer dos grandes grupos que serían: Por un lado las publicaciones efímeras, aquellas que aparecen con ocasión de un evento. Por otro lado publicaciones menores –todo aquello que no son libros, publicaciones periódicas y seriadas o materiales cartográficos o audiovisuales– que tienen mayor valor informativo que las anteriores y no son exclusivamente producidas para un evento. Sin embargo, bajo esta premisa caben gran cantidad de materiales de naturalezas tan diversas que dificultan su análisis sistematizado. Compartimos con Fuentes Romero (2003) la definición del efímera mediante un concepto simple y rotundo como es su escasa consistencia física en la que cabrían gran variedad de documentos como felicitaciones, encabezamientos de facturas, carteles, tarjetas comerciales, folletos electorales, anuncios, prospectos, exlibiris, encabezamientos de papel carta, invitaciones de teatro y conciertos, entradas, hojas religiosas, etiquetas y envoltorios, billetes de autobús, cromos, separadores de libros o calendarios de bolsillo.

Por otro lado dentro de las publicaciones menores se englobarían materiales tales como libros, folletos, periódicos, hojas sueltas u otros formatos, pudiendo ser una publicación aislada, ocasional o periódica y presentando las siguientes características: se producen por vías no comerciales, se distribuyen de manera gratuita, se producen para la distribución entre miembros de una sociedad particular. Estarían incluidos dentro de esta categoría aquellos documentos denominados literatura gris. Fuentes Romero (2003), desde un punto de vista profesional y pragmático considera que para poder archivar y gestionar al máximo estos documentos conviene identificar a los principales productores de los mismos que serían universidades, institutos

de investigación, empresas que generan memorias, catálogos, etc., y administraciones públicas que emiten informes, reglamentos o estudios.

En cuanto al formato, los efímera suelen ser una hoja impresa por una cara, aunque puede estar plegada mientras que las publicaciones menores constan en general de cuatro o más hojas y su producción requiere ciertos conocimientos técnicos. A menudo su clasificación en una u otra categoría es un aspecto subjetivo, que depende de aspectos como la cantidad de información o su duración en el tiempo. Paul Renner, el tipógrafo que diseñó la tipografía Futura realiza en 1922 en *El arte de la tipografía* una descripción de las labores de remendería, en la que considera que la remendería es un trabajo altamente especializado, refutando la idea que tradicionalmente había atribuido a las labores de remendería un escaso valor.

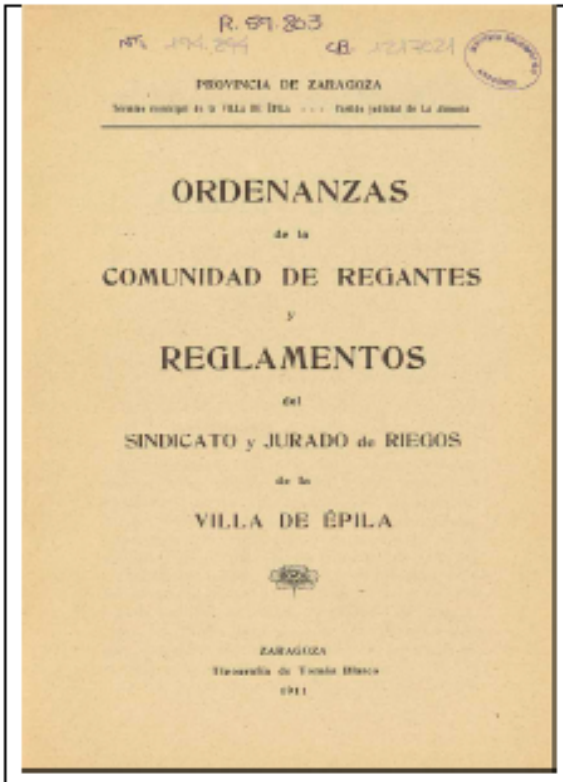
> *Antes se entendía por remendería todo aquello que no fuera la impresión estricta de libros o periódicos, es decir, los encargos de la administración, de la industria, del comercio y de las asociaciones, así como los de particulares para ocasiones familiares especiales que se suman circunstancialmente a los trabajos habituales de una imprenta de libros o de periódicos. Ahora, sin embargo, se acostumbra a denominar composición de remendería a todas las tareas complejas, incluidas la composición de la portada del libro y la composición de los anuncios del periódico, ya que estos trabajos exigen una gran técnica, por lo que se encomiendan a una cajista especialmente capacitado para esta tarea, el remendista.*
>
> *No cabe duda de que la composición compleja es la parte más interesante de la tipografía, aunque sus posibilidades artísticas fueron descubiertas mucho más tarde que las que ofrece la edición de libros.* (Renner, 2000: 133).

En la actualidad la clasificación estandarizada establece que 28 dobles páginas componen una unidad bibliográfica, por debajo de ese tamaño estaríamos hablando de folleto. Si aplicásemos esta norma a la producción impresa de principios de siglo, la mayor parte de la producción de Imprenta Blasco sería considerada folleto. Este hecho puede resultar curioso desde una mirada actual, sin embargo era común durante comienzos de siglo ya que la comunicación impresa apenas comenzaba a experimentar y multiplicar los soportes y el uso tipográfico no estaba delimitado, por otro lado la impresión tipográfica no permitía grandes innovaciones. De este modo, incluiremos dentro de este estudio de efímera aquellos materiales que sí tengan un tratamiento diferente en cuanto a disposición de textos y/o elementos gráficos, o aquellas en las que se evidencie que se trata de un objeto con diferentes características al libro. Por eso, los efímera y documentos menores impresos por Imprenta Blasco son muy abundantes y variados, sobre todo a medida que van aumentando con el transcurrir de los años. De la primera época de su historia los materiales existentes son muy escasos; apenas se conserva alguna factura contable. Más tarde comenzamos a encontrar materiales de uso común como reglamentos y ordenanzas. Debido a la naturaleza de estas publicaciones que recogían información precisa para el funcionamiento de grupos o colectivos han sido conservadas en manos de terceros. Habrá que esperar a la década de los cuarenta para que en los archivos de la contabilidad de la propia imprenta se guarden de manera sistemática ejemplares de todos los impresos que eran producidos en la misma y se conserve un registro riguroso de la producción de materiales efímeros.

En bibliotecas de ámbito estatal, los registros de efímera de Imprenta Blasco son muy escasos. Tan solo se conservan seis carteles en la BNE, una veintena de materiales gráficos en el IBA, y una tarjeta postal en el archivos pertenecientes a Joaquín Costa en la Archivo Provincial de Huesca que fue guardada por ser testimonio de tan ilustre personaje.

Realizaremos a continuación un análisis mediante ejemplos de aquellos documentos que nos parecen más significativos y que nos aporten información para nuestro estudio.

En las siguientes imágenes observamos como el tratamiento gráfico y tipográfico es prácticamente similar en casos tan diferentes como los que se muestran a continuación.



PROVINCIA DE ZARAGOZA

ORDENANZAS

de la

COMUNIDAD DE REGANTES

y

REGLAMENTOS

del

SINDICATO y JURADO de RIEGOS

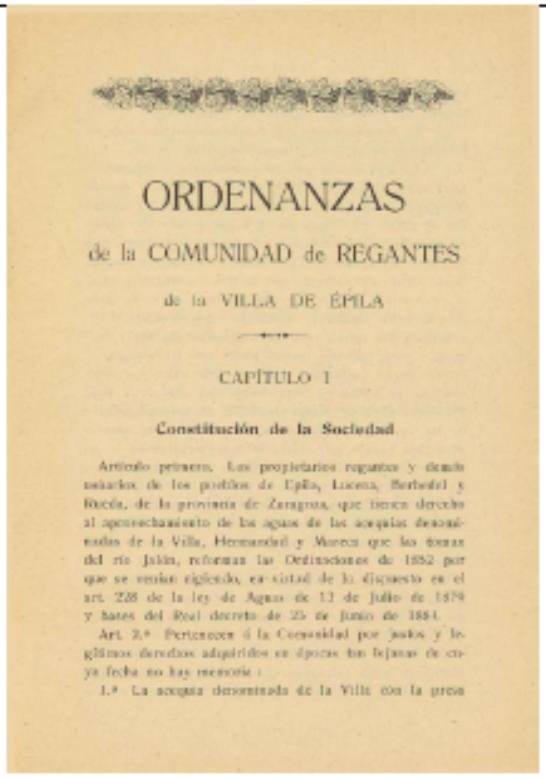
de la

VILLA DE ÉPILA

ZARAGOZA

Imprenta de Tomás Blasco

1911



ORDENANZAS

de la COMUNIDAD de REGANTES

de la VILLA DE ÉPILA

CAPÍTULO I

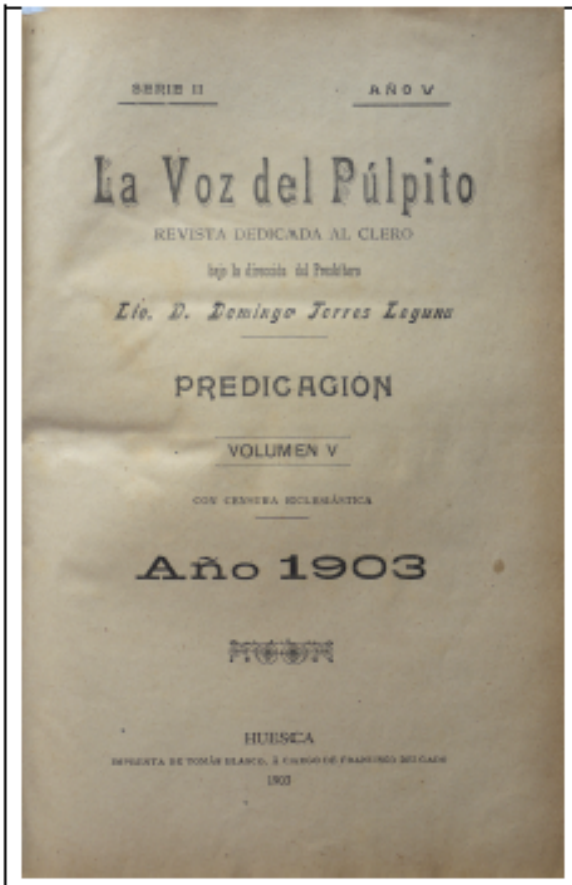
Constitución de la Sociedad

Artículo primero. Los propietarios regantes y demás usuarios de los pueblos de Épila, Lucena, Barboles y Ricla, de la provincia de Zaragoza, que tienen derecho al aprovechamiento de las aguas de las acequias denominadas de la Villa, Hermandad y Marca que las toman del río Jalón, reformas las Ordinaciones de 1852 por que se venían rigiendo, en virtud de lo dispuesto en el art. 228 de la ley de Aguas de 13 de Julio de 1879 y bases del Real decreto de 25 de Junio de 1884.

Art. 2.º Pertenecen á la Comunidad por justos y legítimos derechos adquiridos en épocas tan lejanas de cuya fecha no hay recuerdo:

1.º La acequia denominada de la Villa con la presa

FIG 1 y 2.- La composición y tratamiento tipográfico de los trabajos menores impresos por Imprenta Blasco apenas diferían de los libros que editaban, como se puede apreciar en el tratamiento tipográfico y compositivo aplicado a estas Ordenanzas de la Comunidad de Regantes de Épila. IBA.1221.



SERIE II — AÑO V

La Voz del Púlpito

REVISTA DEDICADA AL CLERO

bajo la dirección del Predicador

Ilmo. D. Domingo Torres Laguna

PREDICACION

VOLUMEN V

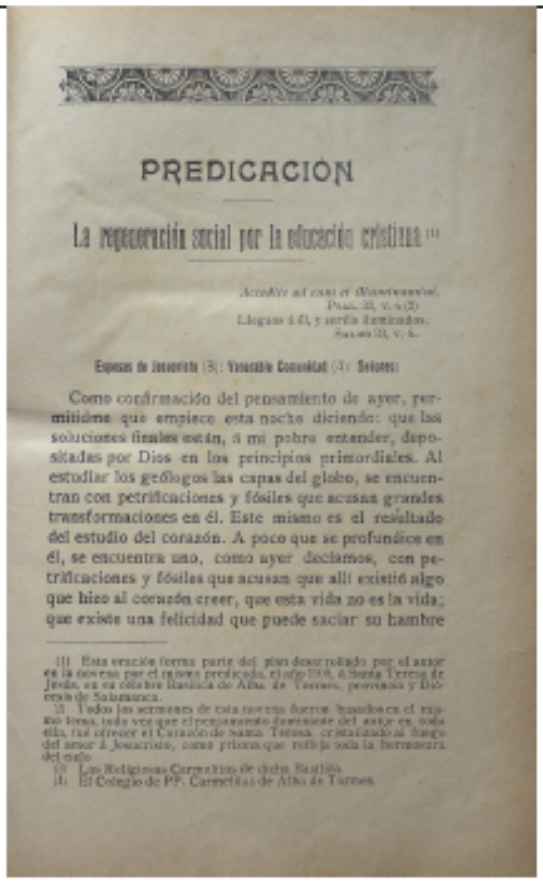
CON CENSURA ECLESIÁSTICA

Año 1903

HUESCA

IMPRENTA DE TOMÁS BLASCO, Á CARGO DE FRANCISCO BESCASA

1903



PREDICACION

La regeneración social por la educación cristiana (1)

Accedite ad eum et illuminamini.
Psal. XXXIII, v. 6 (2).
Llegaos á El, y seréis iluminados.
Salmo XXXIII, v. 6.

Especies de Invocación (3): Veneración Comunidad (4): Saludos:

Como confirmación del pensamiento de ayer, permitidme que empiece esta noche diciendo: que las soluciones finales están, á mi pobre entender, depositadas por Dios en los principios primordiales. Al estudiar los geólogos las capas del globo, se encuentran con petrificaciones y fósiles que acusan grandes transformaciones en él. Este mismo es el resultado del estudio del corazón. A poco que se profundice en él, se encuentra uno, como ayer decíamos, con petrificaciones y fósiles que acusan que allí existió algo que hizo al corazón creer, que esta vida no es la vida; que existe una felicidad que puede saciar su hambre

(1) Esta oración forma parte del plan desarrollado por el autor en la novena que el mismo predicará, el año 1904, á Santa Teresa de Jesús, en su célebre Basílica de Alba de Tormes, provincia y Diócesis de Salamanca.

(2) Todos los sermones de esta novena fueron basados en el mismo tema, toda vez que el pensamiento dominante del autor en toda ella, fué ofrecer el Corazón de Santa Teresa, cristalizado al fuego del amor á Jesucristo, como prisma que refleja toda la hermosura del cielo.

(3) Las Religiosas Carmelitas de dicha Basílica.

(4) El Colegio de PP. Carmelitas de Alba de Tormes.

FIG 3 y 4.- Portada y primera página de la revista *La Voz del Púlpito*. Volumen V, 1903. Colección privada.

El primer ejemplo (figuras 1 y 2) corresponde a las *Ordenanzas de la Comunidad de Regantes de Épila,* el segundo ejemplo (figuras 3 y 4) se trata de la revista religiosa *La Voz del Púlpito*. La composición que se aplica a los diferentes elementos es la que se venía realizando en los libros y que continuaba la tradición tipográfica que apenas había evolucionado desde siglos atrás. Los elementos se distribuyen en la página mediante una composición de eje central. El encabezamiento de los capítulos se adorna mediante una orla tipográfica y un juego tipográfico para el titular.

Imprenta Blasco comenzó su actividad en el año 1882 por traspaso de la *Imprenta de Castro y Bosque*, como así se publicitaron en algunos medios impresos al comienzo de su actividad Santos Andrés y Tomás Blasco. Al principio de su actividad impresora, los socios se anuncian como impresores de remendería y modelación, entendemos que de esta manera adoptaban el negocio y la clientela de Castro y Bosque. Así, encontramos un anuncio publicado en *El Mercantil* en 12-01-1887 en el que publicitan sus servicios de modelación:

> *Los dueños de este establecimiento en los dos años que hace se hallan al frente de el, han procurado dotarlo de todas maquinas que se hacen precisas para presentar los trabajos con puntualidad y economía, por cuyo motivo encontrará el público en general un servicio esmerado en todos los encargos que se sirva confiarles, además de los muchos documentos que se hallan de venta al detalle, como son: altas, bajas y traspasos de subsidio, de servicio, tablas y cuadernos de reducción y equivalencia de pesas y medidas e infinidad de documentos para toda clase de gestión administrativa judicial.* (El Mercantil Aragonés, 12-01-1887).

En los documentos depositados en el fondo documental no se conserva ninguno de estos trabajos, debido precisamente a su carácter altamente funcional. Uno de los escasos materiales que se conservan de la época inicial de los dos socios es una

factura emitida con fecha de 1892 a Emilio Soteras Plá, influyente persona de la época, y que corresponde al libro *Tratado de logismografía y prácticas de Banca*. En el membrete de la factura, los impresores se publicitan con el nombre genérico de trabajos comerciales y obras de lujo. Así pues, además de la remendería ambos socios realizaron otro tipo de trabajos como periódicos y libros que irían abandonando a través de sus etapas.

Las facturas debido a su importancia como apunte contable y de gestión son una de las tipologías de las que se conservan mayor cantidad de registros.

Los impresos menores y el efímera, por otra parte, será otro tipo de documentos que realizará la Imprenta Blasco hasta el fin de sus días. El carácter de estos impresos sin embargo, también irá variando con el transcurrir del tiempo. Imprenta Blasco realizará de manera constante y sostenida gran cantidad de libros oficiales, modelos para los juzgados, y ayuntamientos a lo largo de toda la geografía aragonesa convirtiéndose en el suministrador de cualquier impreso necesario y material de oficina y papelería para todos los pueblos de Aragón. Las listas de pedidos de cada pueblo están registradas año por año, con un alto grado de detalle desde el comienzo de su actividad.

En su etapa inicial, hacia 1887, Tomás Blasco solicita permiso para colocar tres lienzos en la calle Violín, en los que publicite su actividad.Esta licencia, AMZ (1887), Fomento, Caja 1554, Exp. 1178,le es concedida. La información que tenemos sobre aquello que se anunciaba en los letreros la podemos consultar gracias a una acuarela (Figura 5) en la que se representa la fachada de la imprenta, donde podemos leer:

> *Esquelas de enlace y defunción, tablas y cuadernos de reducción, equivalencias en todas pesas y medidas, obras, periódicos y toda clase de trabajos tipográficos. Altas, bajas y traspasos para la contribución industrial,*

talonarios para la lotería, recibos de inquilinato, partes de posada, listas de embarque, facturas en blanco, declaraciones de nacimiento y partes de defunción.

Tarjetas de visita al minuto, económicas y de lujo, prospectos a precios reducidos, circulares, facturas, membretes, sobres y papel timbrado, envolturas para chocolate, turrones y caramelos, documentación completa para ayuntamientos y juzgados municipales.

Esta es la mejor lista en la que se recoge todo el material menor que era impreso por Blasco en esta primera época y de la que hoy en día apenas tenemos registros guardados.

FIG 5.- Acuarela de la Imprenta de Tomás Blasco, situada en Plaza San Felipe esquina con la calle Morata. AMZ, 3-8-30424. Esta es la única imagen de la Imprenta Blasco en esa fecha, en ella vemos los tres lienzos publicitarios para los cuales había solicitado permiso de instalación en 1887.

Tomás Blasco se separa de su socio Santos Andrés en 1895, con

posterioridad a esta fecha encontramos una factura que se conserva de esta primera etapa del impresor establecido individualmente. Es un trabajo tipográfico delicado y preciso. Llama la atención el hecho de que en el membrete, tanto el texto como la decoración que lo envuelve forman una imagen unitaria en la que los elementos tipográficos y su distribución en el espacio consiguen crear un anuncio primitivo. Una imagen que permita ser recordada y mediante la que se muestra un ejemplo de pericia profesional.

Otro de los pocos ejemplos que se conservan de esta época es esta hoja suelta de carácter religioso en la que se narra un milagro que se acompaña con una oración. Su tamaño es de cuarto y su composición y el uso de tipografías muy sencillo. Está ilustrada con imágenes religiosas mediante procedimiento tipográfico. Al igual que la factura anterior corresponde a los primeros años de Tomás Blasco establecido en solitario.

En 1897 son impresos dos catálogos de plantas de la Granja de San Juan, finca dedicada al cultivo de semillas propiedad de Alejandro Palomar. El primero de ellos se titula *Granja de San Juan. Gran establecimiento de agricultura y arboricultura*. El segundo, titulado *Catálogo de plantas y simientes de la granja de San Juan* no lo hemos podido consultar ya que únicamente conocemos de su existencia porque aparece reseñado en *El campo conservador* (Sanz Lafuente, 2005). Una vez más observamos como a pesar de ser documentos de tipo comercial, la estética es similar a la de cualquier otro producto impreso de la época. Su autor Alejandro Palomar, era un abogado zaragozano, exponente de la burguesía agraria, la cual experimentaba un importante periodo de expansión y que sería alcalde de la ciudad durante unos meses en 1906.

Posteriormente en 1907, será impreso por Imprenta Blasco otro ejemplar perteneciente a esta categoría de catálogos agrícolas, *Catálogo general del establecimiento de la viuda de Mariano Cambra*. Su autor era un científico proveniente de una familia de agricultores muy respetado por sus obras y su labor

investigadora en el campo. Este catálogo se venía imprimiendo al menos desde 1882 cuando fue editado por la Tipografía del Hospicio; conocemos que el ejemplar de 1897 fue impreso por Imprenta Blasco, aunque no hemos podido consultar dicho ejemplar. El catálogo de 1907, al que corresponden las imágenes inferiores, destaca por estar ampliamente ilustrado. La composición de la cubierta resulta innovadora ya que presenta una ilustración y algunas de las tipografías se presentan en orientación vertical. Finalmente toda la composición se ve decorada mediante un ornamento tipográfico que unifica todos los elementos. Así, se abandona la tradicional portada compuesta por un sinfín de tipografías en favor de la imagen. Este tipo de composición se había comenzado a utilizar en la composición de pequeños anuncios clasificados.

Asimismo observamos como las páginas interiores son ilustradas mediante dibujos de muchas variedades que se mencionan en el catálogo. Las impresiones son grabados y algunos de ellas aparecen firmadas por sus autores. Posiblemente perteneciesen a algún repertorio de imágenes y fueran adquiridos de manera temporal. Algunos de los grabados son bastantes sencillos e incluso toscos (como el que vemos en la figura 6), otros como el que hace de colofón del libro (figura 8), tienen gran cantidad de detalles. Los grabados que ilustran el catálogo no guardan concordancia de estilo entre ellos ya que posiblemente fuesen los únicos disponibles para ilustrar las diferentes variedades vegetales.

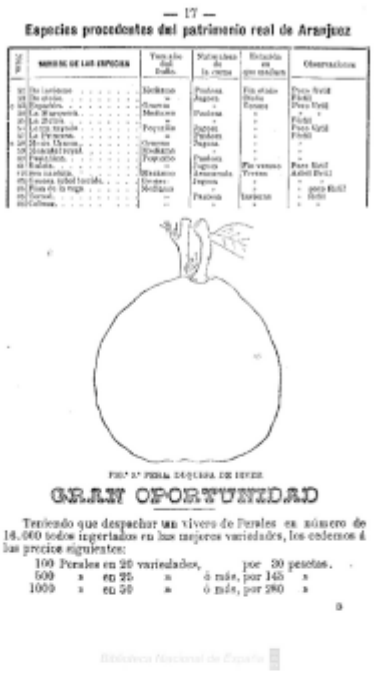


FIG. 6.- Tosco grabado xilográfico que ilustra una variedad de pera pertenecientes a *Catálogo General.* Imagen propiedad de BNE. http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000075782&page=1

FIG. 7.-Grabado xilográfico perteneciente a *Catálogo General.* La falta de concordancia en el estilo gráfico de las ilustraciones denota que los grabados fueron adquiridos desde diversas fuentes. Imagen propiedad de BNE. http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000075782&page=1

FIG.8.- Grabado xilográfico que ilustra la última página del catálogo y es adornado mediante orla tipográfica. Imagen propiedad de BNE. http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000075782&page=1

Otro de los escasos trabajos de efímera realizado en la primera década del siglo y que ha llegado hasta nuestros días es este memorándum del Gran Hotel de Europa. El documento utiliza la tipografía Grotesca Venus Cursiva Fina del catálogo de Neufville, que fue una tipografía de uso muy común.

En 1900 Imprenta Blasco comienza a realizar la impresión de las hojas de ruta para la compañía de tranvías de Zaragoza, la

cual estaba comenzando su actividad. Posteriormente esta relación comercial continuará y hacia 1908 la imprenta comprará la máquina para imprimir billetes Goëbels la cual reportará pingües beneficios. Recibirán encargos desde varios puntos de la geografía española como Alicante o Santander. Los billetes que realiza esta máquina son de tipo Edmonson, reciben el nombre de su inventor Thomas Edmonson: eran de cartón, y suponían un sistema completo de control de pasajeros, fecha de emisión, contabilización y almacenaje. El sistema comenzó a utilizarse en 1840, se extendió por todo el mundo y perduró hasta las últimas décadas del s. XX.

La Exposición Hispano-Francesa de 1908 supuso una gran oportunidad comercial para las imprentas zaragozanas, ya que se imprimieron gran cantidad de publicaciones y objetos promocionales como son solicitudes de admisión, reglamentos, abonos de participación, etc. El abultado negocio también alcanzó a imprentas de toda España, muchas de las postales y trabajos fotográficos fueron impresos en Madrid y Barcelona como apunta Martínez Herranz (1991), ya que estas ciudades contaban con imprentas más avanzadas técnicamente. En Barcelona se había celebrado con gran éxito la Exposición Universal de 1888, donde el evento supuso un punto de inflexión para experimentar e introducir la estética modernista en los gustos de la ciudad. El material efímero que se produjo fue muy abundante y de gran calidad como apunta en las conclusiones de su estudio Solé Boladeras (2014) .

En Zaragoza, la Exposición Universal también supuso un cierto empuje en la fotografía y las artes gráficas. Las imprentas y talleres fotográficos conscientes del escaparate comercial que suponía el evento se esmeraron en la producción gráfica realizando alardes técnicos en sus impresos. La exposición también supuso la consolidación del gusto modernista, si bien su implementación en los materiales gráficos quedó limitada a aspectos más superficiales como el uso de algunas tipografías o de adornos dibujados de manera puntual como indica Amparo

Martínez Herranz (1991). Imprenta Blasco también vio incrementado su volumen de trabajo con motivo de la exposición. Podemos ver en la documentación como fueron impresos los libros contables utilizados por las posadas para inscribir a sus clientes en los establecimientos. Posiblemente las imprentas de la ciudad se vieran desbordadas de trabajo, ya que estos trabajos para estos clientes se hicieron de manera puntual coincidiendo con dicho acontecimiento. Algunos de sus clientes habituales incrementaron la producción de material gráfico con motivo de la exposición, tal es el caso del horticultor Mariano Cambra. Este industrial, como veíamos anteriormente, tenía la costumbre de utilizar gran cantidad de imágenes ilustrando sus catálogos y listas de precios. Su establecimiento fue premiado en la Exposición Hispano-Francesa, hecho que aprovechó para ilustrar la portada del catálogo con la imagen de la medalla realizada por la casa Abduiza de Bilbao (García Guatas, 2013) en la que se reproducen los retratos de los monarcas Alfonso XIII y María Victoria de Battenberg. En el reverso de dicha medalla aparece una vista aérea de los edificios que componían el recinto de la exposición. La fotografía de la medalla es reproducida en el impreso mediante fotograbado (figura 9) siendo esta una de las primeras veces que Imprenta Blasco utiliza esta nueva técnica. La exhibición de este tipo de premios era un recurso publicitario muy habitual entonces, llegando en ocasiones a ser premios ficticios.

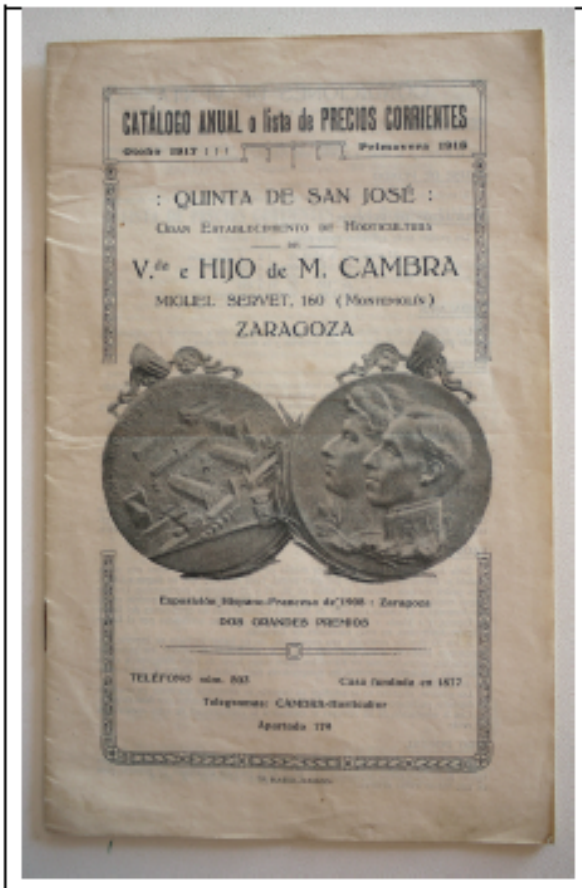


FIG. 9 Portada del catálogo anual de la *Quinta de San José*, ilustrado con medalla de la Exposición Hispano-Francesa reproducido mediante fotograbado. Colección privada.

FIG. 10.- Ilustración xilográfica perteneciente al catálogo anual. Conviven en dicho catálogo reproducción xilográficas y fotograbado. Colección privada.

En las páginas interiores observamos como este nuevo procedimiento convive con otros más antiguos, como el grabado tipográfico tradicional, siendo este documento un testimonio excepcional de esta paulatina transición entre los procedimientos tradicionales y los modernos. Durante un largo periodo de tiempo, todas estas técnicas convivirán en las imprentas.

La relación con el negocio de la Quinta de San José perdurará a lo largo de los años, conocemos el catálogo de 1917 y la lista de precios de 1933, también impresos por Tipografía Blasco con una estética idéntica a la utilizada a comienzos de siglo. Podemos observar así mismo, como en el catálogos de 1933 siguen apareciendo las ilustraciones a partir de los antiguos grabados, a pesar de que el fotograbado era ya un

método habitual de reproducción. Hemos localizado en el archivo una curiosa imagen promocional realizada en 1944 en la que aparece un sol dibujado mediante la disposición caprichosa de las tipografías. Este ejercicio de virtuosismo tipográfico fue realizado por Vicente Blasco Loriente, hermano de Mariano Blasco, en 1908, en el marco de la Exposición Hispano-Francesa que como vemos, supuso un escaparate para profesionales de todos los ámbitos. La imagen definitiva de 1944 puede ser considerada un objeto promocional, es un homenaje al trabajo de cajista y a un modo de hacer que en la década de los cuarenta comenzaba a ser considerado cosa del pasado. Podemos entender de igual modo, que en 1944 el pequeño impreso y el objeto promocional eran ya materiales con características propias, acorde con las necesidades de los nuevos tiempos.

Con motivo de la Conmemoración de los Sitios de Zaragoza en 1908 y continuando esa incipiente moda modernista, es impresa *Historia de los Sitios de Zaragoza,* un pequeño libro de 10 x 15cm (figuras 11). La portada está decorada con una orla curvilínea y elementos florales e impresa a dos tintas, la introducción del color es otra técnica recurrente en la nueva moda. Encontramos el adorno floral en el catálogo de Richard Gans de 1923 (figura 12). Tres años más tarde, en 1911 este mismo formato y materiales son utilizados para la realización de un calendario para *La Reina de las Tintas* (figuras 13 y 14), comercio dedicado a la fabricación y comercialización de tintas, proveedor de todas las imprentas zaragozanas. La orla curvilínea y los motivos florales que adornan la portada y contraportada remiten también a un carácter modernista.

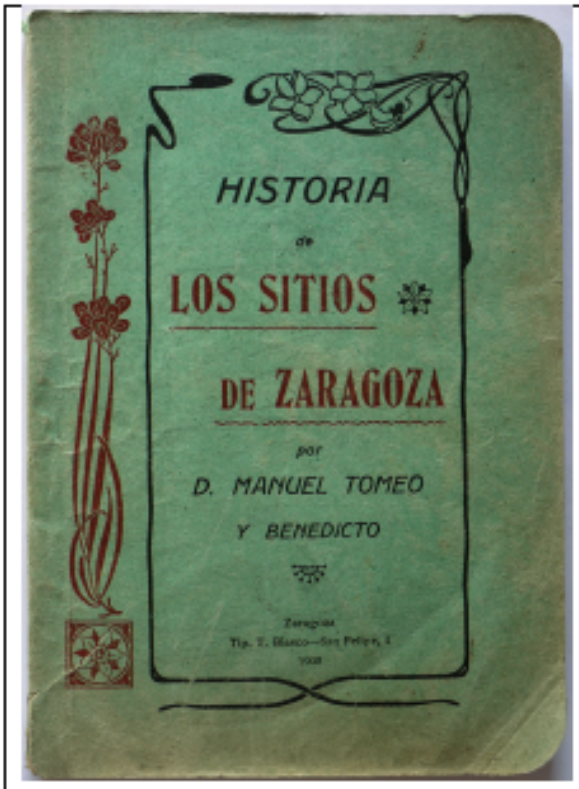


FIG. 11.- Portada modernista de *Historia de los Sitios de Zaragoza*. Colección Privada.

FIG. 12.- Ornamentación modernista Serie 34 "Ideal" del catálogo de Richard Gans, utilizada en la portada de *Historia de Los Sitios de Zaragoza*.

FIG. 13.- Portada del Calendario para *La Reina de las Tintas*. Colección Privada.

FIG. 14.-Contraportada del Calendario para *La Reina de las Tintas*. Colección Privada.

En 1910 Imprenta Blasco realiza la impresión de unos folletos

encargados por Mariano Lacambra quien fue un ensayista y político regeneracionista amigo de Joaquín Costa que participó en varios proyectos como la presa sobre el rio Vero en 1876. Luegoescribióalgunos libros con el fin de promocionar su mensaje regeneracionista. Podemos decir que inició una verdadera campaña publicitaria, mandando infinidad de cartas, organizando reuniones y enviando sus "folletos" a todos los estamentos de la sociedad española:

> *Mariano Lacambra editó una cantidad indeterminada de pequeños folletos, muchos de los cuales solo los conocemos por sus referencias y no ha sido posible localizarlos. (…) Es lo que él denomina, en una hoja de publicidad, "literatura práctica artesana".* (Cubero Guardiola, 2011).

Conocemos, siete de estos folletos ya que el mismo autor los incluyó en el tomo primero de su obra más importante *Proyectos y propagandas para la regeneración de España en el alto y bajo Aragón por los riegos ferrocarriles secundarios, explotación de minerales y cuanto convenga en bien común,* y que editó en Tomás Blasco en 1910. La edición del primer tomo resulta bastante curiosa. Los folletos no guardan relación entre ellos al margen de este carácter propagandístico sobre las ideas del autor. Tampoco mantienen una uniformidad en cuanto a la edición, no son una edición especial de los folletos los que componen el libro, sino los propios folletos encuadernados en un mismo tomo. Están editados en cuarto mayor, pero las diferencias de tamaños entre unos y otros son evidentes porque no han sido guillotinados. Sin embargo, y a pesar de esta edición un tanto descuidada, el tomo va encuadernado con materiales lujosos de calidad como tela con aplicaciones doradas, y guardas en papel estampado de gran calidad.

Nos encontramos por lo tanto, ante una verdadera campaña publicitaria ya que utiliza el folletos como medio óptimo para transmitir y promulgar sus ideas. Este carácter propagandístico es evidente y recurrente en todo el contenido de dichos folletos. Los ejemplos de ello son numerosos.

Mariano Lacambra pretende fundar una asociación que se llamará “El Progreso”, para la cual pide socios suscriptores mediante un boletín que se adjuntaba en el folleto primero, y que hoy no se conserva. Seguidamente se podían leer los estatutos de esa hipotética asociación. También se hace publicidad de una futura revista mensual que sería la voz de dicha asociación. El carácter quimérico de toda la obra de Lacambra resulta utópico y admirable.

El segundo folleto versa sobre los canales de riego de Barbastro y Sobrarbe. El cuarto y el quinto folleto son coplas y jotas de tema aragonés. El tomo seis y siete es un calendario barbastrense, con un sistema propio ideado por el autor y denominado “sistema Lacambra” y para el que el autor solicitó la propiedad intelectual y se encontraba a la espera de ser concedida, espera que se demoraría en el tiempo como así refleja en sus escritos. El innovador calendario introduce el sistema decimal, de manera que son diez los meses del año.

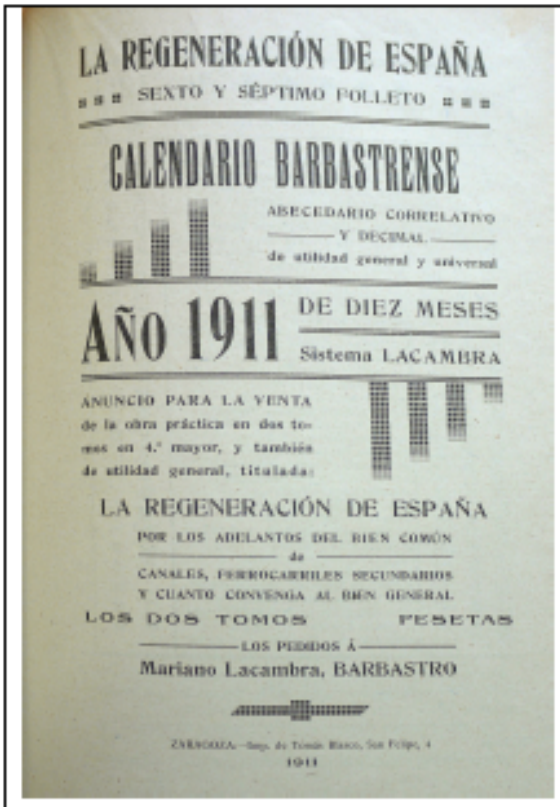


FIG. 15.- Portada del sexto y séptimo folleto de *Proyectos y Propagandas para la Regeneración de España*. 1911. BDPZ, 2409.

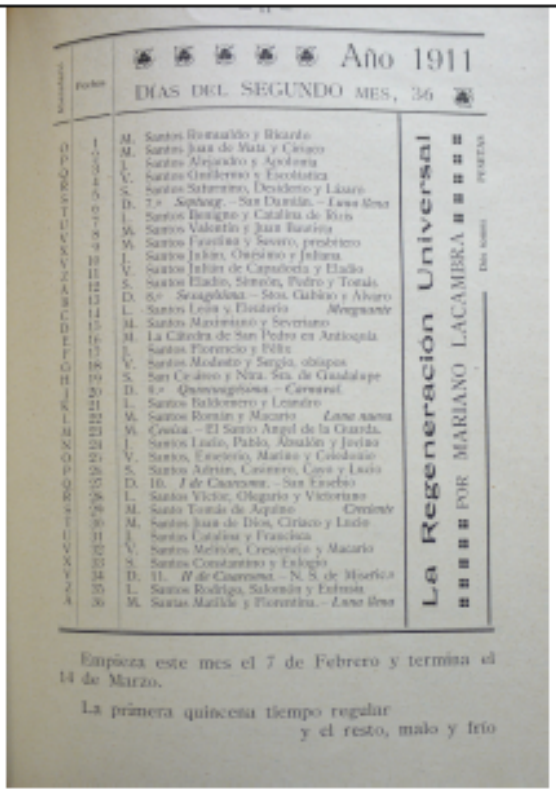


FIG. 16.- Calendario inventado por Mariano Lacambra para el segundo mes que comienza el 7 de Febrero y termina el 14 de Marzo. 1911. BDPZ, 2409.

El segundo tomo de la obra es una recopilación de textos de sus ideas regeneracionistas y curiosamente apareció antes que el primer tomo. El autor se excusa ante el desorden de la obra alegando que es imprimida en cuatro imprentas al mismo tiempo que son las de Tomás Blasco en Huesca y Zaragoza y las de Arturo Santamaría y Jesús Corrales en Barbastro. Mariano Lacambra utilizó la Exposición Hispano-Francesa como plataforma propagandística de su campaña en la que fue condecorado con medallas de cobre, plata y oro. De ello también dejó constancia en una postal promocional, la única que conocemos impresa en Tipografía Blasco, que fue enviada por correo por Mariano Lacambra. Está íntegramente realizada mediante tipografía, carece de imágenes, el anverso se ocupa para escribir el mensaje y el reverso se ocupa íntegramente para escribir la dirección de envío. Ambas partes anverso y reverso son papeles independientes que están encolados para dar más consistencia a la tarjeta postal. Esta postal está

circulada el 20 de Enero de 1911, fue enviada a Joaquín Costa deseando su pronta recuperación de un periodo de convalecencia, un mes antes de su fallecimiento. Esta tarjeta postal es la única que hemos conseguido localizar de todas aquellas impresas en Imprenta Blasco, gracias a pertenecer al archivo de tan ilustre personaje. Sabemos, sin embargo, por los apuntes contables, que Imprenta Blasco realizó gran cantidad de este tipo de impresos. En muchas ocasiones eran realizadas por encargos de algunos de sus colegas como Dionisio Casañal, también se realizaron gran cantidad de ellas para la viuda de Santos Andrés, e incluso para el taller fotográfico La Fotografía Austriaca, para el cual también realizaba otro tipo de impresiones.

Otra de las tipologías de documentos que Imprenta Blasco realizó profusamente fueron las publicaciones profesionales, realizadas en su mayoría durante la última década del s. XIX y primera del s. XX. Años estos que sociológicamente coinciden en Zaragoza con el nacimiento de lo que posteriormente se denominarán clases medias y que se trata de un grupo socioeconómico muy heterogéneo que comienza a unirse para defender sus intereses. Esta situación se enmarca dentro de un contexto en el que la situación política era muy inestable y los movimientos obreros comenzaban a ser muy activos y conflictivos hacia los poderes públicos y la sociedad en general en defensa de sus intereses. Este fenómeno es común a toda Europa y recibió el nombre de “corporativismo”, es definido como la pertenencia al grupo profesional para perseguir la defensa de sus especificidades e intereses. A este respecto se elaboraran estatutos, reglamentos, documentos que difundían sus intereses particulares, u otros como carnets de afiliación, boletines de inscripción, etc.

Y es que el primer tercio del siglo en Zaragoza, estuvo marcado por un “fuerte asociacionismo dentro del mundo burgués, como respuesta a los cambios económicos y sociales que afectaban a las actividades profesionales” (Bueno Madurga,

1993: 249), fenómeno que también se dio en el campo con la creación de asociaciones de labradores. Como podemos observar, el tratamiento gráfico que reciben estos documentos no contiene ningún rasgo especial que los diferencie como tipología. En las imágenes podemos apreciar, una evolución estilística que puede caracterizar el desarrollo del gusto en el tratamiento gráfico.

FIG. 17.- Portada del *Directorio Comercial* de Zaragoza. 1897. Imagen propiedad de BNE. VC-2589

FIG. 18.- Portada del Reglamento de la Asociación de Labradores. 1905. BPZ F184/17

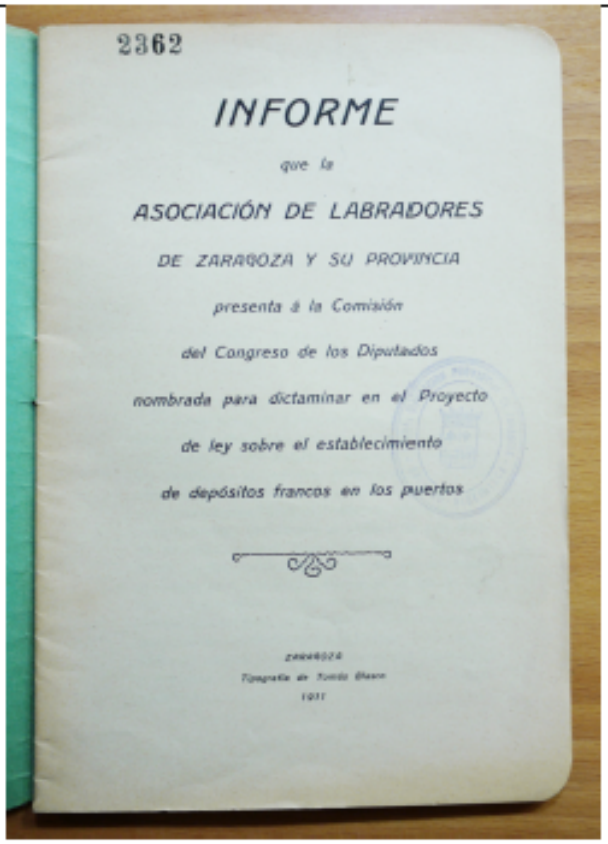


FIG. 19.- Primera página de un *Informe* realizado por la Asociación de Labradores. 1911.BDPZ L.775

FIG. 20- Portada de *Las Zonas Francas*. 1915. BPZ A-00545-8

El primer documento (figura 17) todavía está compuesto por una

amalgama de tipografías, costumbre heredada de las últimas décadas del s. XIX. Los elementos decorativos y las tipografías siguen perteneciendo a dicha tradición decimonónica de gusto neoclásico. Como rasgo de modernidad las tipografías comienzan a desplazarse del eje vertical y a formar un conjunto armonioso en cuanto a la distribución de los pesos visuales. El segundo documento (figura 18) incorpora elementos gráficos propios del modernismo como la orla, la fuente tipográfica y los ornamentos.En el tercer documento (figura 19) se incorporan innovaciones en la elección tipográfica, podemos ver de nuevo un ejemplo aplicado de la tipografía grotesca Venus. Finalmente, en el último documento (figura 20) perteneciente a 1915, se rompe con todas las inercias anteriores. Se opta por el uso de tipografías muy modernas, de tipo egipcio, muy rotundas y con mucho peso. Destaca la composición del subtítulo con el texto justificado creando una forma visual como es el cuadrado que atrae la atención por sí mismo.

De este modo podemos comprobar como los productos gráficos y publicitarios van evolucionando de manera muy ligada al nacimiento y devenir de las clases medias. En opinión de Bueno Madurga (1993) en Zaragoza este fenómeno parece producirse después del primer tercio del s. XX. La actividad económica propiciada por estas clases medias se verá bruscamente interrumpida por la guerra civil en nuestro país, de manera que la publicidad surgirá con fuerza cuando el país se vaya recuperando de la intensa destrucción del tejido social y económico que supuso la posguerra.

Entrada la década de los treinta, Imprenta Blasco imprimió para Falange la revista *Revolución* en 1934 y el *Fuero del Trabajo* en 1938. También durante esos años imprime materiales para el bando nacional como cartillas de racionamiento o materiales propagandísticos como una hoja suelta en la que se piden donativos y “cuantas alhajas de metal precioso tengas, por pequeñas que estas sean” para el bando nacional durante

los años de la contienda. La hoja suelta está ilustrada con una imagen de la Virgen del Pilar y una bandera de España, símbolos apropiados por parte del régimen para ilustrar sus intereses y apelar a los sentimientos de los habitantes.

En los archivos de Imprenta Blasco también encontramos cuatro folletos ilustrados con imágenes de Guillermo Pérez Bailo. La publicación era editada por la Junta Recaudatoria del bando nacional, contenía una canción patriótica y servían para recaudar dinero ya que se vendían a dos pesetas y media. Estaban impresas en Imprenta y Litografía El Molino y creemos que eran guardados como referente de una nueva estética que fue utilizada por la propaganda del bando nacional. El uso de la imagen fue aprovechado eficazmente por el bando franquista durante los años de la guerra y primeros años del nuevo régimen. Para ello se utilizaron folletos, panfletos, etc, con proclamas sencillas y directas que transmitían un mensaje claro destinadas a las zonas de retaguardia o a los frentes de combate. La imagen en forma de carteles también fue un importante transmisor de ideas relativas a la guerra, al orden, la disciplina… La producción de todo ello dependía del Servicio de Ediciones y Publicaciones perteneciente a la Delegación de Prensa y Propaganda (Pulpillo Leiva, 2014).Estos carteles fueron eficaces medios de difusión gracias a la utilización del color y la composición que junto con las proclamas y textos constituían un mensaje contundente.

La producción realizada por Imprenta Blasco en esta época es en muchas ocasiones de tipo religioso queparece ser la oportunidad de negocio viable que nuestra imprenta eligió para seguir manteniendo el volumen de trabajo. Imprenta Blasco había adquirido en 1928 la patente para la realización de unos calendarios de la Virgen Milagrosa. La marca fue registrada como “Virgen del Pilar” y consistía “en la cubierta de un taco para almanaque de pared cuyo frente ostenta la imagen de la Virgen del Pilar y los lados contienen las inscripciones “Almanaque de la Virgen del Pilar” y en la parte superior la

cifra “1928”. Estos calendarios serían comercializados con diferentes formatos y en cantidades variables. Así mismo se realizaba una intensa campaña publicitaria de los almanaques religiosos publicando anuncios en prensa y editando hojas sueltas que difundían los formatos de venta y las tarifas (figura 22).

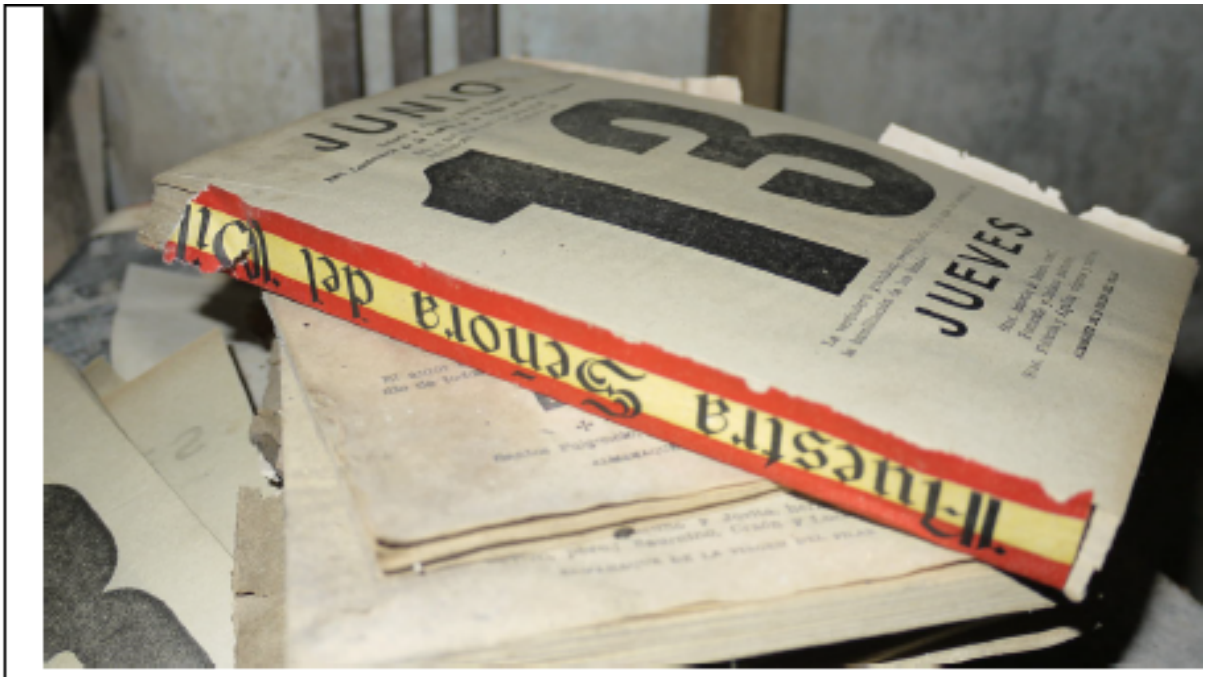


FIG. 21.- Calendario patentado "Nuestra Señora del Pilar".

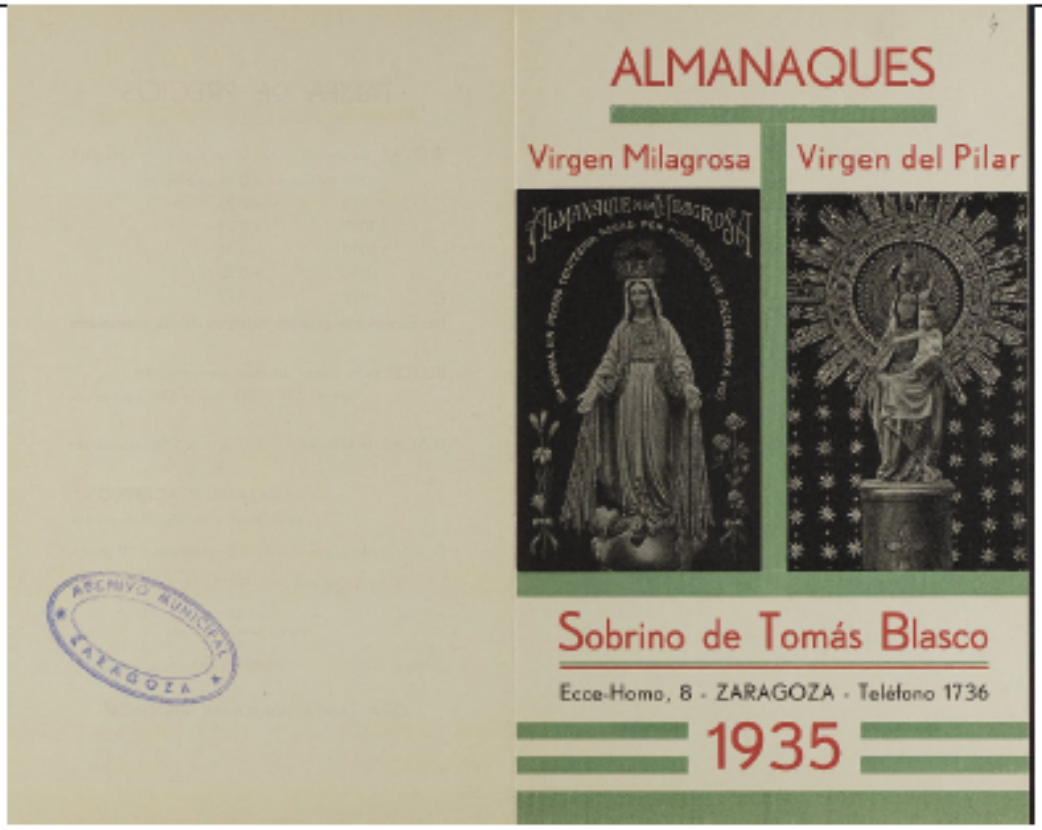


FIG. 22.- Hoja suelta que promociona la Imprenta Blasco y los calendarios religiosos de 1935.

La década de los cuarenta estuvo marcada como por una situación compleja en la que todo aquello que se imprimía era

sometido a una fuerte censura además de prevalecer una situación de gran escasez de materiales. A mediados de esa década, cuando el tejido industrial español comienza a recomponerse, Imprenta Blasco comienza a realizar más trabajos de publicidad. En estos trabajos se publicitan empresas pequeñas o medianas o grupos empresariales como Helios, etc. El volumen de trabajo de tipo publicitario seguirá creciendo en las décadas posteriores.

En la documentación consultada en AMZ, este tipo de trabajos comienza a ser archivado y guardado de manera sistemática. Se conserva una muestra del trabajo realizado junto con apuntes sobre las características técnicas de la impresión, número de ejemplares, presupuesto y, en algunas ocasiones, apuntes personales que arrojan opiniones espontáneas de los trabajadores. La publicidad es entonces un vehículo fundamental para generar actividad económica y los productos publicitarios se adaptan a todo tipo de negocios, desde los más especializados (figura 23) a aquellos más humildes (figura 24).

FIG. 23.- Anverso de publicidad para empresa Saima en un evento celebrado en la Feria de Muestras del año 1944. La apelación a lo "Nacional" era común en los documentos que circulaban entre la población. AMZ. 3-8-30281.

FIG. 24.- Mucha de la publicidad realizada es muy modesta, en formato octavo e impresa en papeles de mala calidad y diferentes colores. AMZ. 3-8-30281.

Otros trabajos publicitarios son muy complejos, como el que se muestra en las figuras 25 y 26, realizado para la marca Norcani en 1969, es un catálogo de faros para tractores en

formato de folleto desplegable. Está impreso en offset por las dos caras, la dificultad radica en que las divisiones que realiza el plegado en el papel deben coincidir en la cara anterior y posterior. La complejidad que supuso la realización de este trabajo se refleja en las notas personales escritas en las notas del impresor.

FIG. 25.-Anverso de publicidad para faros Norcani, folleto desplegable de gran complejidad técnica. AMZ. 3-8-30280.

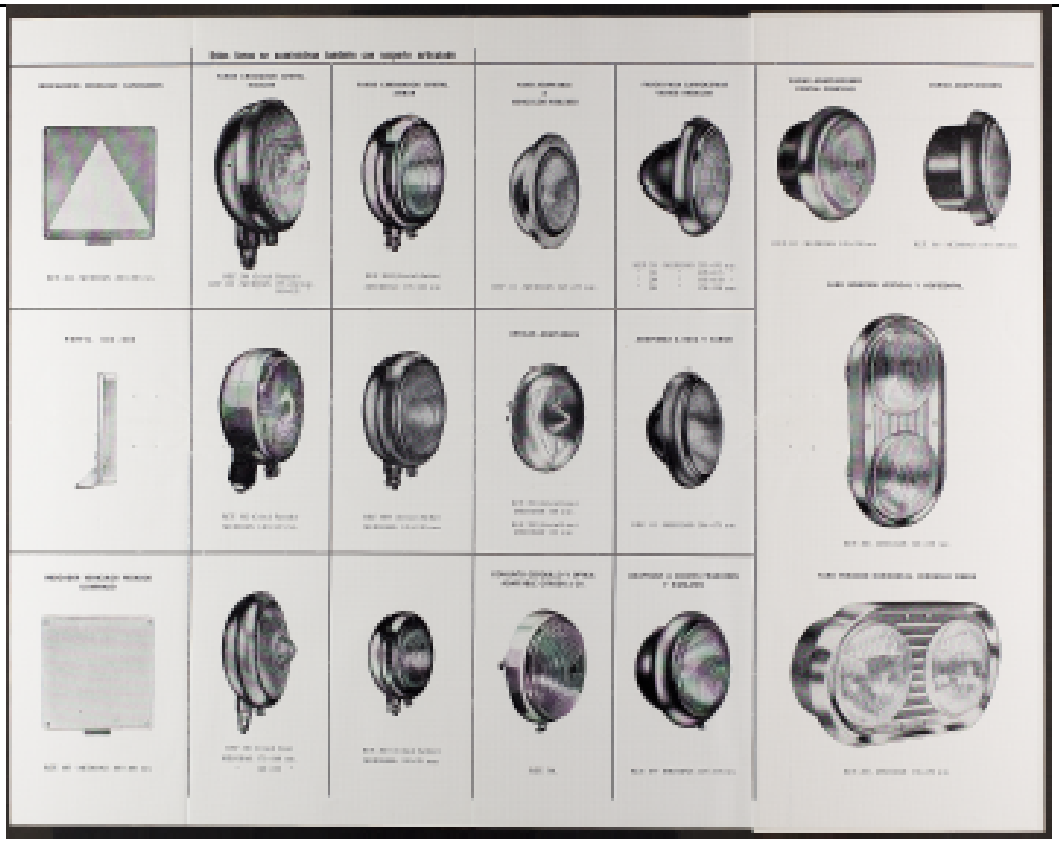


FIG. 26.- Reverso de publicidad para Norcani realizado en cartulina y papel. AMZ. 3-8-30280.

El offset irrumpirá con fuerza en los métodos impresores. Una de los primeros ejemplos que encontramos en los que se utiliza esta técnica es la publicidad de Bloques Minerales, de la que se realizó una tirada de 2000 ejemplares y tamaño en cuarto. En la confección de esta octavilla, el procedimiento offset que se lleva a cabo denota que la técnica no había alcanzado las cotas de perfección que alcanzaría posteriormente. Los textos se componían según los medios tradicionales que luego se imprimían sobre papel celofán. A continuación los textos y las imágenes se componían sobre el *astralón,* que era una plancha de material plástico muy estable, para posteriormente realizar la impresión en la plancha de metal mediante complejos procedimientos fotoquímicos derivados del fotograbado.La sencilla composición de la imagen y el texto entre las que no se produce ninguna interacción y el gran tamaño del punto que forma la imagen caracterizan los estadios iniciales del nuevo método. En otro documento, que pertenece a 1977, vemos como la imagen ya no ocupa la totalidad de soporte, sino que la figura principal está silueteada para eliminar el fondo fotográfico original. Gracias a la documentación guardada, podemos observar los tres estadios necesarios en la preparación de la imagen. En primer lugar tenemos la fotografía original con el silueteado realizado mediante pintura blanca que era el método necesario para extraer la imagen sin el fondo. A continuación se realiza el cliché fotográfico en el que la imagen ya aparece tramada y desprovista del fondo. Finalmente se realiza la composición y compaginación con los textos.

El diseño de identidad corporativa estaba entonces todavía en mantillas: conceptos como el respeto por las imágenes, tipografías y colores que forman una marca fueron aplicándose poco a poco en los documentos de la época con mayor o menor acierto. Buena prueba es la propia imagen de marca de Imprenta Blasco, a través de la cual podemos observar como esta cuestión comenzaba a ser tenida en cuenta, aunque nunca llegó a desarrollarse de manera completa. En las imágenes inferiores

vemos portadas de libros de cuentas correspondientes a las décadas de los cuarenta, sesenta y ochenta en los que las tipografías e imágenes que acompañan y representan a la marca van variando. En ejemplos de los años sesenta (figuras 28 y 29) vemos como la imagen de marca se representa mediante la tipografía Gótico Cervantes del catálogo de Richard Gans y que se repite en diferentes documentos. A pesar de que su aplicación en cuanto a pesos, tamaños y colores no fuese rigurosa, podría considerarse una imagen de marca primitiva. En la década de los ochenta (figuras 30 y 31) perteneciente a la década de los ochenta, vemos el primer logotipo que identifica a la empresa que está formado por las iniciales colocadas sobre una semicircunferencia y enmarcado en un cuadrado. El logotipo va acompañado de un grabado que representa un taller impresor antiguo. La tarjeta de visita de la imprenta utiliza este mismo grabado y la misma tipografía de palo seco.

FIG. 28.- Etiqueta de Imprenta Blasco en los años 60. La imagen de marca se define mediante el uso de una tipografía y el color rojo en las iniciales. AMZ. 3-8-30365.

FIG. 29.- Factura emitida en los años 60 que Colección Privada

FIG. 30.- Imagen pertenciente años ochenta en los que vemos el primer logotipo que identifica a Imprenta Blasco. AMZ. 3-8-30365.

FIG. 31.- Tarjeta de visita en la que se utiliza la misma imagen y la misma tipografía creando imagen de marca.

La realización de papelería corporativa que incorpora elementos de marcas primitivas, como la repetición de tipografías o de otros elementos, es un claro ejemplo de que el concepto de marca comenzaba a ser valorado como estrategia de comunicación e imagen por las empresas y negocios. Encontramos varios ejemplos de ello en la producción de Imprenta Blasco aunque desconocemos los autores de estas marcas y su proceso de elaboración.

Algunas marcas como Tuga recurrían a la labor de un dibujante para ilustrar su marca, otros prescindían del dibujo, como el logotipo de Laboratorios Quimicamp, y realizan su logotipo exclusivamente mediante elementos tipográficos. La imagen de

marca de camisería Reblet (figura 33) utiliza como imagen principal un dibujo realista de gran calidad inspirado en las imágenes de cartelería cinematográfica tradicional. El nombre de la marca utiliza una tipografía caligrafiada. Desconocemos el autor de la ilustración, sin embargo podemos adivinar su gran calidad y profesionalidad. La factura impresa reúne los elementos principales de la marca y los reproduce de manera sencilla y elegante.

FIG. 32.- Factura para camiserías Reblet. Impreso a dos tintas. AMZ. 3-8-30281.

FIG. 33.- "Visitando Moda XX ZGZ en sus últimos días!", 26/10/2016, http://www.pilarbear.com/2016/10/visitando-moda-xx-zgz-en-sus-ultimos-dias/ [Última consulta, 04/09/2017]

Otro tipo de impreso característico de la época fue la impresión de pésames, recordatorios o celebraciones religiosas. Algunos de ellos eran impresos utilizando materiales de alta calidad así como en las técnicas impresoras como gofrados, cartulinas impresas mediante timbrados, tintas doradas, plegados y hendidos, etc. Uno de los más ricamente elaborados es un documento plegable preparado para ser remitido por correo impreso en una cartulina de alto gramaje y decorada con relieves.

Imprenta Blasco realizó trabajos de cartelería durante gran parte de su trayectoria. Para ello había adquirido una máquina específica de la marca “Delance e hijos” de finales del s. XIX. Conocemos acerca de los carteles que se imprimieron por las anotaciones en los libros de pedidos, ya que lamentablemente muy pocos se han conservado hasta la actualidad. Esto puede estar motivado por la dificultad para su almacenamiento debido a su tamaño o por la escasa importancia que recibían este tipo de documentos en la época. Algunos de estos primeros apuntes que se remontan a 1900, nos indican que Imprenta Blasco realizaba carteles para el café Ambos Mundos, para la Moda Elegante en tamaño 35 x 62 cm o para Confecciones Casa Polo en tamaño 50 x 70, el cual era un tamaño bastante grande para las prensas de la época. La impresión de carteles fue constante durante toda la larga trayectoria de la imprenta. En la década de los cuarenta se realizaban carteles relacionados con el mundo del espectáculo, como carteles taurinos, espectáculos humorísticos, etc. Ninguno de ellos se ha conservado hasta la actualidad.

Desde el punto de vista técnico, a finales del s. XIX, la impresión de carteles más sencilla era la tipográfica, los tipos podían ser metálicos o de madera. Algunos fabricantes de tipos fabricaban hasta un cuerpo de 60 puntos. Para la reproducción de imágenes se podía utilizar los sistemas de litografía o cromolitografía y también el huecograbado. Posteriormente a partir de los años sesenta el método más utilizado fue el offset, medio empleado en los carteles que hemos podido consultar. Los carteles realizados por Imprenta Blasco fueron compuestos siempre únicamente con tipografía. Eran carteles muy sencillos en los que solo se utilizaba una tipografía y una tinta. Otros tenían un trabajo un poco más elaborado en cuanto a la composición tipográfica, pero raramente contenían grabados o ilustraciones. Los carteles que hemos podido consultar pertenecen precisamente a los años setenta, son siete ejemplares que se encuentran almacenados en BNE en su sede de Alcalá de Henares y alrededor de veinte de

la misma época que se conservan el IBA.

El sector del ocio y los espectáculos ha sido un gran demandante de productos gráficos desde mediados del s. XIX de manera que su estudio nos proporciona una trayectoria acertada sobre la evolución de las técnicas de reproducción. Ejemplo de ello son los carteles de festejos taurinos, los carteles, programas y anuncios de teatro, invitaciones a exposiciones, el cartel de cine, los festejos de ferias populares, los menús y cartas de restaurantes, etc. Imprenta Blasco realizó gran cantidad de estos impresos, como muestra podemos ver la entrada para circo reproducida mediante cuatricomía (figura 34).

FIG. 34.- Entradas de circo reproducidas mediante cuatricomía. AMZ. 3-8-30281.

La producción de Imprenta Blasco a lo largo de su extensa trayectoria está estrechamente ligada a la impresión de materiales menores, tradicionalmente considerados de escasa importancia. Su estudio nos aporta un relato vinculado al pulso cotidiano de la ciudad y a su historia más genuina. Esperamos con este estudio contribuir a su difusión y puesta en valor como parte fundamental del patrimonio industrial y artístico.