

CEMENTOS COSMOS S.A.

MADRID

AVENIDA C. DE PEÑALVER 11



La metrópoli soñada

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta



El final de los años veinte estuvo marcado en la arquitectura de los Estados Unidos por la proliferación de rascacielos, aquellas gigantescas construcciones surgidas en las últimas décadas del siglo XIX en la ciudad de Chicago como consecuencia del empleo de nuevos procedimientos constructivos –fundamentalmente el esqueleto o armazón de acero- y el desarrollo del ascensor eléctrico.

Arquitectos como William Le Baron Jenney o Louis Sullivan proyectaron y construyeron en Chicago los primeros rascacielos que alcanzarían algunas décadas después su formulación más mediática en Nueva York con los rascacielos decó, que incorporaron a su estructura ornamentos inspirados en la Exposición de París de 1925. Y es que hablar de rascacielos en América durante aquellos años equivale a hacerlo de los edificios levantados en la isla de Manhattan. Allí la escasez de suelo edificable determinó el altísimo coste de los solares y, en consecuencia, el crecimiento vertical de los edificios.

De este modo los arquitectos se lanzaron a construir edificios cada vez más altos y en periodos de tiempo cada vez más cortos, lo que se vio posibilitado por los avances en los sistemas de construcción, el empleo de elementos estandarizados y una eficiente organización del trabajo. Todo ello derivó en una auténtica “carrera” por construir el rascacielos más alto en la que entraron en liza no sólo los intereses de algunas empresas por proyectar una potente imagen de marca, sino también la competitividad entre los arquitectos que los proyectaron. El caso más célebre fue el pulso mantenido entre William Van Allen y Craig Severance, antiguos socios y arquitectos del edificio Chrysler y del Banco de Manhattan respectivamente, que se resolvió en medio de una gran expectación con el triunfo final del primero gracias a la argucia de ocultar hasta el último momento en el interior del edificio su aguja de remate de más de 50 m de altura

Emblemas de los nuevos tiempos, la sociedad americana seguía con enorme interés la evolución de estas imponentes estructuras de hormigón y acero que llegaron a crecer a razón de varios pisos por semana. El cine y la fotografía dejaron elocuentes testimonios de esta imparable fiebre constructora que ni tan siquiera el crack del 29 logró detener, llegándose a erigir en plena crisis uno de sus más emblemáticos complejos: el Rockefeller Center. Algunos fotógrafos, como Lewis Hine, mitificaron a los obreros del Empire State suspendidos a centenas de metros de altura sobre grúas o vigas como funambulistas de la era del maquinismo.

Las revistas de arquitectura e ingeniería del Viejo Continente siguieron muy de cerca estas proezas constructivas, y, entre ellas, las españolas. Publicaciones como Obras, Ingeniería y Construcción, Arquitectura, A. C. o La Construcción Moderna, dieron cabida en sus páginas al intenso debate surgido en torno a esta nueva tipología constructiva, a la vez que informaban periódicamente de la evolución de las obras y de la terminación de los rascacielos más emblemáticos, como el American Telephone, la Torre del Ritz o los edificios Chanin, Chrysler y Empire State .

La metrópoli soñada

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta

1. Un icono mediático: el rascacielos americano

altura fue una constante durante esos años, en Europa estas propuestas -en su mayor parte de un enorme poder creativo- no pasaron del tablero de dibujo de los arquitectos.

En lo concerniente a nuestro país, apenas se construyó un edificio de estas características: la sede de la Telefónica en Madrid (1927). Fue proyectada por el arquitecto Ignacio de Cárdenas en colaboración con el norteamericano Louis L. Week, tras viajar a Nueva York para conocer los nuevos sistemas constructivos a partir de estructuras metálicas revestidas de losas de hormigón armado . Con sus 89 m fue durante muchos años el edificio más alto de Europa, una elevación muy modesta -casi irrisoria- si se compara con los 443 m del Empire State o los 318 del Chrysler.

Pero, más allá del caso de Cárdenas, fueron muy pocos los arquitectos españoles que viajaron a Estados Unidos para estudiar estas construcciones. Entre ellos, los arquitectos-pintores Roberto Fernández Balbuena (1921) y Joaquín Vaquero Palacios (1928 y 1930). El primero publicó a su vuelta en la revista Arquitectura un conjunto de notas e impresiones sobre los rascacielos, ilustradas con sus propios dibujos . Por su parte, el asturiano Joaquín Vaquero pintó y dibujó paisajes urbanos de Nueva York, llevando a cabo durante su segunda estancia en la gran ciudad (1930) la ilustración del libro New York del escritor y diplomático francés Paul Morand con 14 dibujos a tinta china y pincel . En esta ocasión acudió acompañado del arquitecto Luis Moya Blanco, que realizó también un conjunto admirable de dibujos de los rascacielos de Manhattan . Pero estos casos resultaron excepcionales entre los arquitectos españoles, mucho más aficionados a viajar por Europa para conocer la nueva arquitectura racionalista que a cruzar el Atlántico para asomarse a la gran metrópoli americana y admirar sus imponentes rascacielos decó.

En ellas daban cuenta en un tono épico de los datos técnicos de cada uno de ellos, como eran el número de pisos y la altura alcanzada, las toneladas de acero y los millones de ladrillos empleados, la potencia eléctrica necesaria para su funcionamiento, el tiempo récord de su construcción o el presupuesto total del edificio .

Todas estas circunstancias convirtieron al rascacielos americano en paradigma de modernidad y de perfección tecnológica y, en consecuencia, en una imagen muy sugerente para la promoción de cualquier producto, y más si tenía que ver con la edificación. De esta forma, este icono de la era moderna asomó por las páginas de las revistas técnicas españolas para configurar un skyline imaginario vinculado a la publicidad no sólo de ladrillos, cementos o ventanas metálicas, sino también de instalaciones eléctricas, ascensores, herrajes, cerraduras, y hasta de máquinas de escribir y enciclopedias .

La ausencia casi total de este tipo de edificaciones en España obligó a nuestros dibujantes a dirigir su mirada hacia los rascacielos americanos en busca de modelos. Y es que si en Estados Unidos la construcción de edificios en



dibujo de Vaquero

Si, como venimos señalando, los viajes a Nueva York resultaron excepcionales entre nuestros arquitectos, otro tanto cabría decir con respecto a los dibujantes publicitarios. Esta circunstancia les obligó a inspirarse en modelos visuales como el cine, la fotografía o el dibujo a la hora de idear sus imágenes comerciales, bien sea para atenerse al documento mismo o para dejar volar su imaginación.

Fue el cine el que contribuyó de forma decisiva a enraizar el rascacielos en el imaginario colectivo. Si algunas películas como *Manhatta* (1921), de los fotógrafos norteamericanos Paul Strand y Charles Sheeler, o *Metrópolis* (1927) del alemán Fritz Lang, mostraban rascacielos reales o inventados, fue sin lugar a dudas *King Kong* (1933) la película que popularizó y mitificó los rascacielos de Manhattan.

La secuencia del enorme gorila agarrado a la torre de amarre para dirigibles del Empire State tratando de deshacerse a manotazos de los aviones que le acosaban, constituye una de las más recordadas en la historia del cine.

Desde su estreno el 20 de noviembre de 1933 en el cine Tívoli de Barcelona constituyó un éxito de taquilla sin precedentes, lo que se vio favorecido por una intensa campaña de promoción.

Más allá de estas imágenes fílmicas de mayor o menor difusión y calado, las revistas técnicas españolas reprodujeron en sus páginas las fotografías de los rascacielos de Nueva York de los grandes fotógrafos del

La metrópoli soñada

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta

2. Las fuentes de inspiración: el cine, la fotografía y el dibujo

momento, como Charles Sheeler. Sus fotografías de los últimos rascacielos, tomadas desde perspectivas y puntos de vista inverosímiles, contribuyeron a alimentar la imaginación de los dibujantes publicitarios españoles, en su mayoría anónimos, que recurrieron a ellos como símbolo promocional de los diferentes productos anunciados.

Además de estas fotografías, algunas revistas reprodujeron los dibujos de rascacielos -reales o imaginarios- del arquitecto y dibujante norteamericano Hugh Ferriss. Ferriss había renunciado al ejercicio de su profesión de arquitecto para realizar dibujos para los arquitectos más relevantes del momento y adaptar sus proyectos a las ordenanzas municipales de Nueva York de 1916. Estas obligaban al retranqueo de los edificios a partir de una altura determinada y de acuerdo a unas especificaciones muy precisas, derivadas fundamentalmente de la anchura de la calle.

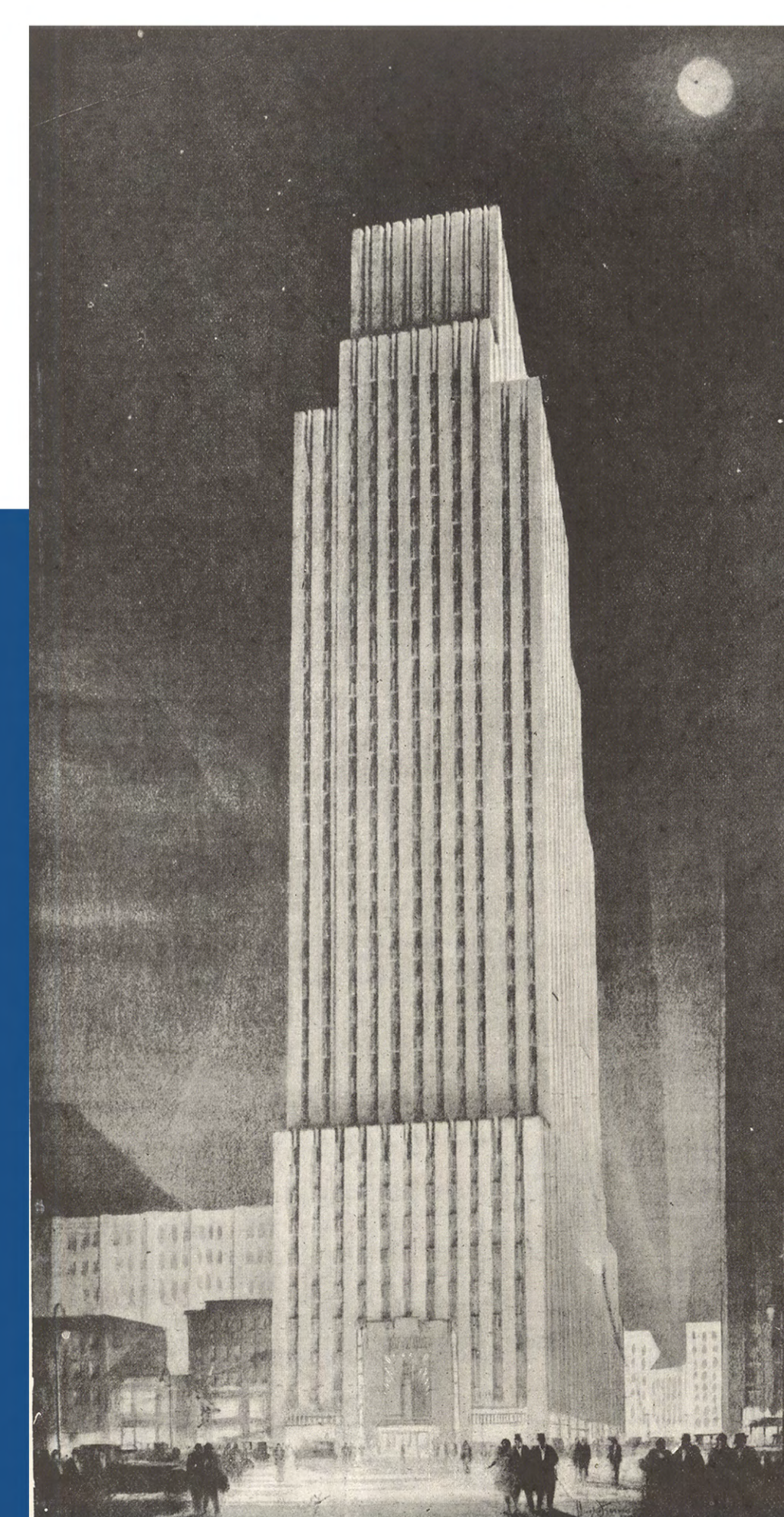
De este modo se garantizaba la entrada de luz y aire a las calles y avenidas, evitando su conversión en “oscuros cañones”, por emplear una expresión

muy extendida en la época. Ello originó el característico perfil escalonado de los rascacielos déco neoyorquinos, de inevitable asociación con la pirámide maya y el zigurat mesopotámico.

En plena edad de oro de la literatura sobre los rascacielos, resultaron frecuentes las comparaciones que identificaban la isla de Manhattan con una nueva Babilonia dominada por estos modernos zigurats, cuyas terrazas en disminución transformaba Ferriss en jardines colgantes, piscinas y campos de golf aéreos.



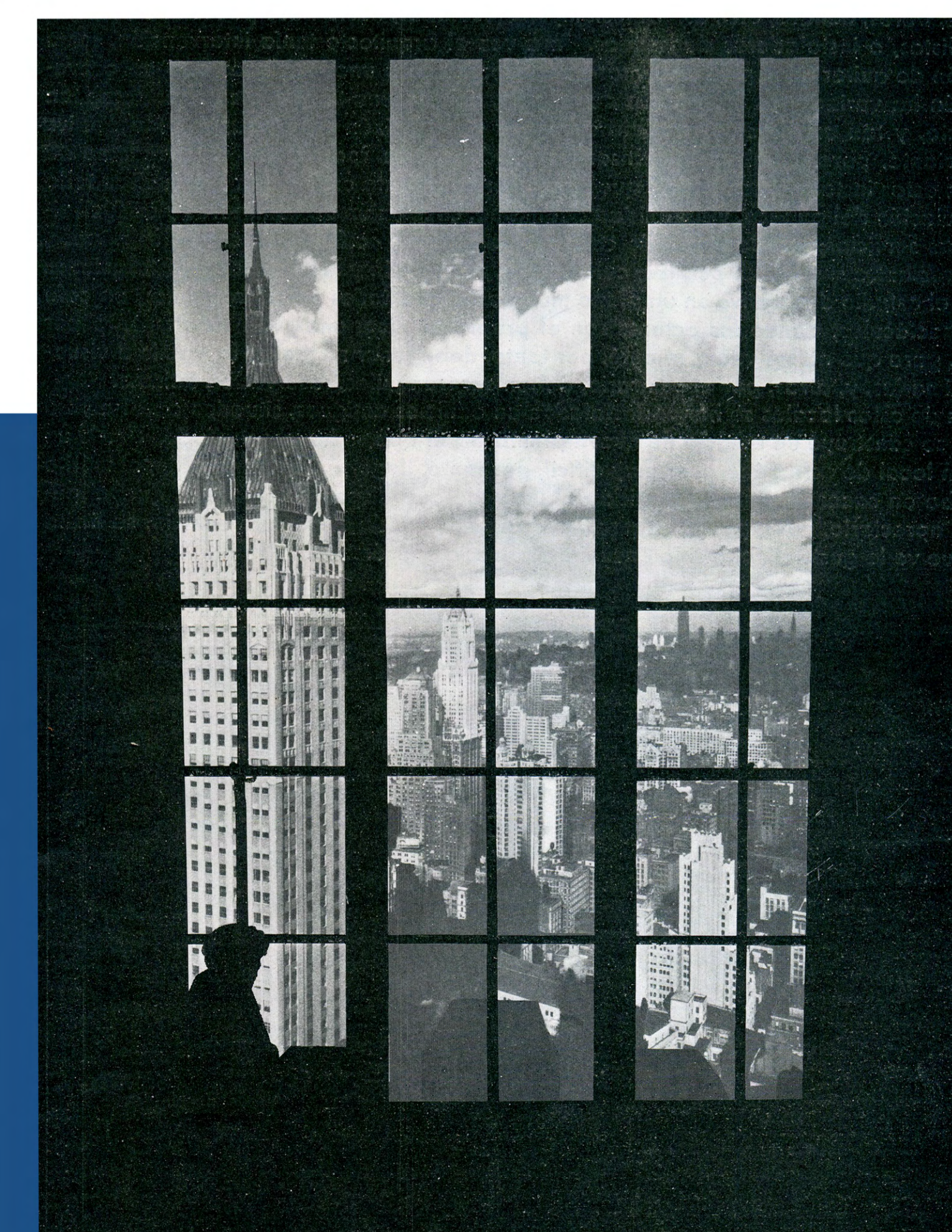
Torre del Ritz, fot. Sheeler



Edificio del Daily News, de Howells y Hood



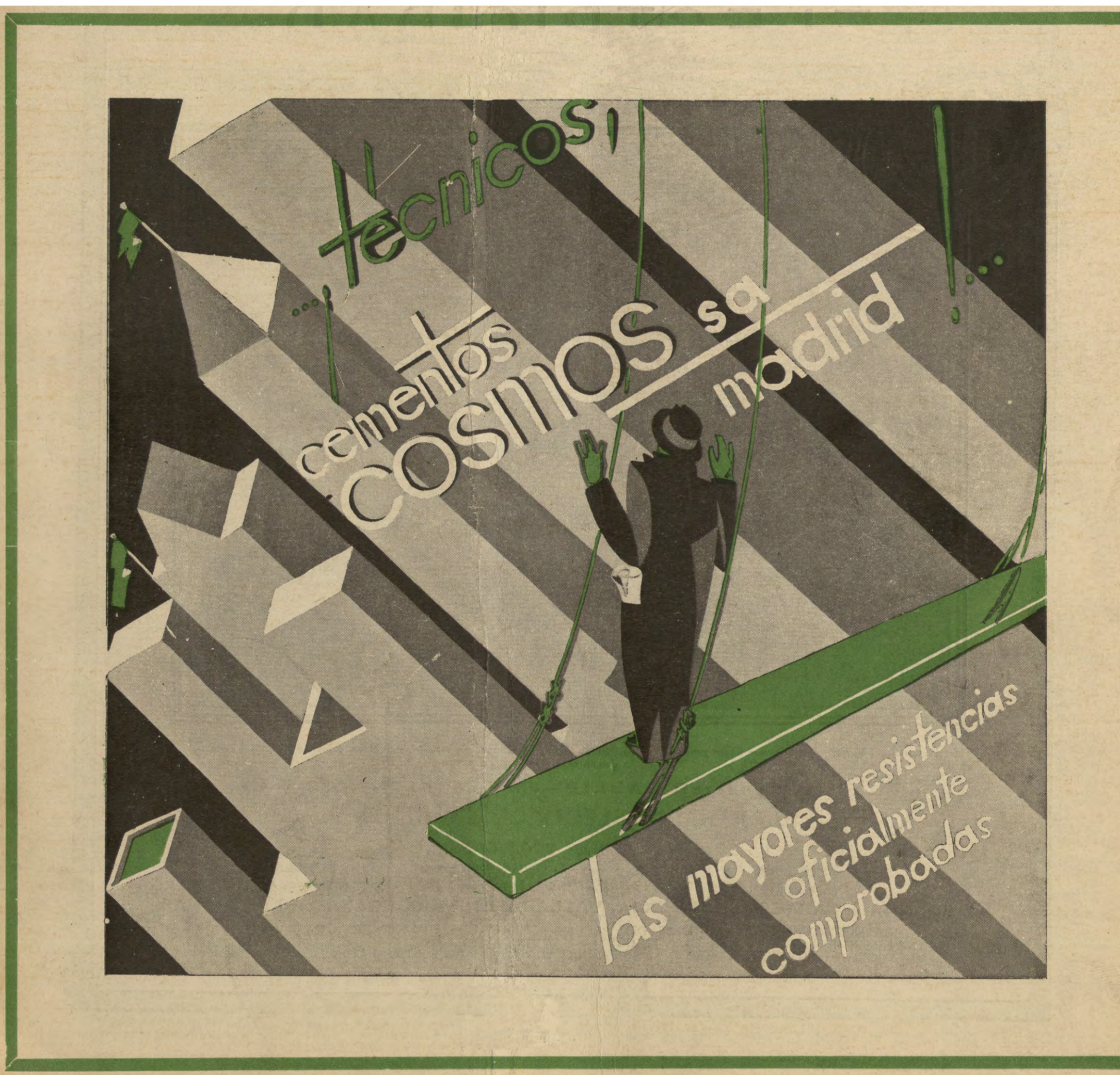
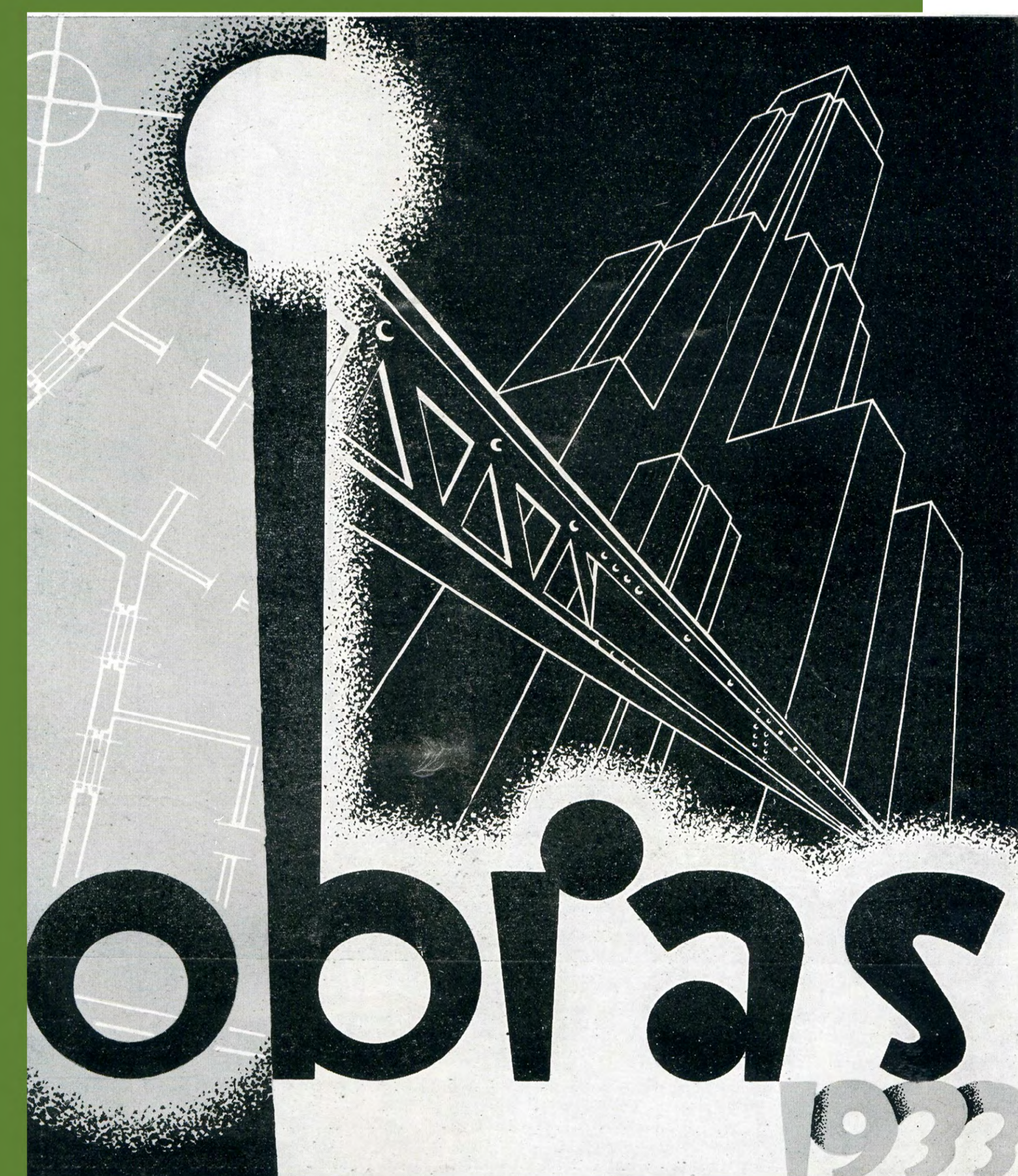
fot. Sheeler



Nueva York, vistas desde un Rascacielos



fotograma de la película King-Kong



Frente al rascacielos prismático de Chicago, Pittisburgh y de otras importantes ciudades norteamericanas, fue el denominado set-back o rascacielos retranqueado neoyorquino el que sirvió de modelo para la publicidad española. Una tipología que, por su perfil tan característico, comparaba el escritor Paul Morand con “escaleras sin barandilla” .

La revista Ingeniería y Construcción, que llevó la publicidad a su cubierta, reprodujo con regularidad en ella ilustraciones a dos tintas –verde y negro- de viaductos, puentes, puertos y rascacielos para anunciar la cementera Cosmos, establecida desde 1924 en localidad berciana de Toral de los Vados. Aunque casi ninguno de ellos esté firmado , se trata con seguridad de anuncios realizados por el pintor y escritor portugués José de Almada Negreiros, residente en Madrid entre 1927 y 1932 y cultivador de un estilo muy personal de raíces cubistas, futuristas y constructivistas.

Nos interesa traer a colación aquí especialmente uno de ellos, por evocar la planta de producción leonesa a través una serie de chimeneas humeantes cuya estela alcanza a un rascacielos escalonado neoyorquino, buscando esa mítica asociación .

Por su parte, la revista Obras, editada por la constructora AGROMÁN, recurrió en más de una ocasión a la imagen del rascacielos para anunciar sus inyecciones automáticas de cemento para la reparación de grietas en los edificios. Uno de estos anuncios muestra en primer término el fragmento de uno de estos colosos. Su perspectiva extrema –similar a un contrapicado fotográfico- unido a las agujas que lo atraviesan a modo de líneas de fuerza y a los extraños reflejos de un cielo que cabe intuir nocturno, terminan por conferirle un aire futurista .

Esta metáfora del rascacielos afloró también en el concurso de portadas convocado por esta misma revista en 1932. Su propósito no era otro que renovar la cubierta, un tanto anodina y repetida con escasas variaciones desde la aparición de su primer número dos años antes. Las bases del concurso establecían que no podría utilizarse para los dibujos sino un único color –además del negro- y contemplaban la posibilidad de recurrir a la fotografía como medio auxiliar .

A la convocatoria concurren un total de 53 propuestas, algunas de notable interés por su lenguaje vanguardista. Una de ellas –firmada por Félix Ortega Valenzuela- mostraba una audaz composición en la que se conjugaban a la manera de un collage un fragmento de la planta de un edificio, una moderna tipografía y la violenta perspectiva de un set-back evocado a través de un escueto trazo lineal contrastando sobre un fondo negro . Otro de los diseños –el de los hermanos Fabre- mostraba unos rascacielos vistos a través de una ventana siguiendo modelos fotográficos americanos reproducidos en algunas revistas técnicas españolas, y por consiguiente, conocidas por nuestros ilustradores.

La metrópoli soñada

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta

3. La preeminencia del set-back neoyorquino en la publicidad española

En primer término, sobre el alféizar de la ventana y perfilándose contra el skyline del fondo, apoyaba un cactus, planta muy característica del art decó que se puso de moda en nuestro país desde finales de la década de los veinte. Siguiendo las bases de la convocatoria, la propuesta se completaba con la indicación del título de la revista, el número, el mes y el año, recurriendo para ello a una tipografía de palo seco, reflejo del diseño gráfico vanguardista de la época marcado por la geometrización del cubismo y sus derivados.

Pero volviendo sobre la imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas, cabría señalar que estos edificios, con sus fachadas repitiendo interminables hileras de ventanas, ofrecían una imagen muy sugerente para la promoción de carpinterías metálicas, tan características de la nueva arquitectura. Un anuncio de la firma Eclipse, reproducido a plana entera en la revista A. C., órgano del GATEPAC resulta uno de los más elocuentes en este sentido.

Estimulados por esas imágenes comerciales de gran potencial persuasivo, surgieron otras muchas de mayor o menor interés plástico. Un anuncio del

dibujante Benito Barrachina para calefacciones, saneamientos y ascensores de la casa asturiana R. Nuño abunda en esta iconografía del rascacielos. En él recurre a la repetición de su imagen con un ordenamiento radial unos bloques de viviendas de la villa industrial vasca transfigurados -sorprendentemente- en auténticos set-backs neoyorquinos, con sus retranqueos tan peculiares.

Volviendo sobre las cubiertas de la revista Ingeniería y Construcción cabría reseñar, por último, un anuncio de belleza sublime debido al escritor y pintor Almada Negreiros. Muestra desde un punto de vista alto una figura humana de espaldas encaramada sobre una especie de andamio-columpio contemplando los bloques geométricos de algunos rascacielos semejantes a cristales. Lo interesante de esta imagen es que parece revelar el conocimiento de los dibujos del célebre arquitecto y dibujante norteamericano Hugh Ferriss. Cabría conjeturar que el conocimiento de estos fascinantes dibujos le vino a través de la estrecha relación de amistad que mantuvo Almada durante sus años madrileños con los arquitectos de la generación del 25, con algunos de los cuales –como Rafael Bergamín o Luis Gutiérrez Soto- llegó incluso a colaborar integrando obras suyas en sus edificios.

Podríamos finalizar señalando que la imagen del rascacielos constituyó un motivo recurrente en la publicidad de las revistas técnicas españolas de los años treinta. Ello vendría a confirmar la idea de que constituyó una publicidad culta y en sintonía con la vanguardia, como correspondía, por otra parte, al perfil socio-cultural de sus principales destinatarios: arquitectos e ingenieros.



El final de los años veinte estuvo marcado en la arquitectura de los Estados Unidos por la proliferación de rascacielos, nuevas formas constructivas surgidas en los últimos decenios del siglo XIX en la ciudad de Chicago como consecuencia del empleo de nuevos procedimientos constructivos. Fundamentalmente el esqueleto a armazón de acero y el desarrollo del ascensor eléctrico.

Arquitectos como William Le Baron Jenney o Louis Sullivan promovieron en Chicago los primeros rascacielos que alcanzaron algunas décadas después su máxima madurez en Nueva York con los rascacielos de acero que incorporaron a su estructura armazón metálico en la Exposición de París de 1889. Y es que hablar de rascacielos en Nueva York es hablar de la competencia por la altura en la ciudad de Manhattan. Allí la escalada fue vertiginosa durante el primer tercio de los años treinta y en consecuencia, el crecimiento vertical de la ciudad.

De este modo los arquitectos se lanzaron a construir edificios cada vez más altos y en períodos de tiempo cada vez más cortos. Lo que se hizo posible por los avances en los sistemas de construcción, por mejoras técnicas y por la eficiente organización del trabajo. Todo ello derivó en una auténtica "febre" por construir rascacielos más altos en la que entraron en juego los recursos de algunas empresas por superar a sus rivales. Una muestra de esta competencia entre arquitectos y constructores la ofrece la obra de la firma de Manhattan respectivamente, que se trasladó en medio de la gran depresión a la ciudad de Nueva York.

Emblemas de los nuevos tiempos, el ascenso vertiginoso que se vivió en la ciudad de Nueva York durante los años treinta fue el resultado de una imponente estructura de hierro y acero que permitió la construcción de edificios cada vez más altos. Algunos ejemplos, como el Empire State Building, el Chrysler Building o el United Nations Secretariat Building, son hoy en día símbolos de la ciudad de Nueva York.

Las revistas de arquitectura y diseño de los años treinta jugaron un papel importante en la difusión de las nuevas ideas y estilos. Algunas de ellas, como 'The Architectural Record' o 'The Architectural Record', fueron fundamentales para la difusión de las nuevas ideas y estilos.

La metrópoli vertical

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas españolas de arquitectura y construcción de los años treinta

El rascacielos se convirtió en el símbolo de la modernidad y del progreso. En España, durante los años treinta, se comenzó a utilizar la imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción. Este uso de la imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

En este sentido, la imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.

La imagen del rascacielos en la publicidad de las revistas de arquitectura y construcción de los años treinta fue el resultado de la influencia de la cultura estadounidense y de la necesidad de promover la construcción de edificios altos en España.



ción Moderna, dieron cabida en sus páginas al intenso debate surgido en torno a esta nueva tipología constructiva, a la vez que informaban periódicamente de la evolución de las obras y de la terminación de los rascacielos más emblemáticos, como el American Telephone, la Torre del Ritz o los edificios Chanin, Chrysler y Empire State.

entre los arquitectos españoles, mucho más aficionados a viajar por Europa para conocer la nueva arquitectura racionalista que a cruzar el Atlántico para asomarse a la gran metrópoli americana y admirar sus imponentes rascacielos de Manhattan. Pero estos casos resultaron excepcionales.

Francisco Euba Casariego - Susana Felle

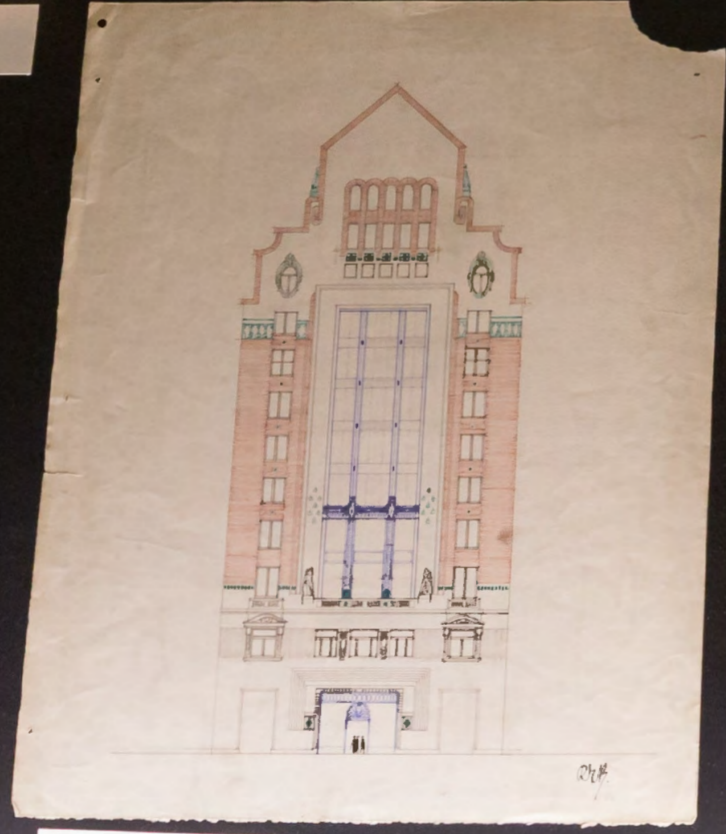
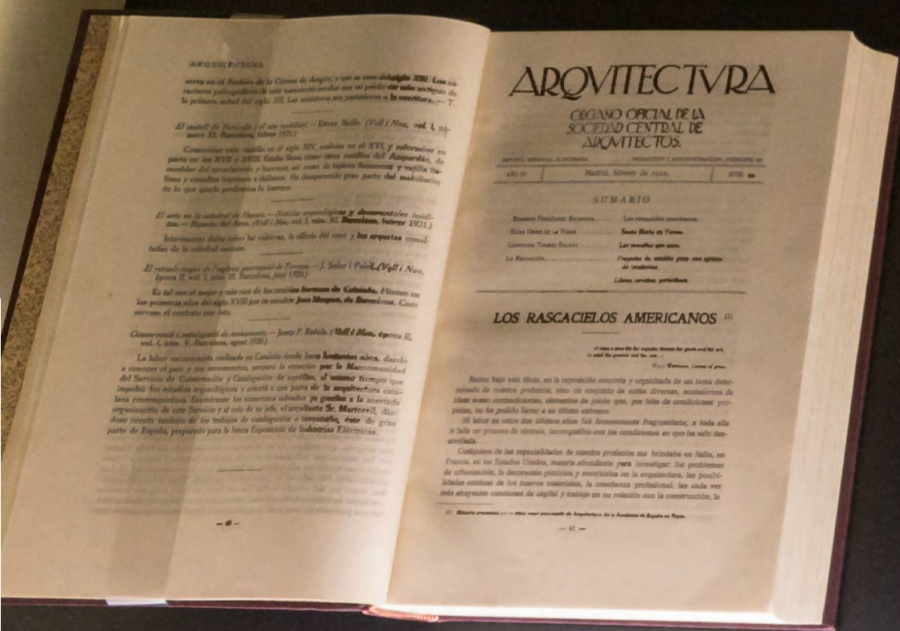


La evolución del rascacielos
Francisco Euba Casariego
AC Documentos de Actividad Contemporánea
n. 6 / 1992

Fernando Ochoa, Colla
Proyecto de rascacielos
Corcho y rascacielos n 2 / 1990

New York, el Empire State Building
Arquitectura n. 147 / 1931 p. 81

Nuevos rascacielos de Nueva York
Arquitectura n. 152 / 1937



Fernando Bellasera, Roberto
Los rascacielos americanos
Arquitectura n. 149 / 1932

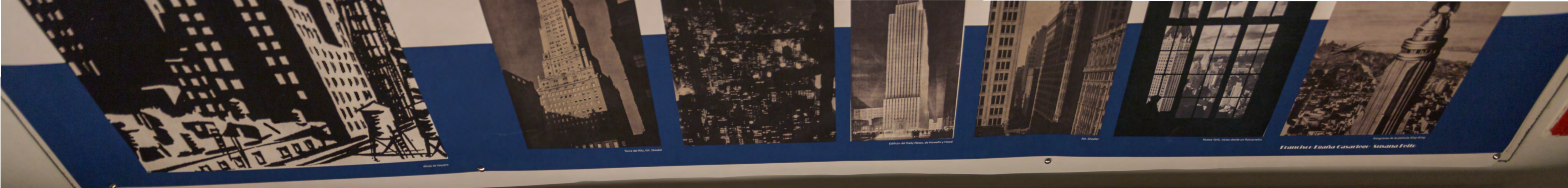
Fernando Bellasera, Roberto
Rascacielos Nueva York, 1933
Vapor y bridas de colores sobre papel

Miguel Blanco, Luis
Cuadernos de America 1930
Grafito sobre papel

Miguel Blanco, Luis
Perspectiva de un arco monumental 1925
Lápiz azul y amarillo sobre papel

Vahid Lari
Materia
Corcho y rascacielos n. 5 / 1931

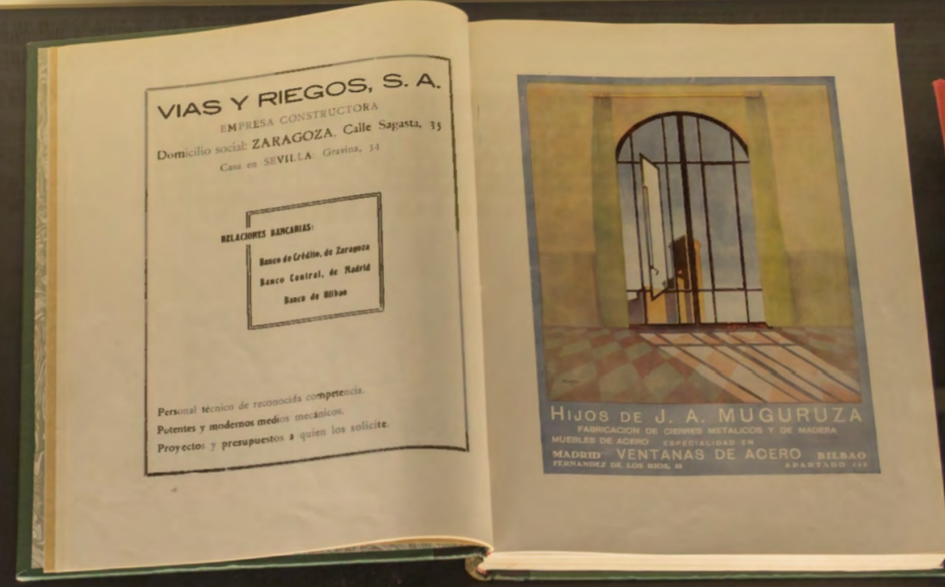
Vahid Lari, Susana Felle
Rascacielos para el libro de Paul Morand
New York
Corcho y rascacielos n. 9 / 1932



El nuevo edificio del New York Daily News por John H. Russell & H. M. Hunt. Inaugurado el 12/2/1930.



Construcciones. Febrero 1933.



Hijos de J. A. Muguruza, terrenos de obra. Arquitectura 2/2/1930.



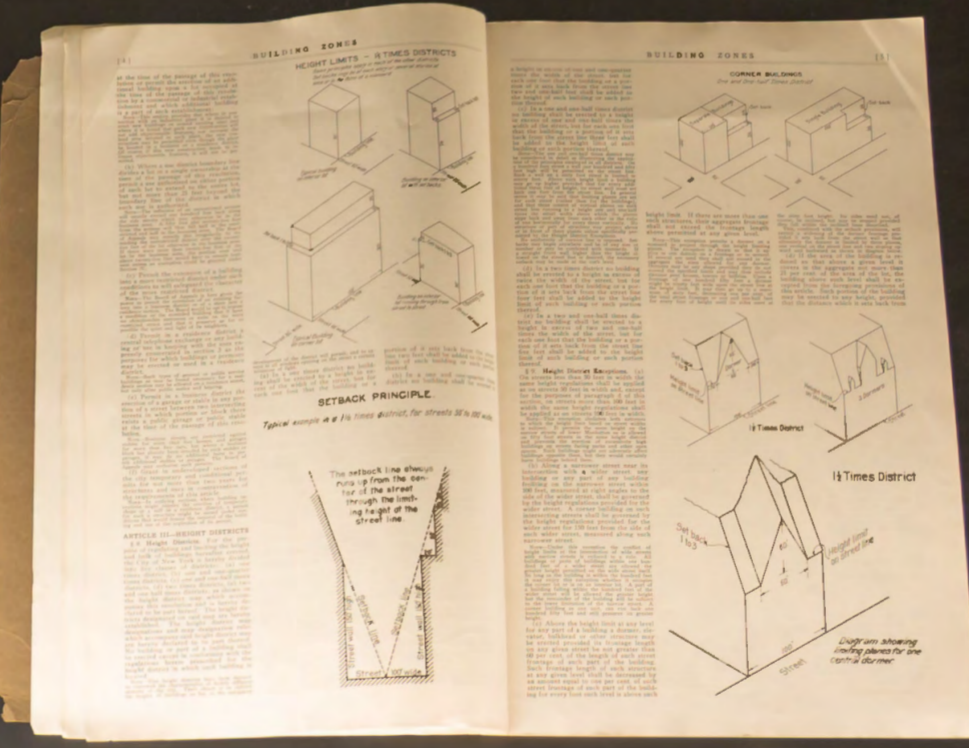
Cementos Cosmos S.A. Ingeniería y Construcción 12/1/1931. Primer número de la biblioteca del Cosmos.



Cementos Cosmos. Revista de Obras Públicas n. 1/1934. Primer número de la biblioteca del Cosmos.



Sociedad Aragonesa Cemento Armado S.A. Ingeniería y Obras 12/1/1935.



Font, George Burdett. Building corners - a handbook of structures on the height, area and use of buildings, with special reference to high-rises. 1928.



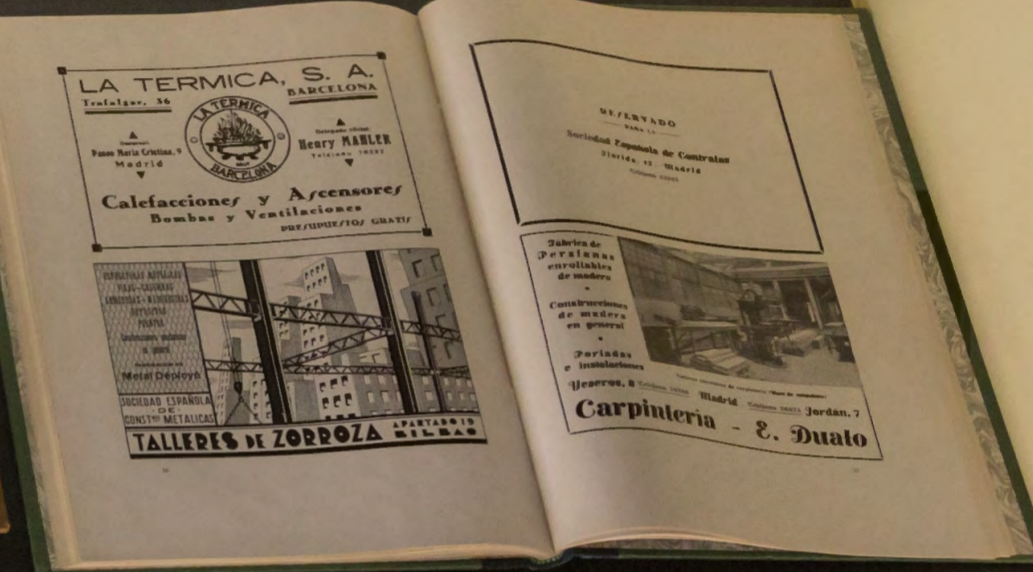
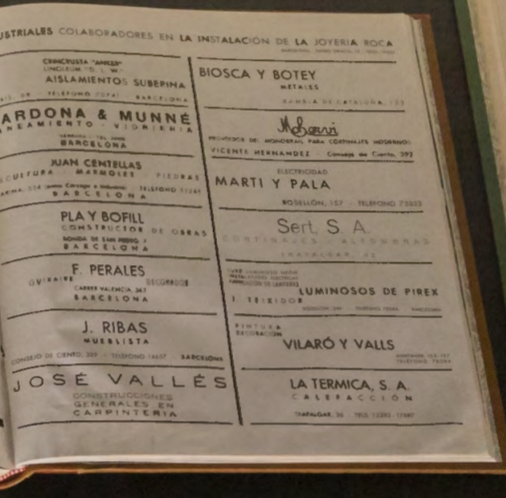
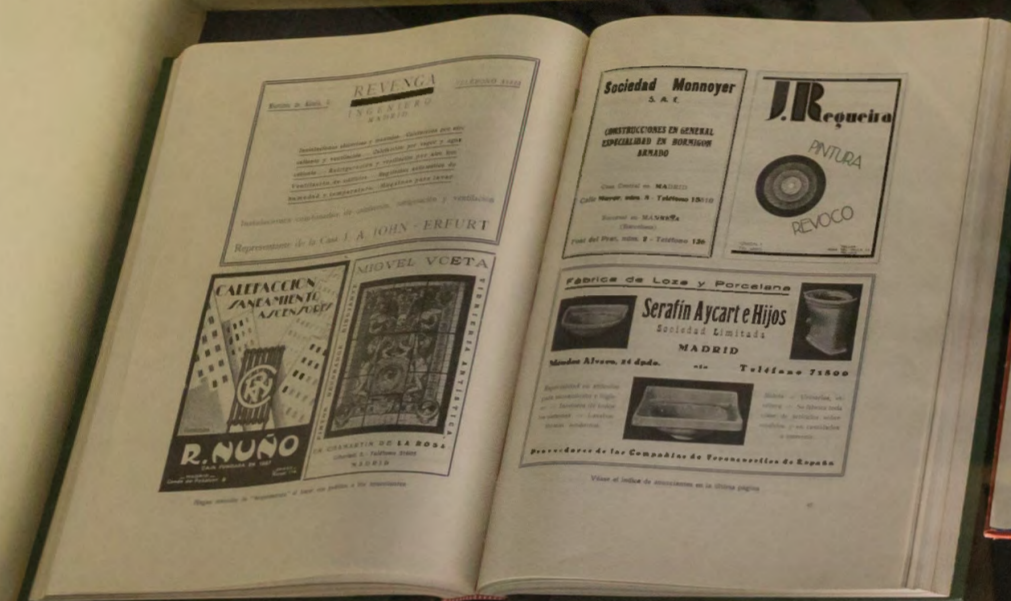
Cementos Cosmos S.A. Ingeniería y Construcción n. 13/1/1934. Segundo número de la biblioteca del Cosmos.



a la manera de un collage un fragmento de la perspectiva de un set-back evocado a través de un escueto trazo lineal contrastando sobre un fondo negro. Otro de los diseños -el de los hermanos Fabre- mostraba unos rascacielos vistos a través de una ventana siguiendo modelos fotográficos americanos reproducidos en algunas revistas técnicas españolas, y por consiguiente, conocidas por nuestros ilustradores.

dad culta y en sintonía con la vanguardia, como correspondía, por otra parte, al perfil socio-cultural de sus principales destinatarios: arquitectos e ingenieros.

Francisco Esaba Casariego - Susana Tello



Advertencia publicitaria en el periódico 'El Mundo' n.º 127 / 1933

Apertura de un catálogo de ferretería

Hoja de un catálogo de carpintería metálica

Hoja de un catálogo de carpintería metálica



Cubierta de portada de la revista Obras n.º 22 / 1933

Vista del barrio bancario de New York en la revista Obras n.º 16 / 1933

Tarjetas de presentación