



Las fachadas de Cine pintadas a mano en el Madrid de finales del siglo XX e inicios del XXI.¹

Lorena López-Méndez²

Recibido: 6 de abril de 2021 / Aceptado: 1 de agosto de 2021

Resumen. El presente artículo aborda una temática de la que, a día de hoy, disponemos de escasa información. Se trata de la historia del diseño cinematográfico de las fachadas de cine, pintadas a mano, que poblaban la Gran Vía en Madrid a finales del siglo XX e inicios del XXI. Un testimonio gráfico desaparecido por completo no solo por ser una creación efímera, sino porque una vez que cumplían su tarea publicitaria en los cines eran reemplazadas para dar paso a una nueva programación. Hechos al que se suma la aparición de medios y pantallas digitales. El proceso pictórico y de elaboración de una fachada de cine comenzaba cuando el fachadista-cartelista recibía el cartel original, por parte de la distribuidora, y se encargaba de reproducirlo en un formato de grandes dimensiones mediante la técnica de la pintura al temple. Según la destreza del fachadista-cartelista, podía existir cierta similitud en la fachada con los protagonistas del film. El último taller de artesanos fachadistas desapareció en 2010 y se encargaba de pintar carteles cinematográficos para el tríptico del cine Palacio de la Prensa en Madrid. Como conclusión, se hace patente la importancia de dejar constancia de la historia del lenguaje de este proceso gráfico y metódico en el campo del cine.

Palabras clave: cartel cinematográfico; fachada; pintura; proceso pictórico; cine español.

[en] The facades of cinema painted by hand in Madrid from the late twentieth and early twenty first centuries.

Abstract. This article addresses a theme that has completely disappeared due to the emergence of digital media and screens, leaving a gap in the history of film design due to the ephemeral nature of its creation. It is about the design of hand-painted cinema facades, which once fulfilled their task in cinemas were replaced to give way to a new function. The cinema facades presented a design and style between the fidelity of the original poster in small format and the kitsch. The façade-posters received the original, from the distributor, and were responsible and was in charge of reproducing it in large dimensions. According to their skill, there could be similarities with the main characters of the film. The last craftsman's workshop disappeared in 2010 and was in charge of painting film posters for the Palacio de la Prensa cinema in Madrid. In conclusion, the importance of recording the history of the language of this graphic and methodical process in the field of Film becomes clear.

Keywords: cinematic poster; façade; painting; pictorial process; spanish cinema.

Sumario. 1. Introducción. 2. Historia de las fachadas de cine. 3. Método del diseño de una fachada de cine. 4. El taller de creación de la fachada de cine. 5. Conclusiones. Referencias.

¹ El inicio de esta investigación se llevó a cabo mediante una Beca de colaboración del Ministerio de Educación, en el último curso en la Licenciatura Bellas Artes en el Departamento de Pintura Conservación-Restauración.

² Universidad Autónoma de Madrid (España)
E-mail: lorena.lopezm@uam.es
<https://orcid.org/0000-0002-5751-1253>

Cómo citar: López-Méndez, L. (2022). Las fachadas de Cine pintadas a mano en el Madrid de finales del siglo XX e inicios del XXI. *Arte, Individuo y Sociedad* 34 (2), 667-682, <https://dx.doi.org/10.5209/aris.74822>

1. Introducción

En España la historia del cartel de cine y, por ende, las fachadas de cine se establecen debido a la necesidad de la promoción comercial de los *films* como espectáculo de masas, convirtiéndose en una forma de expresión artística con unas características propias (Sánchez, 2015).

Las grandes fachadas de cine convirtieron el centro madrileño, concretamente la Gran Vía y otras calles como Luchana y Fuencarral, en un impresionante museo urbano al aire libre. Durante mediados del siglo XX y principios del XXI Madrid era admirada, en toda Europa y Estados Unidos, debido a la calidad de las fachadas de cine pintadas a mano que poblaban las calles en las que se encontraban los cines.

En otras ciudades españolas, también se ejerció la misma práctica de elaboración de fachadas de cine pintadas a mano, ya que se conservaba la costumbre de ubicar carteles pintados a mano en gran formato en las fachadas de sus cines; aunque no obtuvieron la misma relevancia que las fachadas de cine de la Gran Vía en Madrid.

Tratándose Madrid de un lugar privilegiado, resulta patente que los fachadistas españoles tuvieron una calidad artística y gráfica considerable en su tiempo, sirviendo para publicitar no solo los títulos de las películas que se anunciaban en las distintas salas, sino también como apunta (Fernández-Mellado, 2014, p.12) “los diferentes aspectos relacionados con el producto que publicita entre los que destaca, productoras responsables, nombres de directores y actores participantes, premios y galardones obtenidos” (Fig. 1).

En las fachadas de cine se implementaba lo que se conoce como *Star System*, para promocionar los films, siguiendo la tendencia de las grandes productoras estadounidenses que, a finales de la década de los años 90, comenzaron a instalarse en España (Jiménez, 2007).

El concepto *Star System* hace referencia a la gran importancia que en la cinematografía norteamericana se proporcionó a los intérpretes, tanto en las producciones como en la publicidad. La gran mayoría de los cartelistas de la década habían seguido sus propias técnicas y criterios compositivos que habían dado lugar a una gran época dorada del retrato en el cartel de cine (Morales-Carrión, 2015. p. 128) y, por ende, en las fachadas de cine; ya que en numerosos casos se trataba de réplicas del diseño de los carteles de cine, pero en un formato mayor.

En un principio se implementaron pequeños carteles en la fachada de los cines y, con el paso del tiempo, se fueron ampliando hasta cubrir casi la totalidad de la fachada. Los fundamentos básicos del diseño tales como: el tamaño, el color, la forma y estilo tipográfico empleado en la rotulación de la fachada, debían ser representados de manera atractiva; pues la organización de dichos elementos debía convertir el mensaje en su reflejo visual.

Asimismo, la exposición de estos elementos podía figurar tanto en el exterior como en el interior de los vestíbulos de las salas. Víctor Zarza (2010) afirmaba que se “colocaban también rótulos luminosos con el título y nombre de los protagonistas o principales intérpretes en cuestión.” (p.106).



Figura 1. La Gran Vía, 1962. Agencia EFE. Fuente: <https://e00-elmundo.uecdn.es/assets/multimedia/imagenes/2015/05/10/14312848418655.jpg>

En la actualidad las fachadas de cine que vestían la gran avenida dotándola de belleza y asombro para los viandantes y que servían a su vez de reclamo, provocando que entrasen en la sala para disfrutar de la película, han sido sustituidas lamentablemente por *plotters* y pantallas digitales carentes de expresión. Del mismo modo, los cines han sido arrasados por grandes firmas que abogan por un mundo artificial. Hoy en día, la calle ha sido dominada por las franquicias, siendo un híbrido entre Broadway y Times Square. Este hecho ha provocado que este patrimonio inmaterial haya ido, paulatinamente, desapareciendo por completo; y con ello, la profesión de fachadista de carteles de cine pintados a mano.

Uno de los últimos cines que mantenía la esencia de esos carteles de gran formato pintados a mano fue el cine Palacio de la Prensa, ubicado en la calle Gran Vía, frente a la plaza Callao en Madrid. De esta realidad de pérdida de identidad, proceso artístico y falta de documentación de las fachadas de cine pintadas a mano, surge la necesidad de profundizar en el estudio de esta temática como también ocurre con el cartel de cine, pues como sostiene Fernández-Mellado:

Desde el punto de vista de la Documentación, la conservación y descripción del cartel de cine en los distintos archivos filmicos juega un papel secundario con relación al tratamiento que reciben otro tipo de materiales que conforman también el patrimonio cinematográfico. El producto cinematográfico central es la película y su tratamiento y conservación es el que ocupa principalmente el trabajo de las diferentes filmotecas. (2014, p.12)

2. Historia de las fachadas de cine

Actualmente resulta escasa la información relativa a las fachadas de cine. Únicamente gracias a escasos testimonios gráficos, artículos puntuales sobre la historia del cine y entrevistas desestructuradas ha resultado posible difundir, mediante la elaboración de este artículo, la información recabada.

La exigua documentación relacionada con la temática que abordamos en este artículo, las fachadas de cine pintadas a mano, nos llevó en 2008 a realizar un estudio sobre el estado de la cuestión de esta modalidad, gracias a obtención de una beca de colaboración en último curso de la Licenciatura por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. En primer lugar, se contactó con el crítico de arte y docente conocedor de dicha temática, Víctor Fernández-Zarza, más conocido como Víctor Zarza, hijo de Francisco Fernández-Zarza, reconocido por el sobrenombre de Jano (1922-1992). Jano fue considerado uno de los mejores cartelistas del cine español y también creador en un momento puntual de fachadas de cine.

Gracias a las entrevistas semiestructuradas mantenidas con Víctor Zarza, José Luis Moya (colaborador de Jano) y Alfonso Perez (último pintor de fachadas), podemos esbozar trazos de la historia de la época boyante de las fachadas de cine pintadas a mano, así como aportar datos relevantes sobre su historia.

Retrocediendo en el tiempo, centrándonos en el siglo pasado, pueden localizarse artistas trabajando en exclusiva en la decoración de las fachadas de las salas de cine. Uno de los primeros ejemplos fue el caso del artista estadounidense Batiste Madalena (1902-1988) conocido por los originales anuncios que diseñó para George Eastman, propietario del Teatro Eastman en Rochester (Nueva York) entre el 1922 y 1928. Teatro que posteriormente fue vendido a la compañía productora y distribuidora de cine Paramount Pictures Corporation.

Asimismo, otras productoras le encargaron publicidad cinematográfica; pero el trabajo de Madalena es el archivo más ingente de este tipo de actividad que ha sobrevivido en la actualidad.

Un recorrido parecido llevó a cabo Antoni Clavé (1913-2005) conocido como pintor, escultor y grabador, en los años 30, para los cines de la más poderosa empresa de espectáculos de la Barcelona de aquella época, Cineaes. Clavé realizó carteles para los cines Catalunya, Capítol y Fémina. En más de una ocasión, dibujó directamente sobre los vidrios de las puertas del Cine Fémina desarrollando pequeñas composiciones con pintura al gouache.

En 1935 el Cine Fémina fue comprado por la compañía estadounidense de producción y distribución de películas de cine y programas de televisión Metro-Goldwyn-Mayer. La compañía intentó modificar la estética exigiendo unos diseños para los carteles y fachadas con un carácter más convencional. Es decir, sin la aparición de alegorías y con una mayor presencia de retratos de actores populares.

A pesar de que Antoni Clavé tuvo que ejecutar hasta cinco carteles a la semana provocando claras limitaciones a su creatividad, debidas a los condicionamientos temporales de los encargos, los carteles/murales reflejaban gran calidad. Se ha de recordar que los carteles siempre fueron y son obras efímeras, de rápida ejecución y destrucción casi segura a pesar de su excelencia. Por casualidad, algunas de las obras de Clavé se conservan, aunque sean muy limitadas.

La influencia de Clavé fue importante. Treinta años después, su estilo era muy diferente y continuó manifestándose en las fachadas que diseñaba en el Estudio Esquema entre cuyos miembros fundadores, y dentro de la mejor tradición artesanal, figuraba un primo de Clavé, Josep Clavé Basarte.

A pesar de que en los años 30 en el campo de las fachadas destacó Clavé, esta actividad, centrada en el diseño de fachadas de cine, probablemente nació en España gracias al taller del barcelonés José Garí; pero no fue hasta la Guerra Civil española cuando adquirieron una singular relevancia.

Cabe destacar que en la década de los 40 y comienzos de los años 50, existieron fachadas magníficas, debido a que muchos pintores se dedicaron a realizarlas para poder sobrevivir ante la situación precaria en la postguerra, época en la que resultaba muy complicado vender obra pictórica. Entre los fachadistas más destacados, y con cierto reconocimiento posterior, se encontraban artistas como Pedro Mozos o Demetrio Salgado, y de manera circunstancial, Juan Alcalde, Ciro Martín Novillo y Agustín Úbeda. Es reseñable que Mozos, y especialmente Salgado, fueron de los artistas que tuvieron más producción en este campo.

Al mismo tiempo, proliferaron talleres dedicados a la confección de murales y decoración de salas cinematográficas. Destacó el equipo denominado MCP, activo durante cuatro décadas; concretamente hasta los años 80, capitaneado por el cartelista Hernán Picó i Ribera (1911-1994), Ramón Martí y Josep Clavé Basarte — artistas con un papel importante en la confección de los carteles de formato tradicional— El Taller de Archilla, el de Manolo Iñigo, el del valenciano Josep Martí Tomás y el de Alfredo Bosqued. El taller de Bosqued era conocido como Marseal (nombre formado por la simbiosis de las iniciales o siglas de los nombres de los tres artistas integrantes del taller). Muy importante y reconocido fue el taller del húngaro Biro, y el taller que dirigió Enrique Herreros para la compañía cinematográfica española Filmófono y posteriormente se formó el taller de Alexanco.

Más recientes, pero con la misma actividad, destacaron los pintores Paco Postigo, Carlos Brihuega, Antonio Rodrigo y José Ramón Sánchez. Este último era un popular ilustrador y publicista que ganó, durante los años 50, sus primeras pesetas pintando cartelones para los cines.

La decoración de las fachadas entró en decadencia cuando el cine, como industria, atravesó una profunda crisis durante los años 60, aunque no fue decisiva en este sector. Sin embargo, lo que sí fue realmente notable fue la aparición del vídeo como nueva tecnología de grabación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de imágenes en los años ochenta. La crisis afectó a España con retraso pero se hizo notar en la desaparición de numerosas salas de cine y, por consiguiente, el retraimiento de todo el sector promocional.

En Madrid, los grandes locales del centro urbano no perdieron nunca la costumbre de anunciar sus estrenos mediante carteles en gran formato. De hecho, la Empresa AH continuó y heredó la tradición del Taller de Atilano Hernández —muy activos entre los 50 y los 70— y del que emergen el Taller de Gaspar Pérez y el Taller de José Luis Moya. En el año 97, uno de sus colaboradores, del cual se desconoce el nombre, adquiere el taller cuando muere Atilano. En este taller, también se crearon fachadas para teatro.

Por último, cabe destacar el Taller de Jano, cuyo nombre hemos mencionado anteriormente. Él fue el cartelista/diseñador autodidacta más polivalente y reconocido por el sector de todos los citados anteriormente. Sus primeros proyectos se llevaron a cabo

durante la Guerra Civil, concretamente, para el boletín del Hogar del Combatiente Catalán en Madrid, donde conoció el trabajo de Josep Renau y, especialmente, de Bardasano.

Jano no empezó a trabajar de manera profesional hasta la primera mitad de los años 40, ilustrando libros, cómics, carteles circenses o los conocidos cuadernos de aventuras de la época y, casi por casualidad, trabajó en el cartel de cine al sustituir al fallecido Chapí en un conocido estudio madrileño. A mediados de los 40, comenzó a trabajar para Hispano-Mexicana Films pero, tiempo después, montó su propio estudio al que posteriormente se unieron como colaboradores Ramón Padilla (dibujante) y los hermanos Juan y Alberto Morata (rotulistas). Juan trabajaría posteriormente en Estudios Moro. También, cabe destacar entre sus colaboradores las figuras de artistas como José Montalbán y José Luis Moya.

No obstante, Jano realizó las fachadas para el cine y teatro Gran Vía en cuyas instalaciones tenía su taller, justo detrás de la pantalla. Además, cabe destacar las fachadas para el cine Palacio de la Música en Madrid de Enrique Herreros (1903-1977), figura multidisciplinar de la época que citamos anteriormente. Herreros, además de dibujante, cartelista, representante artístico y cineasta, era humorista y practicó la fotografía y el grabado. También ejerció de jefe de publicidad de la empresa Filmófono hasta 1956. Esta empresa fue fundada por Ricardo Urgoiti y asociada a la programación del cine Palacio de la Música; además de ser pionera en el campo de la sonorización de películas mudas. A cargo de Herreros estuvieron trabajando Salvador Sanz y José Alexanco (Fig. 2).



Figura 2. Afiche y fachada para la película *Camaradas X* del Palacio de la Música 1949. (Enrique Herreros, 2007.p.310-311).

3. Método del diseño de una fachada de cine

Las fachadas de cine cumplen perfectamente con la misión que tienen asignada, atraer la mirada del ajetreado ciudadano. Las fachadas ocupan los frentes de los cines cuya arquitectura exterior permite colocar grandes paneles o lonas que, en ocasiones, se les atribuía el término en francés *panneaux* o el término castellanizado panó. El concepto fachada fue atribuido después de la Guerra Civil española.

Este término definía el concepto fachada de cine porque fachada remite a la delantera del edificio, es decir, se nombra a la pintura de igual manera que a la parte

arquitectónica del edificio. Su ubicación se situaba encima o al lado de la entrada principal para favorecer su visibilidad.

A la hora de abordar el proceso pictórico de realización de la fachada de cine, se debían seguir unos pasos concretos. En primer lugar, se monta la tela sobre una serie de bastidores de madera, esta es una tela de retor moreno o glasilla de algodón de color natural, que se caracteriza por ser opaca, sostenida, muy resistente, pero no de demasiada calidad. Es una tela comúnmente utilizada para patrones, manualidades y como lienzo para pintar (Pedrola, 2004; Mayer, 1993).

También se realizaban las fachadas de cine en contrachapado, especialmente, cuando se necesitaba recortar una figura de algún actor o actriz principal. El número de bastidores que se empleaban para cada tela dependía del espacio de la fachada dedicada al anuncio, que variaba dependiendo de los cines. En cada taller solían tener entre dos o tres juegos de bastidores, pero al final, dependían de cada cine; ya que los fachadistas solían trabajar para varios cines a la vez.

Posteriormente, los fachadistas tenían que enfondar la tela con temple blanco especial, es decir, aplicarle una o varias capas de imprimación para preparar la tela previamente a la aplicación del temple. Consecutivamente, sobre la tela enfondada en el bastidor, se trazaba una cuadrícula tras haber realizado el boceto para conocer las proporciones. La fachada era dividida en zonas. En unas zonas, los operarios dibujaban el boceto y, en otras, el pintor iba manchando directamente, sin dibujo previo, para economizar en tiempos de producción. El proceso se realizaba del modo detallado con el objetivo de transferir mejor la imagen que había que reproducir. Seguidamente, se empezaba a aplicar pintura mediante un proceso artístico completamente manual (Fig. 3).



Figura 3. José Luis Moya durante el proceso pictórico del retrato del actor principal de la fachada. (José Luis Moya, 1980).

A continuación, existían empleados que se dedicaban exclusivamente a enfondar, es decir, a aplicar la imprimación sobre el fondo de la tela; mientras que otros, realizaban los rótulos logrando conseguir un trabajo en equipo. A la cabeza siempre se encontraba el pintor, que debía conocer a la perfección las habilidades de sus ayudantes para determinar qué funciones dentro del proceso de trabajo ejercía mejor cada uno de ellos. Cabe destacar que se desconoce si dentro del equipo se encontraba alguna mujer pintora que desempeñara algunas de las funciones, dentro del proceso pictórico, de la fachada de cine. No obstante, es reseñable que la única mujer que se conoce dentro de este campo y que ha liderado un taller de fachadas y cartelería de cine pintadas a mano es Inés Sánchez, la mujer de Gaspar Pérez, creador del taller con su mismo nombre de la que hablaremos más adelante.

El tipo de técnica pictórica empleada para la representación pictórica y gráfica de las fachadas era pintura al temple, el vehículo del pigmento es una emulsión artificial de goma o cola. Probablemente, podría ser la emulsión de cola de conejo la que emplearon los fachadistas de cine, pero no lo podemos corroborar. Tal y como sostiene Ray Smith (1999, p. 178), “se pueden usar diversas colas para hacer temple, incluyendo gelatina y apresto, pero la más común es la caseína. Tiene la ventaja de que se seca totalmente en cuestión de horas y es completamente insoluble una vez seca”. Con la llegada de las pinturas acrílicas y de vinilo, las emulsiones de caseína no son tan habituales como antes. No obstante, hemos de tener en cuenta que los fachadistas, durante y después de la Guerra Civil, no tenían tantos recursos plásticos y medios económicos como disponemos actualmente.

Respecto al utillaje, empleaban pinceles redondos de medidas variables que suelen destinarse a técnicas acuosas —acuarela, temple, fresco, etc.—, ya que retienen mejor el líquido; y brochas, que son pinceles más o menos grandes y redondos, lo que resultan menos pesados para cubrir grandes superficies (Pedrola, 2004). En cuanto al material del que estaba compuesto el utillaje empleado, se desconoce.

Transcurridos los años 40 al fachadista no se le considera una persona extremadamente original y creativa, ya que suele replicar la documentación que le proporciona la productora o distribuidora, o bien, lo que habían creado otros dibujantes antes; pues no deja de formar parte de una estrategia comercial que se ajusta a unas marcas pautadas.

Normalmente, cuando un cine tenía varias fachadas, en la fachada principal se reproducía el cartel en grande o como, por ejemplo, en el Cine Callao en el frente y lateral. En esta última que es la parte de la fachada del edificio con mayor visibilidad, se solía realizar un motivo de la película.

No obstante, cabe destacar que, en ocasiones, eran los dueños de los cines quienes se encargaban de mandar la tarea al taller de fachadas. Por lo tanto, eran los que aportaban el afiche, que consistía en una foto o un cartel reducido de la película para que los fachadistas se dispusiesen a trabajar replicándolo. El afiche o sucedáneo se ajustaba a las dimensiones del lienzo y se realizaba una cuadrícula que sirviese de base para reproducir el cartel a escala. El proceso de trabajo es similar al proceso de realización de un puzle. Consiguientemente, los fachadistas realizaban su trabajo a escala, extrapolando las medidas y aumentándolas en la tela.

A la hora de continuar el proceso pictórico de trabajo, perfilaban las siluetas y, posteriormente, pintaban la fachada. Más tarde, cuando la pintura estaba seca y la fachada estaba montada en el bastidor, se procedía a ubicarla en la fachada de los cines y se les aplicaba una capa de cola blanca que es una imprimación plástica compuesta

por acetato de polivinilo, que se diluye con agua y se emplea para sellar e imprimir superficies porosas. La cola blanca, en este caso, actuaba a modo de barniz para proteger la pintura; con la intención de que aguantase a la intemperie las inclemencias del tiempo: viento, lluvia, contaminación, etc.

En cines grandes se disponían de varios cuerpos, esto es una de las dificultades añadidas con las que se encontraban los fachadistas; ya que debían salvar las juntas para que no afectasen a sus diseños. En estos casos, para evitar que no se notaran, unían las juntas con cola y, a continuación, pintaban la fachada.

El trabajo de las fachadas de cine más laboriosas son aquellas que tienen más figuras de los actores y actrices principales del reparto. El resultado depende bastante de la calidad de la foto o del afiche de la película que les mandaban las distribuidoras o dueños del cine como modelo, para realizar posteriormente la fachada en gran formato. Si no era apropiado o no se adaptaba a la fachada, los fachadistas eran los encargados de adaptarlo. (Fig. 4).



Figura 4. Fachada principal del Cine Callao en el estreno de la película “Bienvenido Mr. Mashall” de Luis García Berlanga en abril 1953. (Boletín CICOSA 1953, distribuidora de la película en España. Archivo AGR en Victor Zarza, 2010, p.111).

A la hora de representar gráficamente, en grandes dimensiones, la figura de los personajes o actores del reparto del cartel en la fachada, no se realizaban las figuras al completo en una única lona; sino que se solía realizar la pintura de la fachada por fragmentos, para posteriormente, montar cada fragmento en la fachada del propio cine como si se tratase de un rompecabezas.

Cuando los carteles se retiraban porque la taquilla remitía, se descolgaban para dejar espacio a un nuevo estreno. El mural volvía al taller y se reciclaba, aunque lamentablemente no se construyó un museo para conservar estas obras debido a su carácter efímero. Las telas de retoro de las que estaban compuestas las fachadas, se lavaban en pilas de gran tamaño, preferentemente con agua templada para que el

temple desapareciera y, de ese modo, poder volver a montarlas en los bastidores para proceder a pintar una nueva fachada.

Si las fachadas se encontraban deterioradas, se “restauraban” aplicando cola y papel de periódico en su parte trasera. Así, se conseguía mayor consistencia. Este detalle generó su desaparición, y complicaciones a la hora de su conservación.

A partir de los años 70, los grandes carteles publicitarios de las salas de exhibición cinematográfica heredaron aspectos circenses: coloridos llamativos o fosforescentes y diseños sencillos que permitían una rápida asimilación por parte del espectador medio. Estas características son las premisas básicas de unas creaciones caracterizadas por su efímera duración.

Existe un gran parecido de las fachadas de cine con los decorados teatrales, solamente equiparables a los despliegues escénicos, salvando las distancias de la calidad estética. Esa tradición, que se mantuvo en muchos estrenos durante los años cuarenta y cincuenta, fue perdiéndose gradualmente (Fig. 5).



Figura 5. Fachada del Teatro la Latina en 1983. (José Luis Moya, 1983).

Por lo tanto, la técnica artística empleada en la creación de toda fachada de cine era a base de temple a la cola, es decir, pigmento, agua y cola de conejo. La dificultad de elaborar una imagen integral, un rostro en estilo realista y, después, pintarla en cuatro soportes diferentes solía ser un trabajo rápido.

Páramo, sostiene las siguientes palabras de Manuel de Iñigo que apuntaba:

La cara de los actores y actrices se hace igual que si se pintara un retrato, pero con la técnica de los frescos: se crea un boceto que se cuadrícula y se dibuja después sobre el lienzo, como si se fuera a hacer un cuadro, exactamente igual. La gran diferencia es que nosotros pintamos al temple y eso es mucho más difícil que pintar al óleo, porque el óleo no seca enseguida, lo que permite retocar, y además se

puede pintar encima cuando está seco. Sin embargo, el temple seca muy pronto y cuando se seca, baja mucho de color, así que hay que pintarlo en tonos más fuertes de lo normal para conseguir después el color adecuado. Esta dificultad ha hecho fracasar a veces en el oficio a algunos de los buenos pintores que han pasado por el taller —procedentes de Bellas Artes, sobre todo—, porque no se podían adaptar a esa forma de pintar. (2006, p.1)

Los fachadistas, salvo contadas excepciones, solamente copiaban o empleaban algunas escenas de la colección de fotografías que se les proporcionaba. Tal y como apuntábamos anteriormente, la originalidad en el proceso es mínima al someterse a las directrices impuestas desde la distribuidora y los exhibidores. La inspiración debía ubicarse en un segundo plano, frente a las fotografías y carteles del film que habían de servir como modelo.

En general, los trazos eran muy sueltos y rápidos, pero la colocación a gran distancia del espectador y su tamaño solían disimular estas imperfecciones de acabado. Comúnmente suele decirse que se trata de una pintura efectista que llamaba la atención de los viandantes a primer golpe de vista.

Los sistemas de anclajes que se llevaban a cabo en la época, en los talleres, para sustentar los bastidores de las fachadas eran bastante rudimentarios; salvo en un taller ubicado en la calle Libreros que perteneció a la compañía estadounidense de producción y distribución de películas de cine y programas de televisión Metro-Goldwyn-Mayer, en el que sus operarios trabajaban como comúnmente se afirmaba “a la americana”, es decir, disponían de unos soportes que subían y bajaban la fachada, de tal modo, que resultaba más sencillo poder pintar cualquier zona del mural. En el resto de talleres, la fachada se colocaba en el suelo o se incorporaban en unas borriquetas de madera.

4. El taller de creación de la fachada de cine

Los talleres en los que se creaban pictóricamente las fachadas de cine se desarrollaban en espacios fríos, destartalados y, generalmente, no disponían de luz natural. Las fachadas se solían pintar única y exclusivamente en el taller y, posteriormente, se ubicaban en el espacio del cine destinado para dicho fin. En algunos casos, el taller se encontraba en el propio cine, como fue en el caso del taller de Jano, detrás del cine gran vía, lo que actualmente es un teatro, como anteriormente se citó.

En palabras de Manuel de Iñigo “lo que hoy es la plaza del Conde del Valle Suchil, todo eso era el patio de nuestro taller, grandísimo; tiraron el edificio precisamente para hacer la plaza y tuvimos que marcharnos a otro lugar” (Páramo, 2006, p.1).

Otros talleres de fachadas reseñables era el taller de Archilla, clásico de la fachada en los años 40, y que se encontraba en los bajos del Círculo de Bellas Artes; y el taller de Atilano en la calle Legazpi; aunque estos talleres se hallaban en ubicaciones cercanas, lo común era que se encontraran en diferentes puntos de la ciudad. Zarza, refiriéndose a esta misma cuestión, resalta que:

Muchos fueron los talleres dedicados a esta función en la Capital (alrededor de unos diez, simultáneamente, en los tiempos de mayor actividad), asimismo los artistas que contribuyeron con su arte a convertir la Gran Vía en una verdadera exposición de pintura al aire libre, según opinión expresada en no pocas ocasiones. (2010, p. 118)

El taller en el que se desarrollaban las fachadas de cine, por regla general, estaba compuesto principalmente por pintores; pero en ocasiones, había especialistas como los rotulistas, que eran los encargados de la realización y diseño de las letras, o los carpinteros. Aunque no tuvieran un lugar específico, se contaba con este tipo de operarios para la creación de los bastidores y la realización de algún tipo de fachada que requiriese de una intervención más de carácter creativo. No obstante, si entraban en juego otros factores o el tipo de fachada lo requería, se contaba con transportistas y un mayor número de operarios. No se sabe con certeza si los operarios formaban parte del taller con asiduidad.

Por último, la entrada o incorporación al taller del fachadista era meritoria, se comenzaba por las funciones más tediosas: limpiando pinceles, mezclando colores... y poco a poco, se iban introduciendo en la profesión hasta convertirse en fachadista profesional, encargado de realizar la parte de la fachada más característica, como puede ser el rostro de los actores y actrices relevantes del film.

El último taller que desafortunadamente cerró en 2010 fue el Taller de Gaspar Sánchez. Al mando de Isabel Sánchez, mujer del fallecido Gaspar Pérez (fachadista), que continuó regentando el taller, aunque ya no pasaba las noches en vela como en épocas de bonanza (Fig. 6, 7 y 8). Apenas cuatro salas de Madrid capital — Callao, Roxy, Palafox y el tríptico del Palacio de la Prensa— publicitaban sus películas con los carteles elaborados en su taller de pintura de Villaverde Bajo (Madrid) hace una década (López-Méndez, 2020).



Figura 6. Bastidores fachadas en el Taller de Gaspar Pérez. Fotografía autor, 2009.



Figura 7. Telas de retor en el Taller de Gaspar Pérez.
Fotografía del autor, 2009.



Figura 8. Alfonso Pérez encajando retrato en
Taller de Gaspar Pérez. Fotografía autor, 2009.

A la muerte de su marido Gaspar Sánchez, quintaesencia del muralismo cinematográfico y germen del negocio, Inés tomó el relevo en el año 1993. En el taller continuaron trabajando hasta su cierre su hijo Alfonso Pérez (Madrid, 1977), como pintor, José Ramón, su cuñado al cargo de los rótulos de los carteles y Elena como su aprendiz (Fig. 9).



Figura 9. Equipo del Taller de Gaspar Pérez. Fotografía del autor, 2009.

El procedimiento y plan de trabajo que se desarrollaba cada semana en el taller consistía en que los lunes eran avisados por los cines para poder desarrollar un nuevo encargo. El encargo se producía ese día de la semana porque era el día en que decidían el cambio de programación, si la taquilla del fin de semana no había obtenido el éxito de taquilla estipulado. El ritmo de trabajo era rápido o incluso frenético porque las carteleras debían estar listas para el jueves de la misma semana. Los carteles de gran formato eran montados la misma noche del jueves, para que la película pudiera ser estrenada el viernes (Fig. 10).



Figura 10. Fachada Cine Asociación de la prensa realizada por el taller de Gaspar Pérez. Fotografía del autor, 2009.

5. Conclusiones

Las fachadas de cine pintadas a mano fueron un medio publicitario referente que en los años 90 con la llegada de los *plotters* y de las pantallas digitales, en la segunda década del 2000, fueron sustituidas por estos medios. Como conclusiones, podemos reseñar en primer lugar; que se trataban de un patrimonio que hoy ha sido prácticamente olvidado y que supuso un aporte de identidad y expresión gráfico-plástica a la ciudad de Madrid, entre otras ciudades de España. Fue un fenómeno no solamente artístico, sino también de comunicación para las masas, un medio diverso e interesante que, todavía hoy día para determinadas generaciones, sigue vigente en su recuerdo del Madrid del siglo pasado y principios del actual.

En segundo lugar, las fachadas de cine además de cumplir con los intereses publicitarios, pueden ser consideradas obras artísticas que configuran un museo al aire libre que muchos espectadores de la época esperaban contemplar cada vez que se modificaba la cartelera. Asimismo, cabe destacar la desaparición de los propios cines existiendo actualmente solo tres de ellos en el centro de Madrid capital: El Palacio de la Prensa, los cines Callao y Capítol.

Por otra parte; la escasa documentación relacionada con las fachadas de cine que ha llegado hasta nuestros días, apenas fotografías en blanco y negro y alguna en color, permite que este sea un interesante campo de investigación que debe ampliarse o se perderá definitivamente como patrimonio cultural de nuestra historia del cine español.

Zarza, resalta que:

Nos permite hacernos una vaga idea de — en muchos casos— el impresionante aspecto de aquellos monumentales diseños que causaron sensación entre propios y extraños, que merecieron la admiración tanto de los profesionales del medio cinematográfico como de los simples viandantes, quienes muchas veces optarían por entrar a ver tal o cual película influidos por la calidad de estos elementos publicitarios (2010, p. 118).

Por lo tanto, a partir del estudio de las fachadas de cine se han podido concretar no solo unas bases respecto a la cinematografía de nuestro país que han sido estudiadas (Sánchez, 2015; Morales-Carrión, 2015; Collado-Alonso, 2015; Fernández-Mellado, 2013), sino que nos permite también dirigir la mirada hacia ámbitos artísticos como es el diseño gráfico a través del estudio del aspecto visual y estético del film que no se ha abordado en este artículo pero es de interés a la hora de continuar profundizando en dicha investigación con el objetivo de abordar las diversas herramientas que componen la estructura publicitaria del mismo (composición, tipografía, logotipo, legales, etc.).

Finalmente, cabe destacar que las nuevas generaciones no son conocedoras de este sistema de producción y trabajo y es preciso aportar la difusión que merece para que sea un procedimiento artístico y gráfico reconocido como patrimonio inmaterial y emocional de nuestro cine. Tal y como sostiene Francisco Perales (1997, p. 96) el arte publicitario, en este caso de la fachadas de cine pintadas a mano, es un tipo de arte que tiene que ser comprendido por todo el mundo, de tal modo que pueda llegar incluso a los individuos más diversos, sin distinguir clases sociales ni diferencias

culturales e intelectuales. El arte del cartel es un arte urbano, de la calle y eminentemente popular. En razón de lo antes expuesto, para que no se pierda en el olvido debemos seguir investigando al respecto para contribuir a construir una memoria colectiva de nuestra cultura y cine español.

Agradecimientos.

Esta investigación no hubiera sido posible sin los testimonios, aportaciones y documentación gráfica de Victor Zarza, Jose Luis Moya y Alfonso Pérez.

Referencias

- Collado Alonso, R. (2012). *El cartel de cine en la transición española. Realidad y cambio social*. [Tesis de Maestría, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/16333/>
- Fernández Mellado, R. (2014). El tratamiento documental del cartel Cinematográfico. *Documentación de las Ciencias de la Información*. (37), 11-57. http://dx.doi.org/10.5209/rev_DCIN.2014.v37.46819
- Fernández Mellado, R. (2013). *El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental*. [Tesis de Maestría, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/24580/>
- Herreros, E. (2007). *Los carteles de cine de Enrique Herreros, y otras obras importantes*. Edaf.
- Jiménez, J. (2007). Star System: La máquina mercadotécnica de Hollywood. *Cine y publicidad*, 34-59.
- López-Méndez, L. (2020). Las fachadas de cine pintadas a mano, un patrimonio para el recuerdo. En De la fuente Ballesteros, R, Munilla Garrido, C y Martínez Ezquerro, A. (Ed.). *Educación, Patrimonio y Creatividad*. Epac IV (4), pp.443-455. Verdelis didáctica.
- Mayer, R. (1993). *Materiales y técnicas del arte*. Tursen Hermann Blume Ediciones.
- Morales-Carrión, M.T. (2015). El retrato en los primeros cartelistas españoles de cine: De la escena costumbrista al retrato realista. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(1) 117-131.
- Páramo, M.L. (2006). Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario. Espéculo. *Revista de estudios literarios*, (33). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 10 de julio de 2020 desde <http://www.ucm.es/info/especulo/numero33/minigo.html>
- Pedrola, A. (2004). *Materiales, procedimientos y técnicas pictóricas*. Ariel.
- Perales, F. (1997). Cine y publicidad: el afiche cinematográfico. *Métodos, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (MAECEI)*, 89-97.
- Smith, R. (1999). *El manual del artista*. Blume.
- Sánchez López, R. (1997). *El cartel de cine. Arte y publicidad*. Prensas Universitarias.
- Sánchez López, R. (2015). El cartel de cine en España a través de sus creadores. *Artígrama*, 30, 99-121.
- Zarza, V. (2010). Pintado en el aire: las fachadas, un arte para el recuerdo. *AGR, Coleccionistas de cine*. 45(12), 106-146.

© 2022. This work is licensed under <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode> (the “License”). Notwithstanding the ProQuest Terms and conditions, you may use this content in accordance with the terms of the License.