

HIGH & LOW

PABELLONES COMERCIALES PARA LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE LAS INDUSTRIAS ELÉCTRICAS DE BARCELONA 1929

Carolina García Estévez

“El parque de atracciones, oculto en una hondonada de la montaña de las maravillas, brinda acoger recibimiento al que gusta de la sana diversión, del entretenimiento despreocupado o de las emociones fuertes que procuran ciertas atracciones”.

Ilustración Iberoamericana, n. 1, 1929

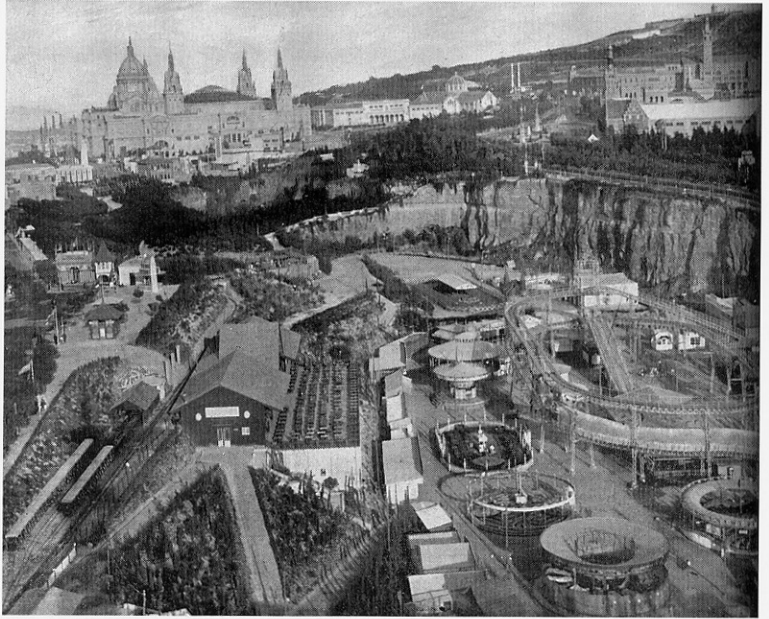
Con la Exposición Internacional de Barcelona del año 1929, la arquitectura catalana del noucentisme legitimaba su programa desde la construcción monumental de un eje principal que, desde Plaza España, coronaba la montaña de Montjuïc con la construcción del nuevo Palacio Nacional. El proyecto de Josep Puig i Cadafalch (1917), imagen y semejanza de la propuesta *Artibus* (1880) de Otto Wagner para la Viena fin de siglo, construía una *promenade* simbólica donde la historia de la arquitectura clásica acudía a una cita ineludible con el poder y sus mecanismos de construcción de la ciudad.

Frente a éstos, la modernidad arquitectónica quedaría representada oficialmente con las aportaciones de los Pabellones de Suecia, Yugoslavia, Hungría y Francia, junto a la presencia eclipsante del mito del Pabellón Alemán de Mies van der Rohe. Pero es lejos del mito donde la realidad ofrece nuevas posibilidades. La cultura popular emerge lejos de la retórica del poder, escapa del control de la geometría axial que coloniza la montaña y encuentra en el *Pueblo Español*, la avenida dels Muntanyans y el *Parque de Atracciones de la Foirarda* sus mejores aliados. Es precisamente en éstos dos últimos donde se dieron cita gran parte de las arquitecturas no oficiales de marcas comerciales de industriales catalanes como Eusebi Güell y la familia Jorba. Pabellones que, lejos de la presión institucional, experimentaban a partir de la mezcla de lenguajes arquitectónicos procedentes de la “alta” cultura arquitectónica –como la *Tour Eiffel* (1889) o el *Pavillon du Tourisme* (1925) de Robert Mallet-Stevens– junto a los elementos “low” propios del mundo popular de las masas y el ocio: el simulacro, el espectáculo y el consumo arrojaban a los visitantes de la ladera sur de Montjuïc a otro tipo de ficción artificial.

MONTJUIC, ACRÓPOLIS DE BARCELONA

Es en las páginas del *Diario Oficial de la Exposición Internacional de 1929* donde la montaña de Montjuïc es vista como la Acrópolis de Barcelona. “Eso es Montjuïc: nuestra Agrópolis (sic.), y un jardín sobre el Mediterráneo, que es nuestra vida espiritual, nuestro sagrario”. Separando el mar de la ciudad, Montjuïc era interpretada como una montaña redimida:

Fig. 1. Visión aérea del recinto expositivo de Montjuïc. En: Diario Oficial de la Exposición Internacional, 19 octubre 1929, 33, p. 8.



“El Montjuïc histórico y el geológico no ha de ocuparnos ahora, pero esta ligera disgregación servirá para que se afirme la latinidad racial y el ambiente mediterráneo del Montjuïc nuecentista. [...] Todo eso fué... Montjuïc tiene sus acrópolis, sus jardines jerarcas, sus vías urbanas... La montaña está redimida y la consagró definitivamente el agua lustral de sus surtidores, de sus lagos, de sus cascadas”¹.

Montaña sagrada. Y es desde su redención que el capital ofrece discursos con significado. La montaña, el “punto más alto de la conciencia barcelonesa”, es el lugar donde el proyecto noucentista verifica y consagra sus significados hacia la cultura de la ciudad. El camino emprendido en la búsqueda de las raíces clásicas de Cataluña en el yacimiento arqueológico de Emporion (1907) finalmente concluye en Barcelona². La historia, a través de la ruina y el monumento, se imponía como aquella ideología que anulaba cualquier discurso crítico de la realidad. Se necesitó una dictadura y una monarquía para hacerlo posible, bajo el proteccionismo de España, que Enric Prat de la Riba y Francesc Cambó siempre anhelaron.

Sin embargo, frente al discurso oficial, el derribo de las cuatro columnas corintias en 1928 permitió la llegada de la fuente de Carles Buïgas: el monumento dio paso al espectáculo. Y es en términos míticos cuando surge una pregunta: ¿Dioniso vencerá a Apolo? Desde Nietzsche conocemos su complementariedad. Ambos se necesitan. Se constelan:

“Casas es un fotógrafo genial capaz de lograr los mayores imposibles. La magnífica fotografía que reproducimos puede construir un timbre de legítimo orgullo para nuestro formidable reportero gráfico. En primer término destaca el Parque de Atracciones, apreciándose la grandiosidad de la exposición en la amplísima perspectiva constelada de Pabellones y Palacios”³ (Fig. 1).

Una realidad de objetos antagónicos, Pabellones Comerciales y Palacios, que se constela bajo las exigencias del espectáculo. Las primeras páginas del *Diario Oficial de la Exposición* dan muestra de ello, al publicitar por un lado

1. CAÑADAS, F., “El Montjuïc de antaño”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 12 octubre 1929, 32, p. 19.

2. GARCÍA ESTÉVEZ, C., “Emporion, 1907-1929. O sobre la operatividad de la ruina en el proyecto noucentista”, *International Seminar Touristic Territories: Touristic Imagery and the construction of contemporary landscape*, Universitat de Girona, 23 y 24 de enero 2014, ISBN: 978-84-92931-37-8.

3. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 19 octubre 1929, 33, pp. 8-9.

la “Exposición Internacional de Barcelona abierta hasta la 1 de la madrugada, todas las noches, los Palacios, Jardines y Avenidas de la Exposición estarán profusamente iluminados”, y por otro, el “Gran Parque de Atracciones y Pueblo Español. Abierto hasta las doce de la noche”. Cultura oficial y popular pacificadas desde el ocio. Y si el espectáculo es el fenómeno que facilita este encuentro, la publicidad será el soporte gráfico donde se verifique el testimonio de dicha constelación. La *Compañía Nacional de Publicidad S.A.*, concesionaria en exclusiva de la publicidad en el recinto de la Exposición Internacional y propietaria del *Diario Oficial de la Exposición*, se ocupará de ello⁴. Su campaña incluirá numerosos y extensos artículos en el *Diario*, la celebración del Congreso Nacional de Publicidad⁵, así como la edición del catálogo *La Publicidad en la Exposición de Barcelona*⁶ en el que quedaban recogidos los nuevos medios de publicidad de masas reunidos en el recinto: anuncios en la parte alta de los edificios o en el *Stadium*, pabellones comerciales, kioscos anunciadores, anuncios en cometas y globos de papel, anuncios por aviones, propaganda móvil por medio de carruajes, proyección de películas industriales, anuncios luminosos al gas de neón o bombillas eléctricas, anuncios en las atracciones o incluso hombres-anuncio.

La industria cinematográfica y los últimos avances tecnológicos en el mundo de la construcción se citan en las estrategias publicitarias del recinto, recordándonos que todo lo mecanizado proviene de una relativa proximidad en el tiempo. Sobre las consecuencias de esta proximidad en la arquitectura habrá que insistir más adelante.

PABELLONES COMERCIALES DE LA AVENIDA DELS MONTANYANS

Es la avenida dels Montanyans, eje perpendicular a la *promenade* monumental, la calle que concentra el mayor número de pabellones comerciales y reúne los dos episodios de la cultura popular que se daban cita en la montaña: el *Parque de Atracciones de la Foixarda* y el *Pueblo Español*. Así lo describe Eliseo Sanz Balza en sus Notas de un visitante, publicadas periódicamente en el *Diario*⁷, y reunidas finalmente en el volumen editado un año más tarde con el mismo nombre⁸. Y es en el citado eje donde la arquitectura incorporará el presente de la vanguardia europea del momento.

BARCELONA MIRA A PARÍS: EXPOSITION INTERNATIONALE DES ARTS DÉCORATIFS ET INDUSTRIELS MODERNES (1925)

Si existe un estilo que reúna las pretensiones formales e ideológicas de gran parte de los pabellones del recinto de Montjuic, éste es el *art déco*, un movimiento que según Sanz Blaza, “reúne modernidad sin estridencias, que causa honda impresión de bienestar”⁹. Desde el *Pabellón de los Artistas Reunidos* —obra de Jaume Mestres i Fossas y Santiago Marcos— hasta los prismas para la *Compañía del Gramófono SAE*¹⁰, *MAGGI*¹¹, la *Cooperativa de Fluido Eléctrico*¹² o la Lechera de NESTLÉ¹³, la arquitectura únicamente verifica su modernidad desde los ideales de *L'Esprit Nouveau: air, son, lumière* (Fig. 2). Comunicados de prensa como los de Graf Zeppelin reafirman esta tesis:

“Tenemos el placer de informarles que estamos dispuestos a llevarnos de nuevo una porción de sus productos Leche Condensada LA LECHERA y chocolate con leche NESTLÉ a bordo del dirigible Graf Zeppelin en su próximo viaje alrededor del mundo”¹⁴.

4. Con sede en Plaza Cataluña n.9, poseía delegaciones a nivel nacional en las Islas Baleares, Islas canarias, Valencia, Tarragona, Madrid, Tánger, Bilbao y Sevilla.

5. El Congreso Nacional de Publicidad tuvo lugar el 30 y 31 de agosto de 1929. En FERNAN-NÚÑEZ, R., *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 24 de agosto, 24, pp. 21-22.

6. Agradezco al profesor Enrique Granell la posibilidad de consultar el catálogo *La Publicidad en la Exposición de Barcelona* (Barcelona, 1929) de su archivo particular.

7. SANZ BALZA, E., “Notas de un visitante, IV. Avenidas, Paseos, Plazas, Palacios, Pabellones”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 18 enero 1930, 46. En la crónica se describen profusamente algunos de los pabellones comerciales que aquí nos ocupan.

8. SANZ BALZA, E., *Notas de un visitante*, Exposición Internacional de Barcelona 1929, Barcelona, 1930, pp. 193-198.

9. SANZ BALZA, E., op. cit., p. 195.

10. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 7 julio 1929, 17.

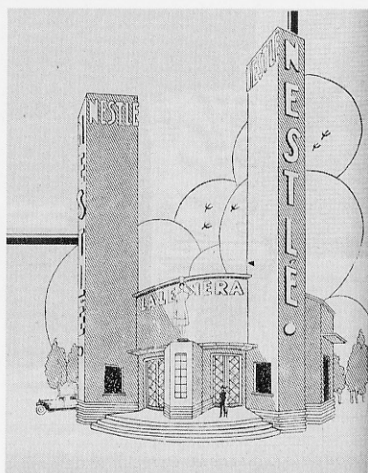
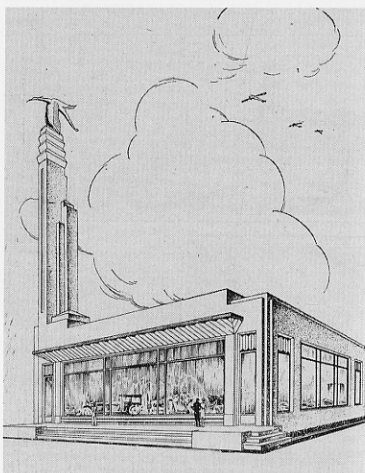
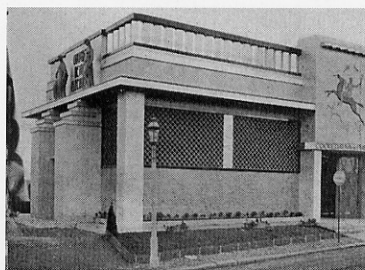
11. Op. cit., 1 octubre 1929, 30, p. 4.

12. Op. cit., 9 noviembre 1929, 36.

13. Op. cit., 21 abril 1929, 1; 4 enero 1930, 44, contraportada.

14. *Ibidem*.

Fig. 2. Los pabellones comerciales art déco. De izquierda a derecha, de arriba abajo: Pabellón de la Cooperativa de Fluido Eléctrico, Pabellón MAGGI, Pabellón Sociedad Hispano-Suiza, Pabellón la Lechera de NESTLÉ.



El primer contacto local con la cultura arquitectónica francesa lo encontramos en las *Cròniques d'Art de París* que el crítico e historiador del arte Rafael Benet publicó en *La Veu de Catalunya* con motivo de la *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* (1925) de París¹⁵. En éstas, el uso del hormigón fascina a Benet. Un material presente tanto en la torre de Robert Mallet-Stevens para su *Pavillon du Tourisme* como en los árboles diseñados por éste junto a Jan and Joël Martel. No es de extrañar que, cuando el catalán decida ilustrar su conocido ensayo *L'Art Nou. El cop de maça*¹⁶, escoja al pionero Auguste Perret y su teatro para la Exposición de 1925 como el mejor icono para la estética del hormigón de *L'Esprit Nouveau*.

Y entre las aportaciones barcelonesas, será el *Pabellón Sociedad Hispano-Suiza*¹⁷ el que se presente como el más claro de los homólogos de Mallet-Stevens en Barcelona. Su torre, facetada en diversos planos y volúmenes, se convierte así en el mejor guiño al *Pavillon du Tourisme* del francés. A la vez que transparencia, simplicidad e industria se presentan como los axiomas utilizados por Sanz Balza para describirlo como un “hermoso local con los muros de extensos cristales, que permiten ver los motores, honra de nuestra industria”¹⁸.

BARCELONA MIRA A ALEMANIA: DE LA GLASACHITEKTUR (1914) A LA WEISSENHOF SIEDLUNG (1927)

Alemania estaba presente en la mayoría de las imágenes que ilustran el catálogo *La Publicidad en la Exposición de Barcelona*. Parques de atraccio-

15. BENET, R., “Cròniques d'Art de París”, *La Veu de Catalunya*, 2 agosto 1925, p. 4; 23 agosto 1925, p. 5.

16. BENET, R., “L'Art Nou. El cop de maça”, *La Ciutat i la Casa*, 1926, 5, pp. 3-12.

17. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 30 junio 1929, 16.

18. SANZ BALZA, E., op. cit, p. 193.

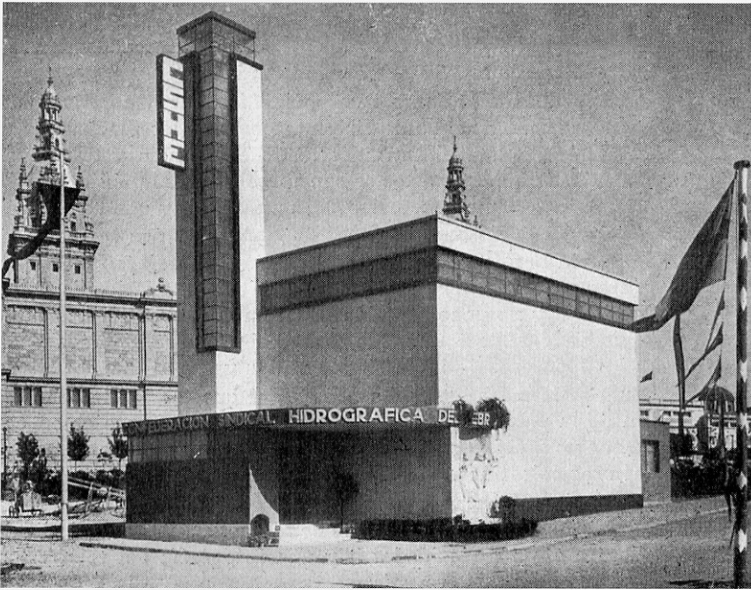


Fig. 3. El pabellón sachlich. Pabellón de la Confederación Sindical Hidrográfica del Ebro - CSHE. En: SANZ BALZA, E., Notas de un visitante, Exposición Internacional de Barcelona 1929, Barcelona, 1930, p. 193.

nes y ferias en Leipzig, junto a fotografías nocturnas de Berlín, como la Torre de Luz OSRAM (1928) durante la semana de la luz, o el *Titania Palast* (1928) de Ernst Schöffler, Carlo Schloenbach y Carl Jacobi. Éste último aparece en el catálogo como una “torre luminosa”, epígrafe que hacía realidad el sueño de una arquitectura expresionista de cristal visionada por Scheerbart años atrás:

“Las torres siempre deberían destacar un lugar o una ciudad. Por eso, es lógico que también se intente hacerlas resaltar en medio de la oscuridad de la noche. En este sentido, todas las torres deberán transformarse siguiendo los principios de la arquitectura de cristal, para convertirlas en auténticas torres luminosas”¹⁹.

Ese mismo detalle, un volumen de luz, es el que acaba por desmaterializar la esquina de la torre del *Pabellón de la Confederación Sindical Hidrográfica del Ebro - CSHE*²⁰ (Fig. 3). Un prisma blanco, una torre y una marquesina curva de entrada reúnen los postulados *sachlich* de la vanguardia arquitectónica europea. Éstos se dan cita en el tratamiento plástico de cada uno de sus elementos: una *fenêtre en longueur* rompe el volumen del prisma blanco parafraseando las planimetrías de J.J.P. Oud para sus viviendas en la *Weissenhofsiedlung* de Stuttgart (1927), mientras su torre construye un volumen de aire como aquellos prismas de cristal que Otto Haesler diseñara para su propuesta de los cuerpos de escalera en la *Rothenbergsiedlung* de Kassel (1929). Y es con el pabellón de la CSHE que el manierismo *art déco* queda aniquilado por el espíritu del tiempo de la máquina y la economía de la producción industrial.

BARCELONA MIRA A ITALIA: III BIENNALE DI MONZA (1927)

Por último, cabe reseñar todas aquellas propuestas cuyo simbolismo de la forma transita entre el “tinglado” (*Decorated sheet*) venturiano y el edificio “pato” (*Duck*). De los primeros cabe señalar desde la acumulación vertical de letras para la torre de la firma Jorba²² hasta el pabellón comer-

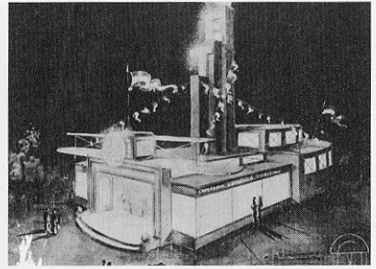
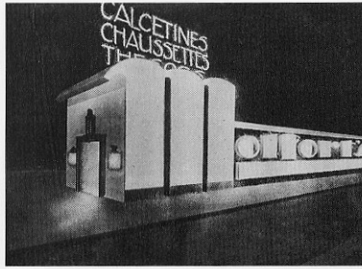
19. SCHEERBART, P., *Glasarchitektur*, 1914, En *Arquitectura de Cristal*, edición y prólogo Antonio Piza, traducciones de Alejandro Pinós y Marisa García, Colección Arquitecturas, n.37, Valencia, 1998, p. 130.

20. SANZ BALZA, E., op. cit., p. 193.

21. VENTURI, R., SCOTT BROWN, D., IZENOUR, S., *Learning from Las Vegas*, MIT Press, Cambridge MA, 1972.

22. La torre JORBA aparece publicada en los números 3 (5 de mayo 1929) y 6 (21 de mayo de 1929) del *Diario Oficial de la Exposición Internacional*. Su serie fotográfica se conserva en: Archivo Nacional de Cataluña (ANC), Fondo Gabriel Casas i Galobardes ANC1-5: “Vista aérea del parque de Atracciones de Maricel, en la montaña de Montjuic de Barcelona. A la derecha, torres publicitarias con las letras de Jorba y Asland”. En: ANC1-5-N-289. 1929-1930.

Fig. 4. Pabellones tipográficos y "kioscos-objetos". De izquierda a derecha: Pabellón calcetines MOLFORT'S, Pabellón de la Sociedad Anónima Uralita, Pabellón de la Compañía Española de Turismo - CET, Pabellón La Equitativa.



cial de calcetines MOLFORT'S²³, al que Sanz Balza dedicaría las siguientes palabras:

"Algo fantástico y no poco atrevido pabellón [...]. En la fachada se leen las letras del nombre al que tal vez le sobre la extranjerización de la palabra, habiendo seguramente estado mejor en catalán, Molforts, que no Moltfort's en inglés"²⁴.

De los segundos, la lista es más extensa: el Pabellón de la *Casa Codorniu*, el anuncio *Aromas de Montserrat*, la botella *Martini Rosso* en la entrada del Pueblo Español²⁵, los tubos de uralita para el Pabellón de la *Sociedad Anónima Uralita*²⁶, los ritmos mecánicos del Pabellón de los *Talleres Metalúrgicos y Fundiciones DAMIANS*²⁷ o la fuente que conforma el perfil del pabellón *La Equitativa*²⁸ (Fig. 4).

Ha sido Antonio Piza quien ha reconocido la influencia de la arquitectura tipográfica de los futuristas en el diseño de estos pabellones²⁹, y en concreto, las propuestas arquitectónicas para el mundo de la publicidad de Fortunato Depero³⁰: de la firma Bestetti, Treves y Tummelli (1926), al *Padiglione del Libro* en la *III Biennale di Monza (1927)* hasta la *Casa d'Arte Futurista (1927-1928)*, el eco de la proclama futurista quedaba así recogido en Barcelona. Fueron también los mismos futuristas quienes abrieron la puerta de la experimentación del "kiosco-objeto"³¹, ofreciendo la posibilidad de una nueva síntesis entre tipografía y producto. *El Pabellón de la Compañía Española de*

23. El pabellón aparece entre las páginas del Diario en diversas ocasiones: n.6 (21 mayo 1929); "verbena de San Pedro", n.15 (23 junio 1929); "un axioma popularizado, la unión de la frases", n.22 (11 agosto 1929); n.45 (11 enero 1930).
 24. SANZ BALZA, E., op. cit., p. 194.
 25. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 31 agosto 1929, 5, p. 14.
 26. "Para los que vemos detrás del espectáculo el mecanismo que le da vida, es más admirable la obra realizada por la regularidad y perfección con que se efectúan todos los cambios de luz y de agua, debido, sin duda, a la calidad de las instalaciones hechas. Y es oportuno mencionar aquí que para la alimentación, fueron elegidas las tuberías URALITA, después de un minucioso estudio de las características de todos los sistemas hasta la fecha conocidos". *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 18 enero 1930, 46.
 27. *La Ilustración Ibero-americana*, 1930, año II, 2.
 28. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 23 noviembre 1929, 38.
 29. PIZZA, A., *Barcelona 1929-1936. Il ponte incompiuto dell'architettura*. Universitat Politècnica de Catalunya, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, Barcelona, 1989, p. IV-40. Tesis doctoral en red en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/5867>.
 30. A.A.V.V. *Depero y la reconstrucción futurista del universo*, Fundació Catalunya La Pedrera, Barcelona, 2013, pp. 21, 119, 120, 121.
 31. A.A.V.V. op. cit., pp. 114-117.

*Turismo*³², obra del arquitecto Ramón Raventós, es un buen ejemplo: “pabellón-avión” rematado en su cubierta por un soporte luminoso que contiene las siglas C.E.T. La máquina dicta sus propios tiempos en los que la Historia como tradición queda aniquilada no sólo desde el mensaje futurista, sino también desde la propia experiencia a la que el visitante se abandona tras cumplir el recorrido de la avenida dels Montanyans: el *Parque de Atracciones de la Foixarda*.

EL PARQUE DE ATRACCIONES DE LA FOIXARDA

La torre de letras de Jorba³³ concluía el eje dels Montanyans y como un arco industrial, daba paso a la esplanada en la que se situaba el acceso principal al *Parque de Atracciones de la Foixarda*, bajo la atenta mirada de la Torre Asland. Ambas torres enmarcaban tanto el límite del recinto expositivo en su ladera sur como la entrada al parque. Si las dos torres venecianas abrían el eje monumental, Asland y Jorba cierran su discurso ofreciendo nuevos significados al margen de la Historia. Con la desaparición de los míticos *Campos Eliseos* de Paseo de Gracia (1853-1873), el parque de atracciones iniciaba un peregrinaje por los recintos de las dos Exposiciones Internacionales de la ciudad: de *Saturno Parque de Atracciones* en la Ciudadella (1911-1920) a los parques de *Maricel* y la *Foixarda* en Montjuic (1929).

La *Foixarda*, el parque de atracciones “más completo y original del mundo”³⁴, da la bienvenida desde una miniatura de tren “que cruza con pretensiones de ferrocarril de importancia. Ha surgido de un recodo, así de improvisado, como la primera sorpresa de la noche”³⁵. Acceder a un parque de atracciones es iniciar un viaje, en el que los valores del tiempo y el espacio se alteran bajo las escenografías del ilusionismo y el simulacro³⁶. Era Francisco Cañadas quien insistía en describir la montaña de Montjuic bajos esos mismos términos:

“Como en todos los viajes sentimos en ese umbral místico que nace algo en nuestro espíritu... ¿Ilusión?... ¿Deseo? Algo ingrátido y aleteante, algo que nos empuja y nos separa del suelo y parece alejarnos de nosotros mismos”³⁷.

Y es el deseo y la ilusión de alejarnos del suelo lo que nos conduce a una de las dos torres que franquean la entrada del recinto del parque. La *Foixarda* aparece siempre fotografiada entre las páginas del *Diario* a través de visiones aéreas³⁸, panorámicas que conducen al lector hacia otro tipo de viaje:

“¿Quiere usted abarcar con la vista toda la exposición, des un punto céntrico y cómodamente accesible? El ascensor del Pabellón Asland, le transportará en un momento a la plataforma de la torre de cemento y cristal, de 50 metros de altura, situada en uno de los puntos dominantes de la Exposición, y desde allí disfrutar de una vista panorámica incomparable”³⁹.

La Torre Asland, obra del arquitecto Francisco Conforts⁴⁰, responde al encargo de una de las empresas catalanas más modernas del momento: la Compañía General de Asfaltos y Portland, iniciativa del Conde de Güell⁴¹, quien tras su fundación en 1901, pronto pondría en funcionamiento dos de las fábricas más importantes del territorio: Castellar d'en Hug (1904)⁴² y Montcada (1915). Güell, fundador y presidente del primer consejo de esta empresa, busca en la arquitectura de su tiempo aquella representación del poder que

32. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 19 mayo 1929, 5.

33. “En cada una de las cuatro “patas” de la letra A, “hay una tienda de los citados almacenes, mientras por la base circulan los autobuses con toda facilidad, y es a modo de arco industrial que da la bienvenida a la avenida dels Montanyans”. En SANZ BALZA, E., op. cit., p. 198.

34. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 19 mayo 1929, 5.

35. SOLSONA, B., “El parque de atracciones (reportajes eutrapiélicos)”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 7 septiembre 1929, 26, p. 6.

36. HIGUERO BAZAGA, F., “Crónica del embrujamiento de Montjuic”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 11 agosto 1929, 22, p. 18.

37. CAÑADAS, F., “Un mundo en Montjuic”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 11 agosto 1929, 22, p. 11.

38. Visión aérea del parque en la que se aprecian las dos torres (Asland y Jorba) en *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 26 mayo 1929, 11; 28 julio 1929, 20. Otra de las instantáneas aéreas muestra como los pabellones comerciales se desalinean del eje monumental de Montjuic.

39. *La Ilustración Ibero-americana*, 1930, 2, contraportada.

40. La única referencia a la autoría de la torre la encontramos en la publicidad de la revista *Cortijos y rascacielos. Casas de campo, arquitectura, decoración*, otoño 1930, 2, p. VIII.

41. “Espíritu clarividente que proyecta empresas, tiene iniciativas propias y acoge y fomenta las ajenas. [...] Está la fundación de la Compañía Asland el 15 de julio de 1901. [...] La proyección de la empresa se hizo con amplios vuelos, en proporciones considerables que comprendían explotaciones en la Poble de Llitet y Castenar d'En Huch”. En A.A.V.V., *Asland. Libro del cincuentenario*, Seix Barral, Barcelona, 1954, p. 15.

42. La fábrica de Castellar d'en Hug se pone en marcha en julio de 1904, acogiendo uno de los mayores despliegamientos de la tecnología moderna capaz de rentabilizar la inversión: “Se montó con tres hornos rotatorios, novedad entonces importada de América. [...] Eran los mayores que se conocían en el mundo y fabricaban entre los tres, 100 toneladas de cemento Portland. Su instalación de fuerza hidráulica a base de ruedas Pelton, es decir de turbinas de acción que constituían en aquella época otra novedad y de su tubería forzada de 5 Km de longitud, completaban un conjunto importantísimo y constituían una de las instalaciones técnicas más importantes de Europa”. En A.A.V.V., op. cit., p. 50.

Fig. 5. Las otras dos torres de la exposición. De izquierda a derecha: Publicidad Torre Jorba, 1929; imagen nocturna de la Torre Asland, 1929. Fotografías de Gabriel Casas i Galobardes. En: ANC1-5-N-536, ANC1-5-N-529.



legítimamente sus ideales. Lo fue primero el modernismo. Más tarde lo sería el noucentisme, y finalmente el *art-nouveau*.

La Torre Asland surge de un voladizo, proclamando las posibilidades del hormigón armado, un material con el que nuestros arquitectos no se encontraban muy familiarizados a manifestar en el exterior de sus edificios. En la fachada del cuerpo bajo, dos relieves en aluminó del escultor Ángel Ferrant, *El Trabajador y Palero*⁴³, auguran la voluntad clásica del pabellón frente a los alardes tecnológicos que lo sustentan. En el interior, se pregunta Josep M. Rovira si “tras una *fenêtre en longueur* empecable, todavía se encuentra el cartel de la compañía presidido por las columnas dóricas del Park Güell”⁴⁴. Un *déjà vu* que también profesa la imagen gráfica publicitaria de la torre en la contraportada del número 29 del *Diario*⁴⁵, en la que la superficie de la aguja se encuentra recubierta de un sospechoso *trencadís* modernista.

Del mismo modo que la entrega de la torre sobre el voladizo de planta romboidal se realiza a través de un juego de volúmenes y superficies biseladas. Modernismo, noucentisme y *art-nouveau* constituyen el *collage* de estilos y citas al que el pabellón alude. Su modernidad hay que buscarla fuera de él, cuando la arquitectura desaparece transformándose en un dispositivo para “ver” y “ser visto”.

Una serie fotográfica nocturna de Gabriel Casas i Galobardes presenta el Pabellón Asland como una “torre-faro”⁴⁶, del mismo modo que sus numerosas publicaciones en *La Ilustración Ibero-americana*⁴⁷. Es en las páginas publicitarias de *La Vanguardia*⁴⁸ donde ambas, Asland y Jorba, aúnan esfuerzos en su nueva doble función, al ser rematadas por dos esferas que irradian luz en múltiples direcciones⁴⁹. Ambas, arquitecturas sin “interior”, conducen a los habi-

43. Fondo Ángel Ferrant. C.A.C.- Museo Patio Herreriano, Valladolid: “El Trabajador”, F.F.-FOT 459-2440 / F.F.-FOT 460-2441; “Palero”, F.F.-RP-REP 1-2093.

44. ROVIRA, J.M., “Gaudí, los noucentistas y el noucentisme: un apunte, dos propuestas, dos notas”, En A.A.V.V. *Els Arquitectes de Gaudí: Berenguer, Rubió, Jujol, Sugrañes, Ràfols, Quintana, Martinell, Martínez Bergós, Bonet, Puig Boada, David Ferrer, Josep Gómez Serrano* (ed.), Col·legi Oficial d'Arquitectes. Àrea de Cultura, Formació i Publicacions, Barcelona, 2002, p. 28.

45. *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 28 de septiembre 1929, 29, contraportada.

46. Archivo Nacional de Cataluña (ANC), Fondo Gabriel Casas i Galobardes ANC1-5: “1929-1930. Pabellón Asland. Pabellón de la empresa de fabricación de cemento Asland, iluminada de noche, en el recinto de la Exposición Internacional de Barcelona”. En: ANC1-5-N-529, ANC1-5-N-530, ANC1-5-N-531.

47. *La Ilustración Ibero-americana*, diciembre 1929, 1, p. 55; 2, pp. 26, 35, 59; 5, p. 82.

48. *La Vanguardia*, 29 septiembre 1929, p. 48.

49. Es en las imágenes del *Diario Oficial* donde el soporte de la esfera que corona la Torre Jorba duda entre dos de sus homólogos internacionales más relevantes: o la estructura metálica en espiral de la Torre de la III Internacional de Vladimir Tatlin (*Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 5 de mayo de 1929, 3) o bien una estructura vertical similar a la Tour Eiffel (*Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 30 de junio 1929, 16).



Fig. 6. Parque de Atracciones de la Foixarda, imagen nocturna. Al fondo, iluminadas, las Torre Asland y la Torre Jorba. En: Instituto Cartográfico de Cataluña (ICC), Fons Cuyàs: RF.6006.

tantes de Barcelona hacia la inspección de sus dominios. Allí, de noche, en lo alto, contemplando el recinto como un todo, descubren la contingencia de sus limitaciones, que no son otras que las del mismo recinto de Montjuic. Y la electricidad, desde su propia artificialidad, arroja al espectador al ilusionismo de una ficción (Fig. 5).

“Del aeródromo cercano, el vuelo de unas aves metálicas se cierne en el ambiente diáfano, fluctúa sobre la ciudad, une los dos horizontes, y digéramos que va sembrando una simiente invisible, unos átomos de luz y oro”⁵⁰.

Lo sólido se desvanece en el aire (Fig. 6). Otra complementariedad de la cultura del capital que necesita del ocio y el simulacro para hurdir sus raíces en el subconsciente colectivo. Y de éste, lo único que permanece es su “sombra”.

SOBRE LA ANIQUILACIÓN DE LA HISTORIA

Ya en la exposición de París de 1925, la *Tour Eiffel* iniciaba un viaje en el espacio y el tiempo. Aparecía fotografiada en el interior del *Pavillon du Tourisme* –presagio del *souvenir*– y como motivo de inspiración para la fuente nocturna que René Lalique proyectó en el interior del *Pavillon des Parfums*⁵¹. Propuesta casi dadaísta, que extraía el objeto –en este caso el monumento– de su espacio homogéneo cotidiano, obligándole a abandonar su escala inicial para adquirir nuevas resonancias interpretativas: la banalización del lenguaje. Cuando el signo pierde su significado para otorgarle otros que la industria del ocio o la publicidad de masas impone, nace la frivolidad. O bien la presencia del TOTEM y su “sombra”.

En Barcelona las cosas no iban a ser distintas. Si la torre deja de ser objeto artístico para transformarse en objeto de consumo, y la realidad cotidiana se transforma en objetos artísticos, ambas operaciones ponen en evidencia la necesidad de una reflexión final sobre el lenguaje en la cultura del consumo. La *Tour Eiffel*, en Barcelona, se ha hecho enana (apenas 50 metros). Unos tubos de uralita, una botella de vermuth, gigantes. Inversiones elocuentes. Ha sido Jonathan Swift quien en sus *Viajes de Gulliver* (1726) nos ha dado pistas sobre el proceso de simplificación y banalización del mundo a través del lenguaje:

“El primer proyecto que observé en la Escuela de Lenguas, consistía en abreviar los discursos, acortando los polisílabos y abandonando verbos y participios, porque, en realidad, todas las cosas imaginables no consisten nada más que en nombres”⁵².

50. CAÑADAS, F., “Su eminencia la montaña de Montjuic”, *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 30 noviembre 1929, p. 39.

51. PÉREZ ROJAS, F.J., “La Exposición de Artes Decorativas de París de 1925”, *Artigrama*, 2006, 21, pp. 43-84.

52. SWIFT, J. *Gulliver's Travels*, Oxford University Press, Oxford- New York, 1991, p. 184.

Fig. 7. Publicidad del *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 18 enero 1930, 46.



EL PUEBLO ESPAÑOL

El Pabellón de "Asland"
(Gran Premio de Honor)

El Pabellón
de los Artistas Reunidos
(Gran Premio de Honor)

y el "Telescopio" de la estación
de la Plaza de Cataluña del F.C. de
Sarriá a Barcelona, han sido las obras
cumbres realizadas durante el año
1929 por la casa

MATERIAL Y OBRAS

S. A.

CALLE DE CORTES, 440, entlo.

B A R C E L O N A

53. CIRLOT, J.E., *Ferías y Atracciones*, Argos, Barcelona, 1950, p. 8.

54. "El reloj de la Historia que no tiene más que siglos, y para que no me pongan tilde de intransigente concederé que cuenta también cuartos de centuria, que equivalen a las horas de nuestra existencia individual". En CANADAS, F., "Barcelona Futura. Visiones barcelonesas", *Diario Oficial de la Exposición Internacional*, 16 noviembre 1929, 37.

Nombres, que no palabras. Recuerda Juan Eduardo Cirlot, en su libro *Ferías y Atracciones*, que mientras las capas intelectuales de la sociedad buscan el establecimiento de los hechos históricos, el pueblo tiende inconscientemente y de manera absoluta a la aniquilación de la Historia, para reducirla a lo arquetipal⁵³. De esa destrucción participaron gran parte de las arquitecturas que se dieron cita en Montjuic⁵⁴. Entre ellas, la Torre Asland. Su "sombra" es todavía muy alargada (Fig. 7).