

Recuerdo de España. La cerámica sevillana de tema quijotesco como souvenir turístico en torno a la Exposición Iberoamericana de 1929

Souvenir from Spain. Sevillian ceramics with a quixotic theme as a tourist souvenir around the Ibero-American Exhibition of 1929

Víctor M. Heredia-Flores¹: Universidad de Málaga, España.

vmheredia@uma.es

Marta Luque-Aranda: Universidad de Málaga, España.

martaluque@uma.es

Fecha de Recepción: 07/06/2024

Fecha de Aceptación: 22/07/2024

Fecha de Publicación: 16/08/2024

Cómo citar el artículo:

Heredia-Flores, V.M., y Luque-Aranda, M. (2024). Recuerdos de España. La cerámica sevillana de tema quijotesco como souvenir turístico en torno a la Exposición Iberoamericana de 1929 [Souvenir from Spain. Sevillian ceramics with a quixotic theme as a tourist souvenir around the Ibero-American Exhibition of 1929]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-551>

Resumen:

Introducción: El origen del turismo está estrechamente unido a la aparición del souvenir como elemento físico con poder rememorativo que servía como prueba de haber visitado un lugar.

Metodología: En este artículo se estudia la amplia difusión de la cerámica producida en Sevilla en las primeras décadas del siglo XX que utilizaba la imagen gráfica del Quijote como recuerdo turístico, ofreciendo una labor de localización de los azulejos de esa temática, especialmente en América. **Resultados:** La principal aportación de nuestra investigación es la evidencia de que las aventuras del Quijote llegaron, sobre soporte cerámico, a lugares muy distantes llevados por los mismos turistas que visitaban España. **Discusión:** El valor del souvenir como transmisor de un discurso ideológico y cultural debe entenderse en su contexto, que en este caso es el de la difusión del concepto de Hispanidad a partir de aglutinantes como la historia común y, sobre todo, el idioma compartido. **Conclusiones:** Tanto en forma de piezas sueltas

¹ Autor correspondiente: Víctor M. Heredia-Flores. Universidad de Málaga (España).

como mediante encargos de mosaicos y conjuntos, durante los años previos y posteriores a la Exposición de 1929 la cerámica sevillana de tema cervantino sirvió para proyectar internacionalmente una determinada imagen de la cultura española vinculada a un turismo todavía elitista.

Palabras clave: Turismo; Cerámica; Sevilla; Triana; Souvenir; Quijote; Cervantes; Exposición Iberoamericana.

Abstract:

Introduction: The origin of tourism is closely linked to the appearance of the souvenir as a physical element with remembrance power that served as proof of having visited a place.

Methodology: This article studies the wide dissemination of ceramics produced in Seville in the first decades of the 20th century that used the graphic image of Don Quixote as a tourist souvenir, offering a job of locating tiles of that theme, especially in America. **Results:** The main contribution of our research is the evidence that the adventures of Don Quixote reached, on ceramic support, to very distant places carried by the same tourists who visited Spain.

Discussions: The value of the souvenir as a transmitter of an ideological and cultural discourse must be understood in its context, which in this case is that of the dissemination of the concept of Hispanidad based on glues such as common history and, above all, the shared language.

Conclusions: Both in the form of individual pieces and through commissions for mosaics and sets, during the years before and after the 1929 Exhibition, Sevillian ceramics with a Cervantine theme served to project internationally a certain image of Spanish culture linked to a still elitist tourism.

Keywords: Tourism; Ceramics; Seville; Triana; Souvenir; Quijote; Cervantes; Ibero-American Exhibition.

1. Introducción

El origen del turismo está estrechamente unido a la aparición del recuerdo o souvenir como elemento físico que servía como prueba de haber visitado un lugar y que tenía un poder conmemorativo. Se trataba, generalmente, de pequeños objetos de escaso valor, aunque a veces podía tratarse de piezas de mayor tamaño, valor y antigüedad, hasta el punto de derivar en un auténtico expolio. Con el incremento del número de viajeros y turistas se fue creando en las zonas receptoras una actividad artesanal e industrial dedicada a la producción seriada de esos objetos que eran comercializados entre las personas que llegaban de tierras lejanas con ganas de descansar y vivir experiencias. El souvenir servía, además de como recuerdo de una vivencia personal, como regalo para amistades y familiares.

En las primeras décadas del siglo XX se había establecido un flujo regular de turistas que recorrían España y, especialmente, las provincias andaluzas. Aunque era un turismo aún minoritario y de alto poder adquisitivo, su número era suficiente para incentivar el desarrollo de comercios y productos especializados en el recuerdo turístico. Objetos como abanicos, figuras de personajes típicos, estampas, postales, sombreros, prendas, cerámicas o reproducciones a escala de monumentos servían para satisfacer una demanda creciente.

La evolución de estos objetos, cuyos primeros antecedentes hay que buscarlos en el siglo XVIII, pasó desde una factura artesanal que creaba piezas únicas (como los barros policromados decimonónicos de tipos populares) a una producción seriada de carácter industrial. La Exposición Iberoamericana de 1929 significó un momento clave en la difusión internacional de una imagen de Andalucía que en parte se proyectaba a través de los souvenirs.

En las décadas anteriores se había consolidado el proceso de recuperación de la tradición cerámica de Triana alrededor de varios talleres que produjeron de manera masiva mosaicos y azulejos destinados a cubrir bancos y muros de espacios públicos y paredes de zaguanes, patios y salones domésticos. Uno de los temas preferidos de los centros alfareros fue el del Quijote, convertido desde principios del siglo XX en una referencia de la identidad cultural española en el mundo. Además, en Sevilla existía un núcleo de cervantistas que potenciaron el desarrollo de esa temática en las artes decorativas de la ciudad.

En este artículo se realiza un estudio de la amplia difusión de la cerámica como un producto industrial, con un importante componente artesanal, que incorporaba un valor añadido como medio de expresión de la cultura española. Para ello se ha hecho un seguimiento de los productos alfareros trianeros relacionados con la imagen gráfica del Quijote, acompañado de una labor de localización de los azulejos de esa temática en muy diversos lugares, con singular atención al continente americano. La principal aportación de nuestra investigación es la evidencia de que las hazañas de Don Quijote llegaron, sobre soporte cerámico, a lugares muy distantes, en muchos casos llevados por los mismos turistas que visitaban España. Tanto en forma de piezas sueltas como mediante encargos de mosaicos y conjuntos, durante los años previos y posteriores a la Exposición de 1929 la cerámica sevillana de tema cervantino sirvió para proyectar internacionalmente una determinada imagen de la cultura española vinculada a un turismo todavía elitista.

2. Metodología

2.1. *El souvenir como componente del turismo*

La presencia del souvenir como elemento del turismo se remonta a los propios orígenes de esta actividad. Como elemento de la industria turística su análisis debe ser poliédrico, aunque son sus componentes económico y simbólico, los que alcanzan una mayor trascendencia (Palou Rubio, 2006).

La idea del souvenir y su definición más elemental nacen del vínculo existente entre el propio objeto con la experiencia del viaje. Siguiendo a diferentes autores dedicados al estudio de los objetos de recuerdo podemos establecer diferentes clasificaciones de dichos artículos. Los criterios utilizados en esta taxonomía son varios. Chon (1992) establece la línea de división de los artículos recuerdo en función de su imagen simbólica y su utilidad; Simonicca (1997) distingue entre el souvenir comercial y el souvenir recogido directamente del paisaje; Swanson (2004) clasifica dichos productos según cinco características principales: imágenes pictóricas (postales o libros), trozos extraídos de la naturaleza, artículos que evocan aspectos propios del área, productos en los cuales aparece el nombre del destino y productos locales (alimentación o prendas de vestir) (Palou, 2006). Como vemos, en la metodología empleada en el estudio del souvenir como objeto turístico se entrecruzan diferentes argumentos, pero existe un denominador común: los turistas acuden a los lugares de destino con una idea preestablecida, y es ésta la que buscan. El souvenir no deja de ser un reencuentro con un imaginario previo (Plaza, 2012).

La adquisición del souvenir ayuda a localizar, definir y congelar en el tiempo una experiencia efímera. El objeto de recuerdo condensa el lugar visitado, es decir, estos artículos logran convertir en palpable lo que en un principio es intangible (Canestrini, 2001). También estos productos cobran un nuevo sentido al regresar a casa: permiten validar la experiencia del viaje ante la comunidad (Swanson, 2004). Este argumento es llevado al extremo por Loeb (1992) cuando afirma que el souvenir conlleva cierto punto de exhibicionismo. Los turistas acaban

buscando una imagen preconcebida, a partir de lo que han visto previamente, y no dejan de perseguir una percepción de lugares y recuerdos ya mitificados por famosos observadores anteriores, a los que pretenden emular sin adoptar una conciencia propia de los espacios que están visitando (Augé, 1998).

De la mano de la consolidación del turismo, se fue gestando una pequeña industria, un conjunto de negocios personales, fundamentalmente de artesanos y sastres, que ofrecían aquello que los visitantes les iban demandando como testimonio de su visita. Fueron las grandes exposiciones universales, típicas de la segunda mitad del XIX, como las de Filadelfia, Chicago, Nueva York, Londres y París, las que dieron el espaldarazo definitivo al souvenir, convirtiendo su adquisición en algo obligado y generando una industria capaz de producir en serie ese artículo por el que pronto se identificaría cada ciudad, región o país (Ergo, 2014).

En el caso del souvenir español es determinante la mirada de los viajeros románticos. La evocación de un país exótico en el que se daba cita una variada galería de *tipos*, que incluían entre otros al temible bandolero, a la sensual y misteriosa gitana, al torero, al virtuoso de la guitarra, a las bailaoras y por supuesto al caballero andante encarnado en la figura de Don Quijote. Para los románticos europeos España encarnaba a la perfección el ideal de un país que, a pesar de su cercanía geográfica, conservaba en su esencia todo el exotismo y la belleza sólo comparable a los lejanos rincones de Oriente. En definitiva, todo lo que un romántico europeo podía esperar en su búsqueda de emociones nuevas y fuertes. Este imaginario fue forjando durante años una imagen de la identidad española y despertando el deseo de adentrarse en ella, dejando constancia a través del objeto recuerdo. Y como resultado, el desarrollo de la industria del recuerdo. Mantillas, abanicos, fotografías, grabados, figuritas de barro representando a los *tipos* señalados y cerámicas, objetos de una España que muchos querían olvidar, pasaron a ser demandados por una corriente turística creciente. El consumo del souvenir se fue extendiendo desde mediados del siglo XIX, y productos artesanales fueron dando paso a otros de carácter más industrial. No obstante, el objeto artesanal más exclusivo mantuvo su esencia y se comercializaría confiriendo a aquel que lo adquiría un plus de distinción (Plaza, 2012).

La Exposición Iberoamericana celebrada en Sevilla en 1929 se convirtió en un excelente expositor de los tradicionales souvenirs españoles. “Este evento turístico, en lugar de apelar a la modernización, se fundamentó en la tradición y en la historia, con ausencia de cualquier manifestación artística contemporánea” (Plaza, 2012, p. 166). Objetos basados en una iconografía reconocida previamente como típica de la cultura española se hicieron presentes y fueron adquiridos por los visitantes de la Exposición.

2.2. El interés por la obra cervantina a principios del siglo XX

En los primeros años del siglo XX se despertó en España un renovado interés por la figura de Cervantes y su obra. Los efectos del Desastre del 98 y la consiguiente crisis de identidad nacional incentivaron la búsqueda de símbolos que encarnaran las virtudes de la nación y que fueran representativos de cara al exterior. Además, se unió la coincidencia con la conmemoración de los tricentenarios de la publicación de la primera parte del *Quijote* (1905) y de la muerte del escritor (1916). Entonces el considerado autor más importante de la lengua española y creador de una de las obras cumbre de la literatura universal se convirtió en referencia fundamental de la cultura hispánica y su principal personaje, Don Quijote de la Mancha, en uno de los símbolos más reconocibles de España en el mundo.

Desde casi el momento de la publicación en 1605 de la primera parte de *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha* la obra fue adquiriendo un amplio reconocimiento, aunque

inicialmente fue leído como un libro humorístico y de entretenimiento. El prestigio de Cervantes y su obra se fue consolidando a lo largo del siglo XVIII, cuando los ilustrados otorgaron al *Don Quijote* una valoración moral y didáctica y, en consecuencia, una utilidad social. Esta nueva interpretación satírico-moral propició un renovado interés por la novela tanto en España como en el extranjero, especialmente en el mundo anglosajón. Con el romanticismo se extendió una nueva interpretación del libro que subrayaba “el poder de la imaginación, su capacidad fabuladora, su sentido de la ironía y su condición de exponente de todo un modo de entender el mundo” (Reyes y González, 2006, pp. 15-18). De la mano de los románticos la novela de Cervantes se transformó en un referente literario universal.

El progresivo interés por la obra cervantina desencadenó a partir del siglo XVIII un aumento de la creación de imágenes basadas en el mundo del escritor en las diferentes artes plásticas. El Quijote se convirtió en fuente de inspiración para numerosos artistas y se generó una demanda de productos seriados relacionados con los personajes creados por Miguel de Cervantes. Además de los dibujos realizados para las múltiples ediciones ilustradas de la novela (que siguieron a la primera impresa en los Países Bajos en 1657 con estampas atribuidas a Jacob Savery), alcanzaron notable difusión en los palacios europeos los tapices con escenas del *Quijote* elaborados a partir de las ilustraciones del pintor francés Charles Antoine Coypel.

El desarrollo de las industrias gráficas durante la Revolución Industrial facilitó la reproducción masiva de estampas frente a las ediciones limitadas de las etapas anteriores. Una de las series de imágenes quijotescas que más éxito alcanzó fue la elaborada por Gustave Doré y publicada por vez primera en 1863 en París, que ofrecía una visión romántica de la novela y gozó de una enorme difusión. Se imprimieron numerosas ediciones profusamente ilustradas, como la del editor Montaner y Simón de 1880, con cromolitografías de Ricardo Balaca y J.L. Pellicer. Daniel Urrabieta Vierge, apasionado del texto cervantino, también realizó una serie de 260 dibujos para ilustrar diversas ediciones inglesas, francesas y españolas desde los primeros años del siglo XX. Los dibujos de Jaime Pahissa, que aparecieron en la edición de la editorial barcelonesa, Seguí de 1897, gozaron de una gran popularidad porque fueron reproducidos en cromos publicitarios de la marca de chocolates Amatller (Alvar *et al.*, 2004).

La profusión de imágenes inspiradas en el mundo cervantino estaba estrechamente vinculada con la progresiva adopción de la figura de Don Quijote como símbolo nacional hispánico. La coincidencia de la conmemoración del tercer centenario de la publicación con la crisis provocada por el desastre colonial ayudó a que a principios del siglo XX se potenciara el uso de la obra principal de Cervantes como un símbolo de identidad nacional dentro del proyecto político del regeneracionismo liberal. El partido liberal apostó por convertir a Cervantes y su obra en símbolos de la nación. “Además, al ser un símbolo literario servía para exaltar el idioma nacional como elemento integrador desde el espacio escolar y elemento común con los demás países de habla hispana” (Álvarez e Ibáñez, 2005, pp. 11-20).

En el ámbito escolar se fomentó la utilización del *Quijote* como manual de lectura en la enseñanza primaria. Su lectura obligatoria en las aulas de enseñanza primaria, establecida en 1920, promovió las ediciones escolares adaptadas y publicadas por Hernando, Calleja, Sopena, Sucesores de Paluzie o Dalmau Carles (Tiana, 2004). En aquellos años figuras intelectuales de gran prestigio, como Marcelino Menéndez Pelayo, Ortega y Gasset y Miguel de Unamuno defendieron el valor pedagógico del *Quijote*. “El uso de los textos de Cervantes en la enseñanza de bachillerato era anterior, pero igualmente se vio reforzado con el cambio de siglo” (Guereña, 2008, p. 149). La magna obra cervantina se enseñó entonces como un mito universal al servicio de la formación de un sentimiento patriótico.

Aunque los actos conmemorativos del tercer centenario de la muerte de Cervantes previstos

para 1916 fueron suspendidos por el contexto internacional marcado por la I Guerra Mundial, el interés por el *Quijote* no menguó y hasta se incrementó en los años siguientes con la consideración de la figura de Alonso Quijano como símbolo de la hermandad hispanoamericana. En los años de la Dictadura de Primo de Rivera se dio un nuevo impulso a la identificación de las figuras de Cervantes y de Don Quijote como hitos de la identidad nacional. Se inició en 1926 la construcción del gran monumento que se había previsto en 1905 en la emblemática Plaza de España de la capital, y en ese mismo año se fijó la celebración del Día del Libro, primero en la supuesta fecha del nacimiento de Cervantes, el 7 de octubre, hasta que en 1931 se trasladó, de forma ya definitiva, al 23 de abril, aniversario de su muerte. (Guereña, 2008, pp. 177 y 189).

3. Resultados

3.1. El Quijote en la cerámica española

Desde fechas muy próximas a su publicación la novela de Cervantes había sido objeto de ediciones ilustradas y con el paso del tiempo se había generado una amplia y variada iconografía de los personajes y de las escenas más conocidas de la obra. Las posibilidades gráficas de la novela y el carácter artístico del resurgir de la cerámica en Sevilla y Talavera de la Reina, que combinaba la recuperación de técnicas tradicionales en riesgo de desaparición con la decidida adopción de procedimientos de carácter industrial, propiciaron que los más importantes talleres cerámicos de la época prepararan mosaicos y series basadas en las andanzas del *Hidalgo de la Mancha*. La principal referencia gráfica utilizada por las fábricas fue el llamado *Quijote del Centenario*, cuidada edición en ocho volúmenes de los que la mitad correspondían a ilustraciones realizadas en su mayor parte por el pintor sevillano José Jiménez Aranda (Heredia y Maldonado, 2018).

Fue a mediados del siglo XVIII cuando se empezaron a producir piezas cerámicas de tema quijotesco. Los ejemplos más antiguos conocidos se corresponden con algunas piezas elaboradas en la Manufactura del conde de Aranda en Alcora (Castellón), en la de Porcelana del Buen Retiro y en los alfares de Talavera de la Reina. Se trataba en todo caso de piezas de vajilla, jarrones y objetos ornamentales. A mediados del siglo XIX se produjeron en la Real Fábrica de Sargadelos (Lugo) y en la factoría sevillana de Pickman en La Cartuja piezas destinadas al servicio de mesa decoradas con escenas cervantinas (Mañueco, 2005). Aparte de en piezas sueltas, también hay referencias al uso de pasajes de la obra de Cervantes en elementos cerámicos arquitectónicos. El de mayor antigüedad es el pavimento de la casa de los Miquel-Saavedra de Valencia, fabricado en el alfar valenciano de Miguel Royo en la década de 1820. Se compone de cinco escenas inspiradas en los grabados que, a partir de dibujos de Antonio Carnicero, ilustraron la edición de la Real Academia Española de 1782 (Pérez, 2005).

El interés que todo lo relacionado con el *Quijote* despertó en torno al centenario de 1905 dio lugar a una curiosa experiencia que aunaba fotografía y cerámica. La amistad entre el polifacético artista Daniel Zuloaga y el acaudalado industrial vasco Luis de Ocharan, fotógrafo aficionado, dio como resultado una serie de imágenes fotográficas que sirvió al primero para la preparación de sus tapices pintados, mosaicos de azulejos y piezas de cerámica. El artista también utilizaría estas fotografías para varias piezas cerámicas que produjo de forma seriada, como las cornucopias de estilo alcoreño (García, 1997; Rubio, 2005; Rubio y Zamora, 2007).

Un foco de especial importancia en la representación del *Quijote* en obra cerámica estuvo en Talavera de la Reina. Juan Ruiz de Luna fue la personalidad clave a la hora de recuperar la antigua tradición cerámica talaverana junto a Enrique Guijo y Platón Páramo. Guijo se ocupó de la dirección artística y definió el estilo de inspiración renacentista característico de la

renovada cerámica talaverana. Durante la etapa de su sucesor, Francisco Arroyo, se elaboraron numerosas piezas que reproducían escenas del Quijote, en especial platos decorativos, vajillas, jarras y objetos de adorno, a partir de las ilustraciones de Doré y Jiménez Aranda (González, 2005). Vinculados al foco manchego, con centro en Talavera, tenemos la obra de ceramistas como el mismo Enrique Guijo, Julián Montemayor, Francisco Andrés Henche, Enrique Ginestal, Francisco Machuca y Fernando Broncano, que establecieron alfares en cuya producción destacaron las piezas decorativas con motivos quijotescos, destinadas a un público de cierto poder adquisitivo, como las de Ruiz de Luna. También prepararon escenas cervantinas para murales y zócalos, de las que se conservan algunos ejemplos fechados en las décadas de 1920 y 1930 (Mañueco, 2005). En Toledo se establecieron los ceramistas Sebastián Aguado y su discípulo Ángel Pedraza, que montaron talleres pequeños con una producción orientada a cubrir la creciente demanda de objetos de recuerdo para los turistas extranjeros, que empezaba a ser notable a partir de mediados de los años veinte. De ambos artistas se conocen varios paneles de azulejos pintados con escenas del *Quijote*, y del primero se sabe que su familia donó un mosaico a la ciudad norteamericana de Toledo (Ohio) en 1934 (Mañueco, 2005).

En lo que respecta a la cerámica de aplicación arquitectónica tuvieron mayor importancia los centros alfareros de la Comunidad Valenciana: Manises y Onda. En el primero la realización de paneles de azulejos con escenas del Quijote tuvo su auge entre mediados de los años veinte y la década de los 30, con una prolongación en la postguerra. Sin duda por la influencia que el éxito de esta temática estaba alcanzando en esos años en la producción trianera y talaverana, la mayoría de las fábricas de Manises incluyeron en sus catálogos comerciales azulejería seriada que reproducía motivos cervantinos, además de la posibilidad de ejecutar obras singulares por encargo. Los zócalos de estilo neorrenacentista de este origen disfrutaron de una amplia difusión por España y por varios países americanos (Pérez, 2005). En el caso de Onda, la localidad castellanense se convirtió en las primeras décadas del siglo XX en el primer centro productor de azulejos del país. El repertorio de sus fábricas era muy amplio y recogía modelos de todos los estilos. Aunque ya se producían paneles con escenas del *Quijote* en los años veinte, fue a partir de 1940 cuando este tema adquirió mayor relevancia comercial y se generalizó su producción (Estall, 2005).

3.2. La temática quijotesca en la cerámica sevillana

La recuperación de técnicas y modelos estilísticos antiguos y la introducción de la mecanización ofrecieron nuevas posibilidades artísticas y comerciales a la cerámica española, en especial en la fabricación de elementos arquitectónicos. Después de repasar someramente el impacto de la temática cervantina en los principales centros productores del país, vamos a ocuparnos del que sin duda fue el más importante centro de difusión de la aplicación iconográfica de la universal obra de Cervantes a la cerámica: Sevilla.

3.3. La recuperación de la tradición cerámica de Triana

El origen de la tradición cerámica hispalense se remonta a la Edad Media, cuando en el arrabal de Triana, se desarrolló una importante fabricación artesanal de azulejos destinados al revestimiento de elementos constructivos, que fue evolucionando en función de los procedimientos empleados: el alicatado en el siglo XIV, la cuerda seca en el XV y los azulejos de cuenca o arista a partir del XVI, cuando la influencia italiana y flamenca en las técnicas y los motivos decorativos generalizó el azulejo plano pintado de estilo Pisano (Luque, 2012). La producción de azulejos de los alfares trianeros entró en decadencia en los siglos XVII y XVIII, al igual que otros centros de tradición cerámica del país. En el siglo XIX la industrialización introdujo nuevos procedimientos técnicos y una renovada demanda de azulejos en la

decoración de los edificios. La fábrica de Pickman, creada en 1841 en el antiguo monasterio de La Cartuja, marcó el principio de ese proceso de renovación productiva que vino acompañado de una recuperación de técnicas y calidades que habían caído en desuso. Este proceso coincidió con el desarrollo en las décadas finales del siglo XIX de un movimiento internacional que reivindicaba los trabajos artesanales y promovía la recuperación de las técnicas tradicionales que habían caído en el olvido o se veían amenazadas por el imparable desarrollo de la mecanización de los procesos productivos. En la propia Gran Bretaña autores como Ruskin y Morris desarrollaron las bases teóricas de este movimiento de recuperación de las artes decorativas, conocido como *Arts and Crafts*. En pleno apogeo de la industrialización el retorno a la tradición era una respuesta cultural y económica que concedía especial atención a la belleza de las formas sin renunciar a la funcionalidad, aunando de este modo conceptos como estética y calidad.

En Sevilla, en paralelo al nacimiento de este movimiento internacional, se desarrollaron los trabajos de ceramistas como Manuel Soto y los hermanos Jiménez para imitar y recuperar los alicatados hispanomusulmanes y mudéjares de los siglos XIV y XV y los azulejos de arista del XVI, con el apoyo intelectual del erudito José Gestoso. Recurriendo a argumentos estéticos, éticos e históricos se empezó a promover el resurgir de la cerámica polícroma sevillana como seña de identidad cultural que hundía sus raíces en la época hispanomusulmana y los siglos medievales cristianos. Al mismo tiempo se fueron creando empresas que se dedicaron a la producción masiva de piezas cerámicas de carácter ornamental y funcional que combinaban en sus procesos productivos métodos modernos con técnicas tradicionales. La incorporación de la máquina de vapor en los procesos de vidriado mejoró y abarató la producción, pero se mantuvo la labor artesanal en la decoración manual de las piezas, para las que se recuperaron motivos antiguos gracias a los trabajos de Gestoso (1903, pp. 356-359).

La definición de unos repertorios ornamentales de raíz vernácula coincidía con el incremento de la demanda de elementos constructivos y con el desarrollo de la fabricación mecanizada derivada de los avances tecnológicos de la Revolución Industrial. Esto permitía que, a partir de modelos antiguos, fuera posible producir a mayor escala y a menores precios toda una gama de bienes asequibles y adaptados a los nuevos gustos del mercado. Además, la variedad temática se amplió para satisfacer las demandas particularizadas de los clientes. Junto a la copia de repertorios de modelos antiguos sevillanos, los artistas que trabajaban para los talleres cerámicos estaban capacitados para reproducir o crear retratos, paisajes, vistas de monumentos, escenas de costumbres o históricas y copias de grandes obras maestras del arte universal. Para ello los pintores disponían de abundantes fuentes de inspiración en los numerosos materiales gráficos que ya por entonces circulaban en el mercado editorial. Como escribe Alfonso (2004): “la cerámica protagonizará ahora los revestimientos de los vestíbulos, los patios, las escaleras, los despachos, los salones, los comedores, los oratorios y los jardines” (p. 62).

En la propia ciudad de Sevilla el desarrollo de la industria cerámica de Triana estuvo estimulado por el impulso del historicismo regionalista en la arquitectura y por los preparativos de la Exposición Iberoamericana de 1929, jugando un papel destacado en esas décadas iniciales del siglo XX el arquitecto Aníbal González, quien realizó una aplicación intensiva de dicho estilo e intervino activamente en los proyectos relacionados con la Exposición. La referencia de los estilos mudéjar y renacentista en el eclecticismo regionalista implicaba el recurso a materiales tradicionales como el ladrillo y los azulejos. Éstos, decorados según los motivos recuperados de los siglos XV y XVI, fueron empleados profusamente para revestir edificios, monumentos, jardines y espacios públicos sevillanos, y desde la capital hispalense su demanda se irradió por el resto de Andalucía y por todo el país (Librero, 2000; Luque, 2012, pp. 12-17). Es en ese contexto en el que tenemos que situar la creciente utilización

de motivos extraídos del *Quijote* en la cerámica producida en Triana.

3.4. *Lo cervantino y la Exposición Iberoamericana*

A principios del siglo XX la celebración de los centenarios del *Quijote* en 1905 y de Cervantes en 1916 reactivaron el papel de referencia capital de la cultura hispánica del autor y de su principal obra, convertida en icono universal. La proliferación de ediciones escolares y generales del *Quijote* y la utilización de Cervantes como un símbolo de identidad nacional estimuló el interés de los artistas por los temas quijotescos, que siempre han ofrecido enormes posibilidades plásticas a los dibujantes y artistas que se han sentido “seducidos por la riqueza expresiva de sus personajes y la trama de sus aventuras” (Álvarez e Ibáñez, 2005, pp. 21-28). Es, por tanto, a partir de la década de 1910 cuando los motivos o escenas del *Quijote* se convierten en una temática recurrente en los catálogos de los centros productores de cerámica, especialmente en Talavera de la Reina y en Sevilla.

La renovación de la oferta de productos cerámicos coincidió en las primeras décadas del siglo XX con un incremento de la demanda de azulejos derivada de varias causas. Por un lado, la preocupación higienista hizo que se extendiera la colocación de zócalos cerámicos en el interior de las viviendas, en especial en aquellos lugares de paso como zaguanes, patios y escaleras. Esta medida, que facilitaba la limpieza y la prevención de humedades, se vio favorecida por el abaratamiento de la producción de las piezas. Además, los mosaicos cerámicos fueron demandados ampliamente para letreros publicitarios en comercios, para retablos religiosos en templos y domicilios particulares, y para usos ornamentales en exteriores de edificios, monumentos y espacios públicos como plazas y jardines (bancos, fuentes), en el marco del renacimiento de las artes decorativas.

En la ciudad hispalense se había formado un núcleo de cervantistas en torno a las figuras de estudiosos como Francisco Rodríguez Marín y José María Asensio. En ese ambiente propicio, el pintor sevillano José Jiménez Aranda emprendió la tarea de ilustrar una edición monumental del *Quijote* con motivo del tercer centenario, la de López Cabrera que apareció entre 1905 y 1908 en ocho volúmenes, cuatro de texto y otros cuatro de ilustraciones. Jiménez Aranda, fallecido en 1903, dejó preparadas un total de 689 imágenes, que fueron completadas con otras 111 elaboradas por otros artistas. *El Quijote* de Jiménez Aranda era la edición más profusamente ilustrada de las publicadas hasta entonces y su concepción estética partía del objetivo de, en sintonía con el clima nacionalista propio del regeneracionismo, devolver a la obra el carácter castellano y realista que, a su juicio, los fantásticos dibujos de Doré y otros ilustradores extranjeros habían desvirtuado (Barón, 2006). El esfuerzo del pintor sevillano es una prueba más de la fuerte influencia que el universo narrativo de Cervantes ejerció en los artistas españoles de la época, muy evidente en pintores del círculo sevillano como Manuel Rodríguez de Guzmán, Eduardo Cano, Mariano de la Roca, Manuel García “Hispaletto” y el propio Jiménez Aranda, e igualmente del círculo malagueño como José Moreno Carbonero y Antonio Muñoz Degraín, quien donó a la Biblioteca Nacional una serie de veinte cuadros de temas cervantinos (Díez y Navarro, 2003).

Desde ese momento el trabajo de Jiménez Aranda ejerció una enorme influencia en la difusión de una nueva iconografía de Don Quijote, influencia que fue especialmente evidente en la creación de piezas cerámicas a cargo de los talleres sevillanos del momento (Pleguezuelo, 2005). El primer gran hito en la vinculación de las fábricas trianeras con los motivos cervantinos se produjo en 1916, con motivo del tercer centenario de la muerte de Cervantes. Se aprovechó la ocasión para colocar en diferentes lugares de la ciudad una serie de paneles cerámicos con referencias a Cervantes y a los espacios sevillanos citados en sus obras –sobre todo en las *Novelas ejemplares*-. Estos paneles fueron encargados al fabricante José Mensaque y

Vera siguiendo diseños de José Gestoso (Pleguezuelo, 2005; Asociación Pisano, 2024).

En esos años se promovió un monumento público dedicado a Cervantes y su obra dentro de los proyectos de la futura Exposición, por entonces aún Hispanoamericana, que se planteó en 1909 con la intención de celebrarla cinco años más tarde, aunque finalmente no tuviera lugar hasta 1929. Este proyecto incluía entre sus realizaciones la exaltación del *Quijote* como gran monumento literario del idioma español, lengua que daba cohesión a los pueblos hispanoamericanos. Posteriormente el ámbito de la exposición se amplió a Portugal y Brasil, diluyendo de alguna manera el papel concedido inicialmente al español como aglutinante cultural. Aníbal González planteó un gran monumento que se ubicaría en el extremo occidental de la Plaza de América. El proyecto realizado por el escultor Lorenzo Coullaut-Valera en 1913 finalmente no se llevó a cabo, aunque sirvió de inspiración para el que años después se levantó en la Plaza de España de Madrid (Heredia, 2019).

“El ambicioso plan inicial fue sustituido por un espacio de homenaje a Cervantes situado en la misma Plaza de América que ya existía en 1916” (Espiau, 1993, pp. 228-230). La conocida como *Glorieta de Cervantes* o *Rotonda del Quijote* fue diseñada en un estilo regionalista por Aníbal González, con el asesoramiento de Rodríguez Marín. El objetivo era plantear un monumento que simbolizara el hermanamiento entre España y América a través de la lengua común. La glorieta cervantina estaba concebida como un espacio recogido e íntimo dedicado a la lectura, por lo que contaba con anaqueles para albergar libros y publicaciones. Sobre una planta octogonal se disponen cuatro bancos de ladrillo visto y dos pequeñas librerías recubiertas de casi 350 azulejos de varios tamaños diferentes con la representación de escenas del *Quijote*, distribuidos entre los asientos y los respaldos. “Las piezas fueron fabricadas en los talleres de Manuel Ramos Rejano y en una de ellas aparece la firma del pintor Pedro Borrego Bocanegra” (Pleguezuelo, 2005, pp. 215-217; Pérez, 2007, pp. 258-259). En el centro se plantó una araucaria y encima de las librerías se colocaron sendas esculturas de Don Quijote y Sancho Panza sobre sus respectivas monturas, ejecutadas en barro cocido por Eduardo Muñoz y Martínez, que desaparecieron posteriormente. Este modelo de glorieta intimista, que combinaba el regionalismo arquitectónico y el tema literario gozó de un gran éxito y fue imitado en otros lugares de España y América en los años siguientes, como veremos más adelante.

Aunque en la concepción inicial de la muestra se le concedió un especial protagonismo a la figura de Cervantes, la evolución de los preparativos fue restando importancia a lo cervantino y, de hecho, su presencia fue escasa en la ornamentación de los pabellones y edificios construidos para la Exposición Iberoamericana. Aparte de un tondo con la imagen del escritor dentro de la galería de personajes ilustres de la Plaza de España, solo se puede citar el mosaico correspondiente a la provincia de Ciudad Real en la misma Plaza de España, realizado en la fábrica de José Laffitte e ilustrado con una escena que representa a Don Quijote y Sancho delante de los molinos antes de acometerlos como si fueran gigantes (Nieto, 2001, pp. 450-451; Pleguezuelo, 2005, pp. 217-218).

4. Discusión

4.1. La cerámica cervantina de Triana como souvenir

La relativa postergación de lo cervantino en los elementos simbólicos de la Exposición Iberoamericana no impidió el éxito inmediato de los azulejos de la glorieta del Parque de María Luisa, que estimularon el interés por los productos cerámicos inspirados en Cervantes y *Quijote*. A partir de entonces las principales casas productoras de azulejos prepararon mosaicos y series basadas en las andanzas del *Hidalgo de la Mancha*. Hay constancia de que

talleres como Manuel Ramos Rejano, José Mensaque (fundada en 1889 y que luego tuvo varias denominaciones), García Montalván, Casa González, Laffitte, José Tova Villalba, Navia o la casa Mensaque, Rodríguez y Compañía dispusieron en sus catálogos de series quijotescas (Pleguezuelo, 2005, p. 223).

En los años siguientes los talleres trianeros produjeron de forma masiva platos y azulejos ilustrados con temas extraídos de la célebre novela cervantina, en parte orientados al incipiente turismo que estaba incentivando el marqués de la Vega Inclán desde su puesto en la Comisaría Regia creada a tal efecto y que promovió varias actuaciones en Sevilla, entre ellas la reforma del barrio de Santa Cruz. De alguna manera, la explotación comercial de piezas cerámicas con motivos quijotescos suponía una cierta trivialización cultural de tan magna obra literaria. Como afirma Alfonso, (2005) “las fábricas de loza y azulejos de Triana inundaron oportunamente el mercado de pequeñas ‘viñetas cerámicas’ con escenas de *El Quijote* que recordaban los episodios más divertidos de la obra” (p. 223).

La casa Mensaque, Rodríguez y Cía. (con origen en 1905 y que adoptó este nombre comercial en 1917) “fue pionera en este campo y comenzó a producir ingentes cantidades de azulejos y platos decorados casi siempre a la cuerda seca” (Pleguezuelo, 2005, p. 220). Estos productos fueron comercializados para servir de revestimiento arquitectónico, pero también directamente al público como piezas sueltas o en grupo a modo de objetos decorativos o souvenirs turísticos, por lo que a menudo se han conservado enmarcados. Se trata de azulejos realizados con la técnica de cuerda seca, en la que primero se aplica sobre la pieza el dibujo de una plantilla mediante estarcido, para posteriormente delimitarla con una mezcla de grasa y óxido de manganeso, que impide que al aplicar el resto de los colores éstos se mezclen. Al pasar por el horno para una segunda cochura, la grasa desaparece y queda solo un ligero relieve. La fuerte demanda obligó a mecanizar el procedimiento de fabricación y en lugar de los estarcidos se pasaron a emplear planchas metálicas con los dibujos ya grabados para imprimirlas en el bizcocho.

Los azulejos quijotescos fueron ampliamente utilizados en viviendas unifamiliares y en casas de campo de los nuevos barrios que se estaban construyendo en Sevilla en los años veinte y treinta, como Nervión o Heliópolis, aunque, obviamente, *El Quijote* no era percibido como un tema propiamente sevillano o andaluz, sino que se ajustaba mejor a ser considerado una expresión de lo genuinamente español. Y ahí estuvo la clave de su enorme difusión fuera de la ciudad hispalense. La Exposición Iberoamericana fue un excelente medio para conceder publicidad a los azulejos de esta temática que producían los alfares sevillanos.

La Glorieta Cervantina del Parque de María Luisa se convirtió en un modelo con una gran aceptación que fue muy demandado desde otros puntos de España y del extranjero. La disposición de cuatro bancos dispuestos en las ochavas de un octógono, con dos pequeñas estanterías con anaqueles para libros y revistas, la encontramos, por ejemplo, en el Parque Cervantes de Alcázar de San Juan (Ciudad Real). Bancos similares, forrados con una decoración de azulejos seriados trianeros de tema quijotesco, se instalaron durante esos años en muchos lugares de todo el país, tanto en espacios públicos como en recintos privados. Los hay o hubo en los jardines de Munoa de Baracaldo (Vizcaya), el Paseo de las Palmeras de Isla Cristina (Huelva), la Plaza Alta de Algeciras (Cádiz), los jardines de la casa palacio de los Alpérez en Dos Hermanas (Sevilla), los jardines delante de la fábrica Santamaría de Ubrique (Cádiz), el patio del Hospitalito de Utrera, la casa de Blas Infante en Coria del Río (Sevilla), el Castillo de Argujuelas en Cáceres, los zócalos del Instituto Vicente Espinel de Málaga, el kiosco de música de Colindres (Cantabria), la escuela de Sama de Grado (Asturias) o el Jardín del Rey Don Pedro de Jumilla (Murcia), por mencionar solo algunos ejemplos.

El valor de los azulejos quijotescos como souvenir alcanzó una nueva dimensión con la demanda de réplicas de la Glorieta Cervantina del Parque de María Luisa por parte de los visitantes que llegaron a Sevilla desde diferentes países americanos. De esta manera, el modelo cruzó el Atlántico y fue reproducido en diversos puntos del continente. En la Primera Sección del Bosque de Chapultepec de Ciudad de México está la conocida como *Fuente del Quijote*, ubicada desde 1922 en una placita rodeada por cuatro bancos de obra recubiertos de azulejos planos pintados con ilustraciones basadas en pasajes del *Quijote*. A los lados se alzan dos pedestales, también recubiertos de azulejos, con estanterías para colocar libros, rematadas con pequeñas esculturas en bronce de Don Quijote y de Sancho Panza, que en origen fueron realizadas por el escultor mexicano José María Fernández Urbina. “Los azulejos fueron encargados en Sevilla a la casa García Montalván, por mediación de Miguel Alessio, abogado, político y escritor que fue ministro plenipotenciario de México en España en esos años” (Pérez, 2018, pp. 59-60).

Otro conjunto idéntico fue instalado en 1926 en el patio interior o “plaza” de un edificio de Nueva York (en concreto en el 29 Washington Square West, diseñado por el estudio de Gronenberg y Leuchtag), también salido de los talleres de García Montalván y decorados con una serie de azulejos pintados. “De nuevo se trataba de cuatro bancos revestidos con azulejos dispuestos sobre una planta octogonal y alrededor de una fuente central” (Pérez, 2007, pp. 262-263). Sin duda, tuvieron que exportarse otras réplicas del modelo del Parque de María Luisa. Se sabe que el cónsul norteamericano en Sevilla solicitó en 1927 información para conseguir una copia con destino a una no identificada institución de California. El Comité pasó la petición a la firma Ramos Rejano, que respondió que una reproducción resultaría muy costosa puesto que “dichos bancos son de forma especial que no es fácil poder ejecutar en otra parte pues tiene mucha obra manual, pues se hizo caprichosamente”². El fabricante ofreció, como alternativa, otros modelos de bancos incluidos en su catálogo con azulejos pintados con asuntos del Quijote y respaldo de hierro forjado (Pleguezuelo, 2005, p. 222).

Del mismo taller son los azulejos que recubren dos bancos existentes en el patio delantero del actual Centro Cultural de España en Lima (Perú), un edificio de estilo colonial de la década de 1920. En estos bancos adosados a la pared hay sendas orlas con los retratos de perfil de Don Quijote y Sancho Panza y varias escenas de la novela. En el mismo espacio hay una fuente decorada también con motivos quijotescos en la que aparecen el año de 1924 y nombre del fabricante, M. Ramos, en cuyo catálogo queda recogido este modelo³.

Otro espacio en el que se utilizaron los azulejos trianeros de tema cervantino es el Patio Andaluz de los Jardines de Palermo, en Buenos Aires, inaugurado en 1929. En este caso las piezas fueron donadas por el Ayuntamiento de Sevilla. El patio está rodeado de ocho bancos adosados a la pared decorados con episodios de *Don Quijote*, elaborados en los talleres de José Laffitte mediante la técnica del azulejo plano pintado. También hay piezas sueltas realizadas a la cuerda seca, posiblemente de otra empresa cerámica trianera (Berjman *et al.*, 2010). Igualmente de Laffitte son los mosaicos que decoran los salones del Club Social de Junín, en la provincia de Buenos Aires, que incluyen escenas quijotescas pintadas casi con toda seguridad por el pintor Manuel Cañas⁴.

Las principales casas sevillanas contaban con una red de representantes comerciales en América del Sur que les permitía ampliar la comercialización de sus productos, cuya venta se veía facilitada por el ambiente cultural de exaltación de la Hispanidad vigente en aquellos

² D. Juan José Cabrero nos ha facilitado amablemente la documentación sobre esta petición.

³ La existencia de estos elementos nos fue indicada por D^a. Josefa Carmona Rodríguez.

⁴ Esta información ha sido facilitada por D^a. Andrea Caula, a través de D. Alberto Cañas.

años. El término fue empleado por Unamuno en 1909 como “exponente impreso de una afinidad cultural, basada en la historia común y la comunidad lingüística forjada a lo largo de varios siglos” (Marcilhacy, 2014). Se trataba de una concepción incluyente de la Hispanidad basada en un principio de fraternidad igualitaria entre el mundo hispanohablante. Antonio López atribuye a los miembros de la llamada Generación del 14 (Ortega y Gasset, Pérez de Ayala, Marañón, Gómez de la Serna, Juan Ramón Jiménez...) la puesta en marcha de una diplomacia cultural española que se concretó en 1921 con la creación de la Oficina de Relaciones Culturales impulsada por Américo Castro. Esta nueva dinámica se apoyaba en un internacionalismo liberal y tuvo un destacado interés en restablecer los lazos políticos y culturales con los países americanos que durante el siglo XIX, y después de sus procesos de independencia, se habían alejado de España. El intercambio de científicos e intelectuales con países de Hispanoamérica, especialmente con Argentina, fue muy fructífero y permitió recuperar puentes culturales (López, 2023). La propia Exposición Iberoamericana fue concebida como una operación de propaganda en América que debería conceder “provechosas consecuencias para la posición internacional de España en orden a sus relaciones con los países concurrentes” (Méndez, 2019, p. 51), en especial con las repúblicas hispanoamericanas.

En la misma ciudad de Buenos Aires se construyó en 1921 el Teatro Cervantes, promovido por los actores españoles María Guerrero y Fernando Díaz de Mendoza. En el vestíbulo se colocaron paneles de azulejos con escenas del *Quijote* pintadas por Antonio Martín Bermudo, “Campos” y cocidas en la fábrica de García Montalván. “En la decoración del teatro bonaerense se emplearon elementos cerámicos fabricados por Montalván, Ramos Rejano, La Bética y Mensaque, Rodríguez y Compañía” (Berjman *et al.*, 2010, p. 72). También en Argentina existe la Fuente del Habla Castellana de la Plaza de España de Chivilcoy, inaugurada en 1940 e igualmente decorada con azulejos sevillanos con imágenes del *Quijote*. Escenas de la obra de Cervantes, junto a otras basadas en el *Martín Fierro* de José Hernández, aparecen en los mosaicos de la base del monumento existente en la Plaza de España de la ciudad de Mendoza, inaugurada en 1949 y cuyo origen no hemos podido precisar. En la localidad de Capilla del Monte, en la provincia de Córdoba, la finca conocida ahora como Pueblo Encanto presenta un extenso repertorio de cerámicas de origen sevillano, en las que predominan las escenas goyescas y las inspiradas en el *Quijote*, que se reparten por toda la propiedad y proceden de la casa Mensaque, Rodríguez y Compañía (Berjman *et al.*, 2010, pp. 74-76). Gracias a la información proporcionada por Andrea Caula conocemos la existencia de bancos forrados con azulejos pintados sevillanos de esta temática en el Delta del Tigre, en el Río de la Plata. En la ciudad de Bahía Blanca (Argentina), la denominada Farmacia Española fue decorada en 1929 con azulejos de procedencia peninsular con motivos quijotescos, incluyendo un mosaico basado en una de las escenas ilustradas por Jiménez Aranda.

Encontramos estas cerámicas quijotescas en colecciones como las del Museo del Azulejo de Montevideo (Artucio, 2012) y en la Casa Ronco de la ciudad argentina de Azul (Biblioteca, 2004). Hay referencias del uso de estos azulejos en el llamado Castillo del Moro, una casa de estilo mudéjar construida en 1930 por el español Anastasio Herrero en San José (Costa Rica) y decorada con piezas con motivos quijotescos y goyescos, de los que no tenemos testimonios gráficos, por lo que no estamos en condiciones de confirmar su origen sevillano.

En Uruguay podemos citar unos bancos y una fuente en una lujosa casona en el barrio de El Prado, en Montevideo, posiblemente de Ramos Rejano, y también en la Quinta del Portazgo, en el término de Melilla (cerca de Montevideo), que fue ampliada entre 1926 y 1930 por el español Félix Ortiz de Taranco con un jardín-patio decorado con azulejos del *Quijote* y con motivos goyescos fabricados por Mensaque, Rodríguez y Compañía (Berjman *et al.*, 2010, pp. 88-89). También existen dos mosaicos con escenas quijotescas, de indudable origen español y probablemente sevillano, en la estancia de San Pedro de Timote, en el departamento uruguayo

de Florida.

Otro ejemplo es el del Centro Asturiano de La Habana, enorme edificio de dimensiones palaciegas construido entre 1923 y 1927 y que es sede en la actualidad del Museo Nacional de Bellas Artes de Cuba. En el café o mesón situado en la segunda planta se colocaron varios paneles cerámicos con escenas del *Quijote* con su correspondiente leyenda. “Los mosaicos fueron pintados por el artista Manuel Vigil-Escalera y cocidos en los hornos de *Viuda e Hijos* de M. Ramos Rejano” (Vigil-Escalera, 1997, p. 45). También se han detectado piezas de tema quijotesco de origen sevillano en algunas viviendas particulares de La Habana (Pérez, 2004).

En Brasil, por influencia portuguesa, era habitual el revestimiento de las fachadas con azulejos. En Salvador de Bahía un emigrante gallego decoró su casa con azulejos seriados del *Quijote* de indudable procedencia trianera. Esta vivienda tuvo dos réplicas, con idéntica decoración, en sendas localidades de Pontevedra en casas construidas por indianos a mediados de la década de 1940 (Táboas, 2004).

En Estados Unidos se había desatado una pasión por el arte español (el *Spanish Craze*) desde finales del siglo XIX, que había cuajado en iniciativas como la creación de la Hispanic Society impulsada por el mecenas Archer Huntington en 1908. Durante las décadas de 1920 y 1930 el estilo colonial español o *Spanish Colonial Revival* se extendió en California para la construcción de viviendas lujosas, que en muchas ocasiones fueron decoradas con elementos cerámicos de procedencia peninsular, en especial sevillana, y en muchos casos con escenas cervantinas, tanto en mosaicos como en azulejos seriados. Ya vimos la demanda de una copia de la *Glorieta Cervantina* del Parque de María Luisa hecha para California en 1927. El impresor John Henry Nash construyó en 1931 una residencia en Berkeley Hills en la que ubicó su importante biblioteca de libros antiguos. Azulejos de tema quijotesco de fabricación sevillana de cuerda seca, posiblemente de Mensaque, figuran en algunos de sus muros, que luego albergaron durante décadas el campus del Pacific Lutheran Theological Seminary.

La utilización de azulejos con motivos del *Quijote* de procedencia trianera (de Mensaque, Ramos Rejano o Montalván) fue relativamente habitual en las mansiones de estilo colonial construidas en torno a 1930 en la zona de Los Ángeles. Así los vemos en las escaleras, bancos y chimeneas de Villa Hermosa, una gran casa realizada en 1933 por el arquitecto William T. Johnson en Mission Hills, con una buena colección de casi 150 azulejos pintados, posiblemente de Montalván. Muy similares son las piezas presentes en otra de estas villas, Taynayan, en Santa Bárbara. También encontramos el Don Quixote Courtyard, en Montecito, diseñada por la paisajista Florence Yoch en 1932, como un patio con una fuente central en cuyo perímetro se disponen varios bancos con azulejos quijotescos de cuerda seca, destacando un gran banco idéntico a los de la glorieta del Parque de María Luisa.

Uno de los mejores ejemplos del uso de la cerámica española en California es Casa Peralta, en San Leandro, inscrita en el Registro Nacional de Lugares Históricos, donde se usan azulejos quijotescos en bancos, paneles y fuentes, entre otras piezas sevillanas. En la finca también hay un mosaico con una escena del capítulo XXXI firmado por A. Pedraza, de Toledo. Estas piezas fueron introducidas en la mansión a partir de 1926 por Herminia Peralta Dargie, a través de su relación con el ingeniero militar español Antonio Rodríguez Martín, delegado del Consejo Superior de Aeronáutica en Estados Unidos⁵. Se conservan dos mosaicos del *Quijote*, de fabricante desconocido, en El Cadiz Apartment Building, edificio con un jardín de estilo español diseñado en 1936 por Milton J. Black en la zona de Hollywood Boulevard.

⁵ Información en la web: <https://patch.com/california/sanleandro/spanish-legacy-in-an-american-town>

En otros lugares de Estados Unidos se instalaron conjuntos de azulejos inspirados en la obra principal de Cervantes. Encontramos algunos ejemplos como la escalera de la escuela infantil Whittier School en Oak Park, Illinois, un edificio construido en 1928. Son azulejos pintados y reproducen las ilustraciones de Jiménez Aranda. En el vestíbulo del Gateway Theatre (actual Rhode Opera House) de Kenosha (Wisconsin), construido en 1927 como sala de cine por el arquitecto George Rapp, hay bancos con cerámicas quijotescas de Ramos Rejano⁶. Varios mosaicos con escenas ovaladas del *Quijote* decoran la fachada del restaurante Columbia, en Ybor City, en Tampa (Florida), fundado en 1905 por el emigrante Casimiro Hernández. Es muy posible que sean de origen talaverano y de mediados del siglo XX. Estas muestras solo son indicativas de la difusión de la cerámica de tema cervantino por Norteamérica, sin olvidar que además de la procedencia española de las piezas también las hay de fabricación local y mexicana, donde el centro alfarero de Talavera de Puebla produjo azulejos del *Quijote*.

En Europa la difusión de la cerámica quijotesca sevillana fue menor, o al menos conocemos menos casos. En Italia la denominada *Casa de Cervantes*, vinculada al centenario Colegio de España de Bolonia, fue decorada entre 1927 y 1932 en un estilo neorrenacentista que incorporó varios mosaicos de gran tamaño con escenas quijotescas, entre otras obras cerámicas procedentes de Ruiz de Luna y de la sevillana Casa González (García y Pascual, 2022). En Menton, en la Costa Azul francesa, el escritor valenciano Vicente Blasco Ibáñez compró y decoró unos jardines conocidos como la Fontana Rosa, declarados posteriormente monumento nacional en 1990. En uno de sus rincones situó la Rotonda de Cervantes, presidida por un busto del autor del *Quijote* y formada por un pórtico semicircular con bancos decorados con azulejos que recogen escenas de su obra. Aunque se ha apuntado que podrían proceder de Manises, las imágenes que hemos podido ver los relacionan indudablemente con las series ya conocidas de origen trianero⁷.

En el continente africano la difusión fue menor y estuvo vinculada a las posesiones coloniales españolas, como el Protectorado del norte de Marruecos. Gracias a la información aportada por el investigador Antonio Reyes sabemos que existen azulejos cervantinos en unos bancos situados a la entrada del Ayuntamiento de Larache, del catálogo de Mensaque, Rodríguez y Cía., y que existieron otros en la antigua Plaza de España de Xauen, ya desaparecidos. En las calles y paseos de la ciudad de Malabo, la antigua Santa Isabel, capital de Guinea Ecuatorial, se conservan varios bancos con azulejos del *Quijote*, aunque en este caso son seriados y están elaborados mediante la técnica de la cuerda seca, pudiendo ser atribuidos a la fábrica de Ramos Rejano⁸ y fechados hacia 1955.

5. Conclusiones

El recuerdo o souvenir como elemento material vinculado a la memoria de un viaje está presente desde que existe el turismo. La naturaleza de este tipo de recuerdos ha variado a lo largo del tiempo y ha evolucionado hacia una estandarización y generalización derivada del desarrollo de la producción industrial y de la aparición de unas corrientes turísticas cada vez más masivas. Las piezas de cerámica siempre han tenido un lugar entre los objetos materiales utilizados y reconocidos como souvenirs, como hemos comprobado en el caso de Sevilla durante el primer tercio del siglo XX. Se crearon series específicas de azulejos que podían ser empleados tanto en la ornamentación arquitectónica como en la venta de unidades sueltas que,

⁶ Referencias en las webs: https://www.kenosha.org/images/dev_insp/RhodeOperaHouse.pdf y <http://cinematreaures.org/photos/59520>

⁷ Blog de Pilar Gómez-Centurión, "Fontana Rosa, el jardín de los novelistas", en <http://blogs.elpais.com/de-flor-en-flor/2013/06/fontana-rosa-el-jard%C3%ADn-de-los-novelistas.html>. También en la web <http://www.menton.fr/jardin-Fontana-Rosa.html>

⁸ Debemos esta información a D. Álvaro Ortega Santos, director del Centro Cultural de España en Malabo.

por sus características, alcanzaban un valor propio en sí mismas. La inspiración en las escenas del *Quijote*, la universal novela de Cervantes, fue uno de los principales motivos decorativos utilizados por los talleres cerámicos sevillanos, ubicados en el barrio de Triana, que estaban viviendo una etapa de recuperación y crecimiento en las primeras décadas del siglo.

Los largos preparativos de la Exposición Hispanoamericana (posteriormente Iberoamericana), que se prolongaron a lo largo de veinte años, tuvieron en sus primeros momentos una clara vocación cervantina, que se fue diluyendo con el paso del tiempo. Sin embargo, la Glorieta de Cervantes inaugurada en 1916 se mantuvo como un elemento fundamental en el recorrido que los visitantes de la ciudad hacían durante el proceso de preparación del evento que finalmente se celebró entre 1929 y 1930. El recurso a la figura de Don Quijote a través de la recreación de las ilustraciones que había realizado el artista hispalense Jiménez Aranda proporcionó a los fabricantes trianeros un amplio repertorio de escenas que quedaron plasmadas en azulejos de cuerda seca y planos pintados. Estas piezas no solo fueron muy demandadas por los turistas que llegaban a Sevilla (a pesar de no representar motivos sevillanos o andaluces), sino que muchos de ellos quisieron trasladar a sus lugares de origen elementos de mayor complejidad, como bancos, fuentes o paneles en los que la obra de Cervantes simbolizara la unidad lingüística hispánica, más allá de las nacionalidades respectivas.

Fue así como se produjo la amplia difusión internacional de un producto industrial con un importante componente artesanal, que iba acompañado de un valor añadido como medio de manifestación de la tradición cultural española representada por los personajes y las escenas de la célebre novela de Cervantes. A través de un relato gráfico fácilmente asimilable, muy similar al cómic, las hazañas de Don Quijote llegaron, sobre soporte cerámico, a los lugares más diversos de la geografía peninsular y americana, mostrando la pujanza de una actividad industrial con vocación exportadora y el poder de comunicación del *Quijote* como expresión de lo español en el mundo. La Exposición Iberoamericana de 1929 y el movimiento hispanoamericanista que la impulsaba ayudaron indudablemente a consolidar esa identificación entre nación, lengua, personaje e industria.

6. Referencias

- Alvar, C., Megías, L., Manuel, J., Partzsch, H. y Cortés, J. (2004). *La imagen del Quijote en el mundo*. Lunwerg Editores.
- Álvarez Fernández, M^a. V. e Ibáñez de Aldecoa, E. (2005). *El Quijote en Asturias. La escuela indiana de Sama de Grado*. Asociación Cultural "La Castañar".
- Artucio Urioste, A. (2012). *El azulejo en la arquitectura uruguaya. Siglos XVIII, XIX y XX*. Museo del Azulejo de Montevideo.
- Asociación Pisano. (14 de enero 2024). *Los paneles de azulejos cervantinos de Sevilla*. <https://11nq.com/1yoCd>
- Augé, M. (1998). *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Gedisa.
- Barón, J. (2006). El Quijote y los artistas andaluces. Del romanticismo a la vanguardia. En J. Barón (Eds.), *Reflejos del Quijote en Andalucía. Del romanticismo a la modernidad* (pp. 109-167). Fundación El Monte.
- Berjman, S., Caula, A., Di Bello, R. y Nieto Caldeiro, S. (2010). *El Patio-Glorieta Andaluz de Buenos Aires. 1929-2009*. Fundación YPF.

- Biblioteca (2004). *Catálogo de la exposición Cervantes, de la Mancha a la Pampa*. Biblioteca Popular de Azul B.J. Ronco.
- Canestrini, D. (2001). *Trofei di viaggio. Per un'antropologia dei souvenir*. Bollati Boringhieri Editore.
- Chon, K. S. (1992). Self-image/ destination image congruity. *Annals of Tourism Research*, 19, 360-376.
- Díez, J. L. y Navarro, C.G. (2003). *Una visión ensoñada del Quijote. La serie cervantina de Muñoz Degraín en la Biblioteca Nacional*. Fundación Focus-Abengoa.
- Ergo. (29 de abril de 2014). *Una breve historia del souvenir*.
<https://www.ergo-segurosdeviaje.es/blog/una-breve-historia-del-souvenir>
- Espiau, M. (1993). *El monumento público en Sevilla*. Ayuntamiento de Sevilla.
- Estall i Poles, V. (2005). El Quijote en la azulejería de Onda. En C. Mañueco Santurtún (Eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 146-153). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- García Felguera, M^a S. (1997). Don Quijote en el estudio del fotógrafo. En C. Reyero (Eds.), *Cervantes y el mundo cervantino en la imaginación romántica* (pp. 59-73). Consejería de Educación y Cultura de la Comunidad de Madrid.
- García Zapata, I. J. y Pascual Chenel, A. (2022). Cerámica sevillana y talaverana para la decoración de la Casa de Cervantes del Real Colegio de España en Bolonia. *Laboratorio de Arte*, 34, 275-290. <https://doi.org/10.12795/LA.2022.I34.13>
- Gestoso y Pérez, J. (1903). *Historia de los barros vidriados sevillanos desde sus orígenes a nuestros días*. Sevilla.
- González Moreno, F. (2005). El Quijote en la cerámica de Ruiz de Luna. En C. Mañueco Santurtún (Eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 296-305). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- Guereña, J. L. (2008). ¿Un icono nacional? La instrumentalización del Quijote en el espacio escolar en el primer tercio del siglo XX. *Bulletin Hispanique*, 110-1, pp. 145-190.
<https://doi.org/10.4000/bulletinhispanique.539>
- Heredia Flores, V. M. (2019). La cerámica sevillana de tema quijotesco. Un producto industrial y cultural en torno a la Exposición Iberoamericana de 1929. *Albahri Entre Oriente y Occidente*, 5, pp. 145-189.
- Heredia Flores, V. M. y Maldonado Majada, R. (9-11 de mayo de 2018). *El Quijote y la cerámica sevillana en el contexto de la Exposición Iberoamericana*. Comunicación presentada al I Congreso Internacional sobre la Exposición Iberoamericana de 1929, Sevilla.
- Librero Pajuelo, A. (2000). El uso de la cerámica en la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929. En A. Graciani et al. (Eds.), *Actas del Tercer Congreso Nacional de Historia de la Construcción* (pp. 585-593). Instituto Juan de Herrera, Universidad de Sevilla,

CEHOPU.

- Loeb, L. D. (1992). La creación de antigüedades por entretenimiento y a manera de negocio: encuentro entre los mercaderes judíos iraníes y sus correligionarios viajeros. En V. L. Smith, *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo* (pp. 357-371). Ediciones Endymion.
- López Vega, A. (2023). El diálogo atlántico en el primer tercio del siglo XX y su proyección de la cultura entre España, Argentina, México y Estados Unidos. En J. Álvarez (Eds.), *Cien años de diplomacia cultural española. Una aproximación histórica* (pp. 19-47). Fundación Ramón Areces.
- Luque Mensaque, B. (2012). *La cerámica trianera en el jardín de Sorolla. Pieza del mes*. Museo Sorolla de Madrid.
- Mañueco Santurtún, C. (2005). *La cerámica española y Don Quijote [exposición]*. Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- Marcilhacy, D. (2014). La Hispanidad bajo el franquismo. El americanismo al servicio de un proyecto nacionalista. En X.M. Núñez Seixas y Stéphane Michonneau (eds.), *Imaginario y representaciones de España durante el franquismo* (pp. 73-102). Casa de Velázquez.
- Méndez Rodríguez, L. (2019). Los hoteles de Sevilla para la Exposición Iberoamericana de 1929: Una nueva imagen para una nueva ciudad. En A. Graciani García (Eds.), *El turismo y la Exposición Iberoamericana de Sevilla. Volumen I. Oportunidades, promoción, imagen e identidad* (pp. 49-68). Universidad de Sevilla.
- Nieto Caldeiro, S. (2001). Los Laffitte, una familia de industriales ceramistas. *Laboratorio de Arte*, 23, pp. 439-464.
- Palou Rubio, S. (2006). Reseña: Trofei di viaggio. Per un'antropologia dei souvenir. Canestrini, Duccio. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 279-285. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88140212.pdf>
- Pérez Bertruy, R. I. (2018). El Bosque de Chapultepec: Un patrimonio excepcional. En A.B. Rodríguez Figueroa y A. Tejedor Cabrera (Eds.), *Jardines históricos en el paisaje urbano. México-España* (pp. 48-85). Editorial de la Facultad de Arquitectura UNAM.
- Pérez Campos, J. (2005). El Quijote en la cerámica de Manises. Una interpretación iconográfica tamizada por la industria y aplicación popular. En C. Mañueco Santurtún (Eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 132-140). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- Pérez Carrera, F. M. (2007). Don Quijote en los espacios públicos sevillanos. Estudio de materiales didácticos. En *Actas del Congreso "Cervantes, el Quijote y Andalucía"* (pp. 257-264). Asociación Andaluza de Profesores de Español "Elio Antonio de Nebrija".
- Pérez Guillén, I. V. (2004). *Las azulejerías de La Habana. Cerámica arquitectónica española en América*. Universitat de València.
- Pérez Guillén, I.V. (2005). El pavimento del Quijote de la casa de los Miquel-Saavedra de

- Valencia (1820-1830). En C. Mañueco Santurtún (Eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 92-101). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- Plaza Orellana, R. (2012). *Recuerdos de viaje. Historia del souvenir en Andalucía*. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudio Andaluces.
- Pleguezuelo, A. (2004). La 'arquitectura brillante' del Segundo Renacimiento sevillano. En V. Lleó y F. Halcón (Eds.), *75 años. Sevilla y ABC en 1929* (pp. 53-76). Diario ABC Sevilla. <https://retabloceramico.org/wp-content/uploads/2023/01/D00210.pdf>
- Pleguezuelo, A. (2005). De Lo Sublime a Lo Terreno. Don Quijote, Triana y la cerámica. En C. Mañueco Santurtún (Eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 211-255). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- Reyes Cano, R. y González Troyano, A. (2006): El cervantismo literario en Andalucía, en J. Barón (eds.), *Reflejos del Quijote en Andalucía. Del romanticismo a la modernidad* (pp. 13-61). Fundación El Monte. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=891600>
- Rubio Celada, A. (2005). De la fotografía a la cerámica. El Quijote de los Zuloaga. En C. Mañueco Santurtún (eds.), *La cerámica española y Don Quijote [exposición]* (pp. 180-191). Empresa Pública Don Quijote de La Mancha. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=891600>
- Rubio Celada, A., y Zamora Canellada, A. (2007). *Ocharan, Zuloaga y el Quijote. Fotografías, bocetos y documentos en el Museo Zuloaga de Segovia*. Caja Segovia.
- Simonica, A. (2000). *Antropología del turismo. Strategie di ricerca e contesti etnografici*. Carocci.
- Swanson, K. K. (2004). Tourists' and retailers' perceptions of souvenirs. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 363-377. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135676670401000407>
- Táboas Veleiro, T. (2004). *Emigración e arquitectura. Os brasileiros*. Alais Editores.
- Tiana Ferrer, A. (2004). Ediciones infantiles y lectura escolar del *Quijote*. Una mirada histórica. *Revista de Educación*, número extraordinario, 207-220. <https://portalcientifico.uned.es/documentos/5f88eaa729995259ef293d85>
- Vigil-Escalera y Pacheco, F. (1997). *Manuel Vigil-Escalera y Díaz. Pintor ceramista (1885-1938)*. (Tesis doctoral), Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla. <http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/166006>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Software:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Validación:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Análisis formal:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Curación de datos:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Redacción-Preparación del borrador original:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Redacción-Re- visión y Edición:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Visualización:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Supervisión:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Administración de proyectos:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta; **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Heredia-Flores, Víctor Manuel, y Luque-Aranda, Marta.

Financiación: Esta investigación recibió o no financiamiento externo.

AUTORES:

Víctor Manuel Heredia-Flores

Universidad de Málaga.

Víctor Manuel Heredia Flores es licenciado en Historia Contemporánea y doctor por la Universidad de Málaga. Su tesis doctoral se tituló "Gestión privada y municipalización en el abastecimiento a la ciudad de Málaga. El negocio de las Aguas de Torremolinos (1860-1930)". Es profesor asociado del Departamento de Teoría e Historia Económica de dicha Universidad y sus líneas de investigación se centran en la historia de los servicios públicos, la historia industrial y la historia de la educación. También ha realizado varias publicaciones sobre las infraestructuras turísticas en el origen de la Costa del Sol.

vmheredia@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1030-5735>

Marta Luque-Aranda

Universidad de Málaga.

Marta Luque Aranda es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y doctora por la Universidad de Málaga. Es profesora contratada doctora del Departamento de Teoría e Historia Económica de dicha Universidad y sus líneas de investigación se centran en la historia económica del turismo y en la historia del mercado laboral en perspectiva de género. Su tesis doctoral se tituló "El desarrollo del sector turístico durante la Segunda República y el Primer Franquismo: la Federación Española de Sindicatos de Iniciativa y Turismo".

martaluque@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9885-8309>