

ARQUEOLOGÍA INDUSTRIAL VALENCIANA: EL CATÁLOGO DE LA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE ARTÍCULOS RELIGIOSOS (CEAR).

SANTIAGO MONTOYA BELEÑA

Universitat de València

The Industrial Archeology is a new coming discipline in our country. It has recently began the classification and study of the archeological industrial patrimony, however remarkable elements have been destroyed and are still being destroyed, due to the lack of interest of the culture authorities. In that field commercial catalogues haven't done better, they haven't been kept in an orderly way neither in files nor in libraries until the arrival of the "Depósito Legal", causing regrettable lack of information. In this study a catalogue belonging to the Spanish Company of Religious Articles is presented, which had its head office in Valencia, and offers more than 2000 photographs of sculptures, gold work, textiles, etc. which were imported to Latin América, mainly and such information cannot' be lost for the benefit of the History of Valencia.

Frecuentes noticias en prensa avisan a los lectores de la destrucción de notables edificios de carácter fabril en razón de su obsolescencia o debido a turbias operaciones especulativas inmobiliarias. En aras de no sé qué concepto de progreso social y mejoras urbanísticas, se trata de hacer comulgar con ruedas de molino a colectivos académicos y sociales especialmente díscolos con el tratamiento que se le está dando a esta porción del patrimonio histórico-artístico, que merece la misma salvaguarda y atención que la que se da a cualquier otro monumento o resto del pasado, si no más, por la amenaza que se cierne sobre él.

Pero mucho me temo que, cuestiones económicas aparte y son de altura, lo que subyace en el fondo del problema es un desconocimiento del asunto y una manifiesta ausencia de criterio. Cuando no son las naves de la Cros es La Ceramo, y cuando no es la aceitera de Casanova es el horno alto de Sagunto, el molino de Vera o póngase cualquier otro ejemplo conocido. Y si esto pasa con las "fábricas viejas", "nidos de ratas", "edificios sin valor" o "casas medio hundidas", apelativos con los que se designan tales construcciones, qué no pasará con los papeles, con los archivos, con los catálogos, en suma, con la documentación que han generado las empresas durante su estadio productivo. Normalmente se destruye casi todo y, si acaso, se recicla en las industrias

papeleras, que para eso somos ecologistas y hay que aquietar las conciencias.

Que con esa actuación se vaya un trozo de nuestra historia (social, económica, industrial, artística, cultural, etc.), pues no les importa demasiado a los responsables culturales. Que colectivos como **Memoria Industrial** o la **Asociación Valenciana de Arqueología Industrial**, por ejemplo, digan que aquello tiene algún valor y cierto interés, tampoco es como para rasgarse las vestiduras, responderán. Que países europeos de nuestro entorno, como Francia, Italia, Reino Unido, etc. se vengan ocupando de inventariar, catalogar, conservar, estudiar, difundir su patrimonio arqueológico industrial, volverán a decir que no será para tanto. Lo que ocurrirá, como casi siempre, es que se llegará tarde para intervenir o nos cogernos a rueda cuando ya no tenga remedio o tendrá que ser alguien de fuera quien nos cante las excelencias de ese patrimonio industrial y nos hable de la necesidad de conservar, a la vez, todos esos papeles, entre ellos los catálogos, que constituyen la documentación histórica de un tiempo y de unas actividades humanas merecedoras de mejor suerte.

Por eso, quisiera dar a conocer a través de estas páginas un catálogo, en mi opinión magnífico, perteneciente a la Compañía Española de Artículos

Religiosos (CEAR en lo sucesivo) que tuvo su sede en Valencia. Quizá no tenga mucho sentido estudiarlo por sí mismo, como un objeto arqueológico industrial, y no se me escapa que es preciso incardinarlo en un contexto de mayor amplitud, pero lo que pretendo no es otra cosa que hacer una llamada de atención, una invitación a llevar a cabo una labor sistemática que alguien, no sé quién, debería hacer; quiero avisar de su gran potencial informativo, de su valor múltiple como fuente pluridisciplinar (economía, arqueología industrial, historia del comercio, historia del arte, historia de la publicidad, liturgia, iconografía, historia de la religión, etc., etc.), evitar su desaparición y contribuir a componer mediante una pieza más el rompecabezas de la arqueología industrial y valenciana en particular.

Catálogos industriales como este llenan vacíos informativos notables, constituyen una fuente privilegiada para conocer determinados aspectos del pasado más cercano y perderlos supondría una irreparable e importante pérdida para la historia. Se desconoce bastante qué se hizo al respecto hasta mediados del siglo XX en que se impuso el Depósito Legal, por lo que convendría identificar y hacer un registro, lo más exhaustivo posible, de los catálogos comerciales. Sin duda las generaciones futuras de historiadores lo agradecerán.

El lector interesado puede remitirse a un estudio anterior sobre catálogos comerciales franceses realizado por quien esto escribe ⁽¹⁾ en el que se recogen las opiniones de historiadores como José María Jover, quien valora la salvaguarda de la documentación de las grandes empresas como complemento para la arqueología industrial ⁽²⁾ y, sobre todo, de Inmaculada Aguilar, quien ya destacó la importancia de los catálogos para el estudio de la arquitectura ⁽³⁾ y ha confirmado nuevamente en su reciente estudio sobre arquitectura industrial ⁽⁴⁾. Esta profesora de historia del arte en la Universidad de Valencia tenía razón al afirmar ⁽⁵⁾ que los catálogos comerciales son un material difícil de encontrar y que constituyen una documentación desconocida, situación que choca con su propia importancia, ya que con la catalogación se llega a un orden, un control, una previsión y una normalización que inciden en la idea que se tenía de mercado. Si tomamos como puntos cronológicos referenciales las fechas de las dos repúblicas españolas, la de 1873 y la de 1931, puede constatar que entre ambas se había producido en España el

tránsito de una era pre-industrial a otra semi-industrial. Los precios del mercado funcionaban al ritmo de la oferta y la demanda en medio de un régimen capitalista de producción. El comercio con las colonias fue muy importante en el inicio de la industrialización española moderna y hacia ellas se dirigió buena parte de la producción de la CEAR, de modo no muy diferente a como sucedía con las compañías catalanas y levantinas, que disfrutaron de un periodo de expansión entre 1890 y 1931, fechas que casi coinciden con la fundación de la CEAR y su periodo más boyante de exportación; por eso en su publicidad aparecen tantas referencias bancarias correspondientes a entidades extranjeras, consignatarios, fletes, buques, etc.

2.- LA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE ARTÍCULOS RELIGIOSOS (CEAR).

Es el propio catálogo el que va a proporcionar alguna noticia sobre esta empresa y espero que la publicación de estas líneas sirva para obtener bastantes datos más acerca de ella si tenemos la suerte de que caigan en manos de algún estudioso que anduviese indagando en la misma o en alguna otra cuestión tangencial.

Estaba situada en la angosta calle de la Abadía de San Martín, nº 8, ubicación no demasiado acorde con las pretensiones del catálogo. Disponía de un apartado de Correos y una dirección cablegráfica a donde poder dirigir la correspondencia, así como cuentas bancarias en Barcelona (The Royal Bank of Canadá, Banco Alemán Transatlántic), en Madrid (International Banking) y en Valencia (The Anglo

(1) Montoya Beleña, S. "Catálogos comerciales franceses del siglo XIX en Valencia: el álbum de la Casa Thiriot y el álbum de la Casa Garnier". *Actas del XI Congreso del Comité Español de Historia del Arte* (CEHA). Valencia, Septiembre, 1996. Págs. 387-393.

(2) Jover, J.M. Prólogo del libro de I. Aguilar *El orden industrial en la ciudad. Valencia en la segunda mitad del siglo XIX*. Ed. Diputación de Valencia, Valencia, 1990, pág. 9.

(3) Aguilar, I. *Ibidem*, págs. 33-43.

(4) Aguilar, I. *Arquitectura industrial. Concepto, método y fuentes*. Ed. Diputación de Valencia-Museo de Etnología. Valencia, 1998, Págs. 46, 52, 59, 66, 115, 119.

(5) Aguilar, I. "Industrialització i Arquitectura". *Arqueologia Industrial. Actes del Primer Congrés del País Valencià*. Ed. Diputación de Valencia, Valencia, 1991, págs. 93-119.

South American Bank lid., Banco Exterior de España, Banco de España y Banco Hispano Americano). Su capital se cifra en cuatro millones de pesetas, cantidad nada despreciable para la época, a la vez que se habla de fábricas propias en Madrid y San Sebastián, incluso en Europa, vino de consagrar y aceite de su cosecha, lo que supondría la posesión de cultivos en propiedad. También se hace mención de haber superado en calidad sus vidrieras artísticas a las de otros países europeos, como por ejemplo a Alemania, en algunos certámenes a los que habían concurrido.

Abre el catálogo la fotografía de un idealizado polígono industrial en el que inmensas e irreales fábricas están presididas por humeantes chimeneas en febril y fabril actividad; es una concesión y un elogio grabado a la industrialización y al progreso que supondría para los pueblos, era un viso de modernidad patente en el empleo de la fotografía (en blanco y negro generalizado, aunque con unas cuantas ya en color) como medio de propaganda industrial.

Ante la ausencia de sus encartes publicitarios en medios como por ejemplo El Almanaque de Las Provincias, o su no participación en la Exposición Regional Valenciana de 1909, me parece que podría pensarse que estamos ante una empresa que hoy llamaríamos "virtual" y dedicada, sobre todo, a la intermediación comercial y al trabajo por encargo, a la venta por catálogo, ventas dirigidas especialmente al mercado hispanoamericano, por detalles que aparecen en el propio texto del catálogo y en su portada. Se alude a fletes, embarques, seguros marítimos, embalajes, consignatarios, consulados, puertos, aduanas, cambio en dólares, etc., según ya vimos, y se hace referencia al primer centenario de la independencia de Méjico, con la fecha 1910. Esta efeméride recuerda o celebra la insurrección del cura Miguel Hidalgo en 1810, que fue aplastada por el ejército realista de criollos y ejecutado él mismo el 30 de Julio de 1811. La independencia mejicana no se consiguió hasta 1821, pero seguramente la insurrección de Hidalgo contaría con abundante predicamento entre los mejicanos, por lo que la presencia de esta fecha y primer centenario en este catálogo de la CEAR vendría a ser como una concesión de halago a sus más que potenciales clientes mejicanos y la confirmación de la importancia de Hispanoamérica en la planificación exportadora de la compañía.

Se desconoce, por ahora, el año de fundación de la misma, sus dueños o sistema de constitución. El catálogo está editado sin fechar el año, pero uno de sus productos, un estandarte bordado con la siguiente inscripción: "ARCHICOFRADÍA DEL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS. CULLERA, AÑO 1927", nos está proporcionando una fecha post quem para el mismo, es decir, que tuvo que ser editado en 1927 o en torno a él. En cuanto a la fecha de constitución de la empresa, quizá la referida a la independencia mejicana y alguna otra que comentaré a continuación, podrían indicarnos la fecha aproximada de su fundación. Uno de los cuatro medallones con que se adornan los ángulos de la portada, el inferior izquierdo, presenta un busto del Papa León XIII con la siguiente inscripción: "LEÓN XIII. PONT. MAX. ANNO X". Si entendemos que esta anotación cronológica se refiere al décimo año de su pontificado o décimo aniversario de su elevación a la silla de San Pedro, estaríamos en el año 1888, ya que León XIII reinó entre 1878 y 1903, falleciendo a los 93 años de edad. Por el contrario, no creo que se refiera esa fecha del medallón papal al décimo aniversario de su muerte, es decir, al 1913, porque le sucedió en el solio pontificio el santificado Pío X, que murió en 1914 en olor de santidad y habiendo alcanzado un gran predicamento entre los creyentes. Por lo tanto, 1888, año décimo del pontificado de León XIII, debió ser una efeméride importante para la Compañía Española de Artículos Religiosos, posiblemente el año de su fundación.

La concepción de la portada del catálogo que nos ocupa hay que ponerla en relación con el auge industrial de finales del siglo pasado, con la idea de modernidad y con la presentación de la industria y el progreso fabril como solución para los problemas del hombre. Así, el medallón superior izquierdo presenta a una matrona coronada que sostiene con una mano una corona real y apoya la otra en una rueda dentada mientras sujeta una rama; junto a ella la silueta de dos edificios fabriles con humeantes chimeneas, por lo que no puede ser otra que la alegoría de la Industria, cuyo diseño está firmado por A.G. BMBAU. En la parte superior central puede verse una figura de Helios, el sol, conduciendo una cuádriga de caballos blancos; a sus espaldas le sirve de fondo un gran sol rojo con sus inmensos rayos dorados y a los pies de los caballos, en la parte delantera, cinco globos terráqueos, dejando visibles los tres de delante los continentes americano, europeo

y africano, respectivamente. Qué duda cabe de que esta figura mitológica cabalgando sobre los continentes alude a la pretensión comercial y programática de la CEAR de extender sus productos y negocios por todo el mundo.

Del medallón superior derecho ya hice mención al referirme a la independencia de Méjico. Aparece en él una matrona en pie, con traje talar y velo, a cuyo lado se encuentra el Ave Fénix; porta en la mano derecha una rama y va acompañada de la inscripción "PRIMER CENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE MEXICO. MCMX", que ya fue comentado líneas atrás. En el ángulo inferior derecho otro medallón con una larga inscripción ilegible, lamentablemente, en el que puede verse un grupo de cuatro figuras; la principal, sentada en un trono, radiante, es una matrona con los brazos abiertos y una cruz apoyada en el hombro, sujetando en sus manos sendas coronas que parece estar imponiendo a dos de las tres que tiene a sus pies, una en pie y las demás arrodilladas, posiblemente se trate de un conjunto alusivo a la Fe cristiana.

El resto de la portada del catálogo, enmarcada por una orla de sinuosos perfiles vegetales y aquellos medallones en los vértices, aparece cruzado por una cartela que anuncia "COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE ARTÍCULOS RELIGIOSOS" y detrás algunos de sus productos dibujados y coloreados: piezas de orfebrería, candelabros y vasos sagrados, ornamentos litúrgicos, altares, vidrieras, una campana, un armonium, medallas, rosarios y unos barriles de vino de consagrar, entre otros, adelantando lo que será su contenido. En el altar neogótico que se ve en el fondo, puede distinguirse una imagen de la Virgen de los Desamparados acompañada de San Antonio de Padua y Santo Tomás de Villanueva, con lo que se confirma la presencia de iconografía especialmente valenciana. La CEAR aparece reseñada en el Directorio Bailly-Baillièrre ⁽⁶⁾ correspondiente al año 1936, aunque no se incluye en el índice de calles del mismo y parece lógico que en el número 8 de la calle Abadía de San Martín, domicilio de la compañía, figurara; pues bien: no solo no figura sino que tampoco aparece nadie, ni empresa ni particular alguno en ese número, lo que hubiera permitido establecer algún tipo de relación. Y tampoco es citada en otras entradas del Directorio en las que debería aparecer, como por ejemplo escultura religiosa, objetos artísticos, orfebrería de arte,

orfebrería religiosa, ornamentos para iglesia, fábricas de artículos de metal, bordados, tejidos de oro y plata, etc. El único dato que se puede extraer como cierto de este Directorio, anterior a la guerra civil, es que en 1936 seguía existiendo la compañía.

3.- EL CATÁLOGO COMERCIAL DE LA CEAR. SECCIONES.

Se trata de un soberbio ejemplar de trescientas páginas y unas medidas de 46 x 35,5 cms., muy bien encuadernado y algo difícil de manejar por su tamaño y peso. No se indica el año de edición y tampoco sabemos si se regalaba, se cobraba o se descontaba su importe al superar una determinada



Portada Catálogo de la CEAR. (Detalle).
Compañía Española de Artículos Religiosos.

(6) Directorio Valenciano (Bailly-Baillièrre Riera). Publicado por Anuarios Bailly-Baillièrre y Riera Reunidos, S.A. Barcelona, 1936, pág. 42.

cantidad en los pedidos, como hacían algunas compañías. Le cuadra muy bien la definición que para el catálogo industrial da Martínez Torán ⁽⁷⁾ al indicar que se trata de un "instrumento por el cual la empresa publicita, regulariza y comercializa su producción, caracterizado por los datos técnicos y la descripción acompañada de la imagen impresa de cada producto". Efectivamente, la Compañía Española de Artículos Religiosos (CEAR) hace publicidad de los productos que ofrece (fabricados en sus supuestas factorías o encargados a otras empresas por su mediación), indica sus detalles técnicos, tarifas de precios, condiciones de pago y embalaje, y, lo más importante, recurre a la fotografía y hace un gran despliegue fotográfico en una cuidada edición de su catálogo para demostrar su calidad y altura empresarial. La propaganda publicitaria no solo informa, sino que también incita al consumo, y un mayor consumo llevaría parejo un aumento de la producción y de la ganancia, que es, en definitiva, lo que interesa al sistema capitalista de producción.

Esta situación explica la edición constante de catálogos por las empresas y su enorme éxito, al que contribuyeron las nuevas técnicas de impresión y de ilustración, como por ejemplo la fotografía, que se convierte así en la principal aliada de los catálogos comerciales. Además, la producción industrial de la época no era tan especializada como pueda suceder en la actualidad; las empresas ofrecían un amplio abanico de productos, a veces dispares, y la mejor manera de darles salida era informando de ellos a los potenciales compradores, mayoristas, minoristas o particulares. Si miramos un poco al panorama industrial valenciano del momento, nos damos cuenta, por ejemplo, de que las numerosas empresas de fundición, dedicadas a la fabricación de productos para la construcción o industria en general, tampoco tienen reparos en meterse por los caminos del arte religioso, decorativo o funerario. Y así, La Maquinista Valenciana, lo mismo construía puentes de hierro para la Ribera, faros y señales marítimas, máquinas para elaboración de tabacos, molinos aceiteros, etc., que le construía un locomóvil al rey Alfonso XIII o fundía las estatuas del rey Don Jaime en Valencia y Castellón.

El propio índice del catálogo facilita las secciones del mismo, ocho en total, que va a permitir hacerse una idea muy aproximada de los productos y objetos que ofrece: 1) Ornamentos sagrados; 2) Or-

febrería religiosa; 3) Mobiliario religioso; 4) Estatuaria religiosa; 5) Objetos religiosos; 6) Vidrieras artísticas, 7) Armoniums y 8) Varios (campanas y vinos de celebrar), arrojando un total de más de dos mil cien fotografías y algunos dibujos de objetos catalogados.

3.1. Ornamentos Sagrados.

Los Ornamentos Sagrados, con 343 imágenes fotográficas, se ofrecen en todos los colores litúrgicos, a gusto del cliente, y se confeccionan en toda variedad de patrones, español, francés, italiano, alemán, americano, etc. No es lo mismo una casulla de corte español que de corte francés o americano; los bordados se ofrecen en plata, oro y seda y se alardea de fábricas de tejidos de hilo de seda, plata y oro, aunque las multinacionales no gozaban de tanta fama todavía y las fusiones no se percibían como una forma rápida y fácil de ganar dinero.

La denominación de sus productos, para los que se usan los términos más apropiados y exactos, nos reconcilia y reconforta a los que alguna vez estudiamos en el bachillerato Historia Sagrada y dentro de ella unos apartados al final de cada lección dedicados a la liturgia, donde nos familiarizábamos con mitras, tiaras, conopeos, sobrepellices, umbrellas, manípulos, etc., presentes en buen número de obras de arte de la cultura occidental, y evita ridículos espantosos como aquellos en los que caen estudiantes o gente, a veces de cierto nivel, al llamar "bolso que echa humo" al incensario o "pozalito para el agua" al acetre o "salsera de plata" (o bronce) a la naveta. La recuperación de la terminología y su utilización con propiedad ya justificaría la atención prestada a la Arqueología Industrial y a catálogos comerciales como el que nos ocupa.

La variedad de diseños es tremenda, su ornamentación y sus labores nos remiten a otros tiempos y a otros lugares donde los parámetros económicos eran distintos, muy distintos, a los actuales; son algo propio de sitios donde rige otro

(7) Martínez Torán, M. "Catálogo industrial". Voz en *Enciclopedia Valenciana de Arqueología Industrial*. M. Cerdá y M. García Bonafé (dirs.). Ed. Alfons el Magnánim. Valencia, 1995, pág. 191.

"tempo" enclaustrado y silencioso, obras de arte salidas de la mano de auténticos acupictores que llegan a bordar en alguno de sus estandartes "PAZ, PAZ Y SIEMPRE PAZ".



Orfebrería. Modelo de Copón.

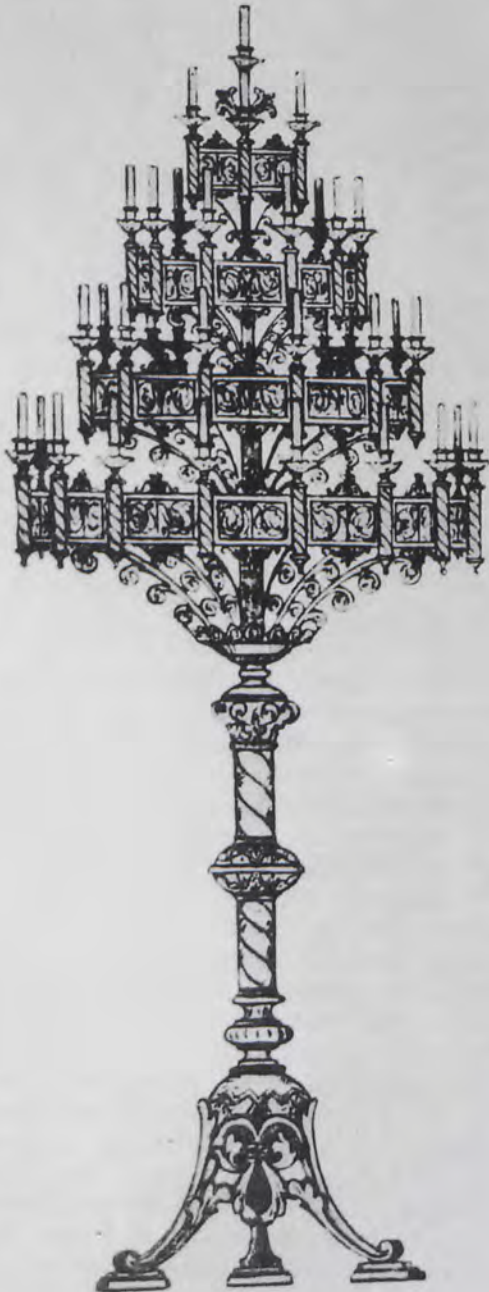
3.2. Orfebrería religiosa.

La sección dedicada a la Orfebrería Religiosa llega a ofrecer 391 imágenes ilustrativas de sus productos, sacras (hoy en desuso), cruces parroquiales que precedían e identificaban a las distintas parroquias en actos procesionales o reuniones masivas, navetas para el incienso, turíbulos, lampadarios, báculos, ciriales, tenebrarios, lámparas de cristal de roca, potencias, rostrillos, cálices de todos los esti-

los, así como copones, custodias, manifestadores y sagrarios cuyas puertas presentan una iconografía a veces muy valenciana en los Salvadores eucarísticos joanescos o en el mismísimo Santo Cáliz de la Seo, andas procesionales, verjas, lámparas votivas, en fin, de todo lo que pueda necesitarse para el culto cristiano y ser realizado en metales nobles deja constancia en sus fotografías y dibujos el catálogo de la CEAR. Un par de sus productos hacen referencia a marcas o fabricaciones ajenas, por lo que puede decirse que vienen a confirmar la afirmación hecha antes de que recurría a la intermediación en los productos que ofrecían a sus clientes. Así, por ejemplo, puede verse en el catálogo la "Lámpara litúrgica de cera Santísimo. Hijos de J. Silvestre. Valencia (España)" o las lamparillas de "Cera Suprema" así como algún otro caso que veremos más adelante y que vienen a corroborar que todos los productos no son estrictamente suyos.

3.3 Mobiliario religioso.

En la parte dedicada al Mobiliario Religioso, 84 ilustraciones sirven para dar cuenta de su oferta en este sector. Tabernáculos, sagrarios, altares, púlpitos, viacrucis, reclinatorios, andas, etc. se ofrecen a sus potenciales clientes con especial hincapié en los altares, sus clases y características. Informan de la existencia de dos tipos de trabajos, de clase primera y de clase extra. La clase primera se oferta como de "construcción sólida, tallado perfecto y artístico en todos sus filigranados detalles decorativos; su decorado es todo imitando a la perfección a ricos mármoles distribuidos y combinados en diversos tonos; la talla, molduras y motivos decorativos dorados con oro fino superior en brillo y mate burilado". Los trabajos de altares en clase extra vienen definidos como de "Construcción y mecanismo especial artísticamente filigranado con lujo de detalles; su decorado será en oro superior de ley 18 kilates formando ricas y artísticas combinaciones, resultando de gran efecto por su especial trabajo de adorno al cincel de sorprendente resultado. Todos los altares pueden sujetarse a la decoración que el cliente desee, como también introducirse los variantes o modificaciones que se tengan por conveniente. En tal caso al hacer el encargo, el cliente deberá indicarnos el tono de colores que desea en el altar bien sea imitando a maderas, mármoles, oro, plata, etc. y las modificaciones que se tengan que hacer". Como puede verse



Mobiliario Religioso. Modelo de candelabro en bronce.

se trata de una producción artística a la carta. Para las ilustraciones fotográficas se recurre tanto a la fotografía propiamente dicha como al dibujo; aparecen una docena de referencias a las Escuelas

Salesianas al pie de las piezas, lo que permite pensar que fueron diseñadas y fabricadas por los salesianos en las escuelas donde se formaban con ellos especialistas en este tipo de productos, quizá salidos de sus escuelas Martí Codolar de Barcelona, donde se encargarían de realizar los pedidos que les llegaran a través de la Compañía Española de Artículos Religiosos (CEAR); como se trata de altares, buena parte de los ofertados son fotografías de montajes llevados a cabo en iglesias o capillas, en las que puede comprobarse mejor el efecto que producían. También se ofertan modelos de altares mediante dibujos a escala con anotaciones manuscritas incluso de los fabricantes; los propios entalladores o escultores que trabajaban para la CEAR les proporcionarían estos diseños para ser incluidos en el catálogo. Por eso, una vez más, hay que decir que por la enorme cantidad de productos, por su rica variedad, por los cambios en los diseños que podía introducir el cliente y la producción ajena ya comentada, la CEAR tuvo que actuar notablemente como intermediaria entre clientes y productores, artistas o fabricantes.

3.4. Estatuaria religiosa.

La sección de catálogo dedicada a Estatuaria Religiosa es una de las más ricas del mismo y se incluyen en ella 484 ilustraciones que corresponden a "imágenes del Señor en todos sus misterios, imágenes de la Virgen en todas sus advocaciones, estatuas de diversos santos (y) figuritas para nacimientos".

Según su mayor o menor calidad, las imágenes presentan una doble clasificación, bien se trate de tallas en madera o bien de esculturas realizadas en pasta de madera artificial, y a su vez, en clase primera y clase extra teniendo en cuenta la finura y calidad de su decoración. Las imágenes de clase primera están talladas en madera fina, policromadas y doradas con oro fino burilado y notables detalles decorativos. Las de clase extra, al parecer las de mejor calidad, están esculpidas en madera fina, con decorado policromado y orlas recamadas al espolín en oro fino superior de 18 kilates y colores luminosos. Las imágenes hechas en pasta de madera artificial, material que recibe el nombre de **fibrón**, son las más baratas, aunque su acabado puede ser también de clase primera o extra. La justificación del empleo de la pasta de madera artificial no tiene desperdicio, aludiendo a su deseo tradicional de armonizar economía y solidez con el arte

y haciendo referencia a los notables estudios y ensayos llevados a cabo para dar con un material artificial que sustituyera y superara, incluso, a las mejores maderas finas usadas en la talla de imágenes. Esta "...pasta-madera artificial, materia sólida, indestructible e inalterable a los cambios atmosféricos, la cual elaborada ex profeso por nosotros mismos, constituye el principal elemento de nuestras producciones. Son bendecibles e indulgenciables". A su vez, todas iban construidas con un fuerte armazón interno de hierro, dándoles solidez y permanencia para afrontar el paso del tiempo. Es el único caso referido a un material nuevo de fabricación que aparece en el catálogo, pero no se alude al proceso de elaboración del mismo, lo que hubiera tenido un indudable interés, si bien es obvio que las compañías velaban por mantener el secreto de sus patentes.

Pueden contarse, por ejemplo, más de cincuenta modelos del Sagrado Corazón de Jesús (en pie, sentado, con los brazos abiertos, levantados o no, apoyado en nube o peana, cabeza inclinada a un lado u otro, recta o hacia abajo, con potencias o corona circular, con cetro y orbe o sin ellos, etc.). Lo cierto es que suele repetirse el mismo rostro, el mismo cabello, las mismas manos, los mismos pliegues ..., pero todo ello, colocado de una u otra manera, permite este enorme repertorio de la misma figura, lo que nos habla, a la vez, de la intercambiabilidad de las piezas, del arte seriado y de las posibilidades hasta entonces desconocidas del arte industrial, arte en el que, al menos en el papel, se atiende a la "expresión de mística belleza" o a la "bella expresión de divina majestad, vida y unción religiosa", pero que a los ojos de hoy nos parece un arte (si es que lo es) excesivamente edulcorado, repetitivo, despersonalizado, poco o nada original, que no conmueve y que alienta y alimenta una piedad superficial. Cumplió un papel de reposición de imágenes, necesaria por los avatares de la propia historia, destrucciones, prácticas de piedad animadas por las numerosísimas órdenes y congregaciones religiosas de nuevo cuño y por la creación de nuevas parroquias que exigía el aumento demográfico y el crecimiento de las ciudades. El trabajo en cadena, en serie, o al menos especializado, el fácil intercambio de piezas y el precio asequible, permitieron atender una demanda social que hay que relacionar con la economía, con la historia, con el aumento del prestigio del papado, con apariciones milagrosas, etc., etc.

Con las imágenes de la Inmaculada o de la Virgen del Carmen pasa lo mismo; se presentan numerosos modelos, pero en los que es fácil detectar los cambios llevados a cabo: una mano más o menos inclinada, una cabeza girada a derecha o izquierda, una decoración abigarrada o no, una corona más o menos recargada en su decoración; unas obras de un anónimo Doctor Frankenstein que injerta a su capricho (o al del cliente) los miembros más señalados en un articulado maniquí; las piezas de un mecano que permite la construcción de varios productos finales, en este caso una Purísima, o una Milagrosa, o una Virgen del Carmen o un ejemplar de Nuestra Señora de las Tres Avemarías, en fin, a gusto del consumidor, que a veces también demandaba una típica Inmaculada al estilo y copia de Gregorio Fernández o un conjunto de San Francisco abrazado al Crucificado de bulto redondo y tomado del conocido lienzo de Francisco Ribalta conservado en el Museo de Bellas Artes de Valencia.

Las tallas en madera se esculpían en cedro o en madera de flandes; la altura podía oscilar entre los cuarenta centímetros y los dos metros, mientras que el precio, más barato en clase primera, casi se dobla en los trabajos de clase extra. El fibrón artificial da más juego en cuanto a los tamaños y así sus medidas oscilan entre los diez centímetros y los dos metros, y los precios, según fueran los trabajos de clase primera o extra, aumentan en torno a un tercio o mitad más, aproximadamente. De todos modos, los precios se refieren siempre a imágenes sencillas "sin niño ni trofeos", pues, en caso contrario, se les aplica un notable aumento; si a la imagen en cuestión se le añade el Niño en brazos, su precio aumentaba un 25% sobre el indicado en catálogo; por cada serafín o angelillo que se le añadiera, el precio se elevaba un 10 % más; si el dorado se hacía con oro superior, a gran brillo, aumentaba su precio en un 5 % si solo se trataba de la cara delantera o anverso de la imagen, mientras que si se trataba de las dos caras el aumento era de un 10 %; en los conjuntos de dos, tres o más imágenes, cada estatua nueva añadida aumentaba su precio en un 100 %.

El fibrón no estaba generalizado y solo se usaba en los modelos más demandados o conocidos, dejándolo en exclusiva para las figuritas de nacimientos.

La organización del catálogo es sencilla y facilita la consulta y encargo del posible comprador, quien

no solo puede encontrar las imágenes tradicionales de Cristo, la Virgen o los santos, sino también imágenes del santoral menos conocidas, como Santa Juana Lestonac, San Alonso Rodríguez, San Eusebio o la Beata Imelda. Las imágenes que presentan más modelos, además de las ya comentadas, son las de San Francisco de Asís, San Antonio de Padua, Santa Teresa de Jesús, San José, el Niño Jesús, diversos ángeles y arcángeles, etc., siendo capaces de atender cualquier demanda de piedad o liturgia que se les encargase.

3.5. Objetos religiosos.

La siguiente sección del catálogo está dedicada, en tono generalista, a Objetos Religiosos, con más de quinientas ilustraciones mediante las que se ofrecen medallas de todas clases, advocaciones y precios, troqueladas en aluminio y en plata, placas (con benditera o sin ella), escapularios (con las leyendas en francés), estampas para recordatorios de primera comunión, así como los misalitos o devocionarios usados en ella. En las estampas hay que destacar su variedad tipográfica, como por ejemplo las opalinas y los bromuros, y en los devocionarios y estuches el empleo del celuloide, material anterior y precursor de los plásticos, que son muy buscados por los coleccionistas de este tipo de objetos.

3.6. Vidrieras artísticas.

Se continúa el catálogo con otra sección muy importante dedicada a las Vidrieras artísticas e ilustrada con setenta y tres fotografías, cuatro de ellas a color. A diferencia de lo que ocurre en otras secciones con escaso texto informativo, en la dedicada a vidrieras se explayan en abundancia, calidades y variedades, cuidados a la hora de tomar las medidas, recomendando el recurso a profesionales como arquitectos o constructores, y donde podemos espiar una curiosa anotación que parece corresponder a una enumeración de principios con los que pretenden huir del mercantilismo: **"Nuestras obras abarcan desde los trabajos más sencillos hasta los de mayor riqueza y complicación, sin perder de vista el buen gusto artístico, evitando siempre que aparezca en las obras de esta casa el sello del mercantilismo con el que solamente se consiguen trabajos ordinarios que es preferible no ejecutar.**

15. *Alabala San Martín. 8. VALENCIA (España)*



Modelo de retablo barroco. Catálogo CEAR.

Estos trabajos mercantiles son los que pretenden llevar a América industriales poco escrupulosos que olvidan en absoluto que la vidriera es industria de carácter artístico que ellos sacrifican a los precios".

Los trabajos de vidrieras se confeccionaban en dos calidades, una primera categoría de trabajo fino y rico, con materiales escogidos y seleccionados, usando solamente vidrios antiguos. Una segunda categoría sería aquella en la que se producía alguna simplificación en los trabajos, usándose materiales que en el caso de la primera categoría habrían sido desechados, es decir, que presentaban algún tipo de defecto pero solo detectable por técnicos expertos. Estas son las dos categorías básicas, aunque se ofertan otras más sencillas, con precios disminuidos en proporción, pero sin afectar a su calidad, a su valor artístico y a su acabado, y por supuesto que se confeccionaban en cualquier estilo que pidiera el

cliente y con el tema o advocación que demandara. Además se ofertaban lo que podríamos llamar o considerar como otras variantes de vidrieras; se trata de grisallas, mosaicos de vidrio, simetrías o tracerías y combinaciones entre ellas.

Entre los modelos representados pueden distinguirse ejemplares pertenecientes a estilos románico, gótico, renacentista, barroco, modernista, etc. Como el procedimiento de fotografía en color era tan caro, ya se comentó que solo se incluyen cuatro en color y el resto en blanco y negro, pero ponen aquellas para que el futuro cliente se haga una idea de cual sería el efecto producido en su encargo.

Los precios de las vidrieras varían según los metros cuadrados encargados y vienen dados para cuatro metros como mínimo. En caso de no alcanzarse esta cifra se producía un recargo sustancioso en el coste, el 20 % en vidrieras de tres a cuatro metros, el 30 % en encargos de dos a tres metros, y el 40 % en vidrieras de uno a dos metros, teniendo en cuenta que las vidrieras que no llegaran al metro cuadrado se cobrarían como si en efecto lo tuviesen.

3.7. Armoniums.

La sección de Armoniums y órganos viene ilustrada con treinta y nueve fotografías acompañadas de un texto lo suficientemente explicativo para satisfacer la demanda del comprador. Se ofertan armoniums especiales para enseñanza en las escuelas, armoniums del modelo "Armoniflot" y en sus distintas variedades de mesa y plegables-portátiles, armoniums del modelo "Misioneraio", del modelo "Mignon", del modelo diseñado especialmente para el estudio del órgano, del modelo "Extra" a doble expresión en muebles tipo americano y terminados con gran lujo, modelos de dos teclados y Pedalier para capillas y estudio del órgano moderno. En esta sección es de destacar la construcción de órganos de tubos para iglesias y salones, el más económico a partir de dieciseis mil pesetas, donde se insiste en la esmerada construcción de los mismos y la atención que se presta a las fachadas artísticas y la propia caja o casa del órgano siempre diseñadas en consonancia con el estilo arquitectónico del lugar al que van destinados. Los fuelles, hasta entonces movidos a mano por mozos o sacristanes, tarea representada con fortuna en alguna obra de pintores famosos, van a ser sustituidos por moto-ventiladores silenciosos.

3.8. Campanas, vinos y aceites.

Se cierra este catálogo de la CEAR con una sección general llamada de "Varios" en la que se incluyen las campanas, aceites para el Santísimo y vinos de consagrar.

Las campanas se ofertan afinadas en cualquier nota de la escala musical que el cliente indique, y de seis kilos hasta cien de peso, e incluso más, cobrándose el producto por kilos y cuyo precio oscilaba entre 6'50 pesetas y 12 pesetas, en proporción inversa, es decir, a menos kilos de peso mayor precio. Una vez más aparecen productos que no pertenecen directamente a la CEAR sino a compañías o talleres que reciben sus encargos; es el caso de una foto de campana perteneciente a la fundición de Constantino de Linares, ubicada en Carabanchel Bajo, de Madrid, con forma de esquilón y sistema español; otra fotografía, extraordinaria, muestra el patio de una fundición donde pueden apreciarse más de cuarenta modelos de campanas esparcidos por el suelo y colgadas junto a yugos, melenas y badajos; las siguientes ilustraciones no son menos interesantes, pudiéndose apreciar una almazara con sus depósitos, una escena de vendimia absolutamente idílica y hecha para la publicidad, una vista interior de bodega con máquinas estrujadoras de racimos, otra donde se aprecian las grandes cubas de fermentación del mosto y almacenado del vino, otra ilustrando la conducción de los productos para la exportación en vetustos carros tirados por caballerías y precedidos de un no menos antiguo camión cargado con cajas, finalizando con un anuncio de "Vino puro de vid para consagrar" de relamida iconografía en la que un ángel exprime un racimo sobre unas vijnajeras que le sostiene un simpático monaguillo que dirige su mirada al espectador junto a un escudo papal. El precio del vino estaba a 1'90 el kilo (no se dice litro) el seco de tres años, y a 2'25 pts. el kilo de vino dulce de tres años, servidos en barricas de roble cuya cabida oscila entre los treinta y los mil litros.

4.- CONCLUSIÓN.

Demasiada información, demasiadas imágenes, como para permitirnos el lujo de perderlas. Gracias a los catálogos comerciales se puede conocer mejor la experiencia humana y las huellas

del pasado tecnológico y productivo ⁽⁸⁾. Mediante este álbum de la CEAR se recupera una página de la historia valenciana en un momento en que la serialidad aparece en la producción artística y el arte se hace objeto industrial, se imitan y mezclan estilos, se copian piezas famosas o partes de ellas, se recurre a la intercambiabilidad ⁽⁹⁾ y a la repetición. Aunque en el caso de la CEAR, por la idiosincrasia de sus productos (estatuaria, por ejemplo), debió contar con un numeroso grupo de artesanos tallistas que atenderían los encargos, es decir, ocurriría un poco como en el caso de la ebanistería, y nada sería de extrañar que trabajaran para la CEAR escultores valencianos de aquella época como Pío Mollar, Enrique Galarza, José María Ponsoda, Venancio Marco, etc., quienes repetirían, una y otra vez, imágenes compuestas y conformadas mediante elementos tallados de antemano (rostros, manos, etc.) ya que las máquinas reduplicadoras aún no existían. En el caso de la utilización del fibrón o pasta de madera artificial, sí que puede pensarse que estamos ante un arte industrial, si bien las piezas serían fabricadas mediante moldes debidos al trabajo de estos artesanos tallistas o maestros escultores mencionados. Muchas de las imágenes existentes en las iglesias levantadas a principio de siglo, tanto en España como en Hispanoamérica, debieron salir de los talleres de la CEAR; tienen esa impronta edulcorada y producen una sensación de algo ya visto, aunque, a pesar de su intencionalidad de no caer en el mercantilismo, lo cierto es que estuvieron inmersos en él y cobraban precios elevados por piezas de poco valor, uniformizadas y vulgarizadas. Como hay una cuestión de gusto y moda por medio, los estilos más

(re)producidos son el gótico y el renacentista, aunque también están presentes el románico, el barroco, y unos estilos llamados "gótico moderno" (que es un gótico ecléctico y desnormativizado), "romántico" y "moderno", estos dos últimos de difícil precisión pero muy en la órbita del eclecticismo; del mismo modo se hace referencia a unas sacras de "moldura elegante" donde el término "elegante" puede significar cualquier cosa menos lo que hoy entendemos por él.

El catálogo facilita el espionaje industrial, la copia de productos, y, a la vez, ocasiona la eliminación de los que ya han pasado de moda así como el conocimiento de la evolución del gusto. Esperemos que con estudios en esta línea, las instituciones, los coleccionistas y las empresas valoren más los catálogos, pues como decía Martínez Torán (v. nota 7) "suponen un claro testimonio de ayuda inestimable para varios ámbitos de la investigación arqueológica industrial valenciana" y así lo confirma este que acabamos de presentar perteneciente a la Compañía Española de Artículos Religiosos que tuvo su sede en Valencia.

(8) Newell, D. "Arqueología industrial y ciencias humanas". En *Debats*, nº 13. Ed. Alfons el Magnànim. Valencia, Septiembre, 1985, pág. 40.

(9) Negri, A. "Historia del Arte y cultura de la industria. Líneas posibles de investigación". En *Debats*, nº 13, op. cit., pág. 45.