



TRABAJO DE FIN DE GRADO

EL AZULEJO PUBLICITARIO. PUESTA EN VALOR Y SALVAGUARDA

2020

CARMEN TERESA LIBRERO VILCHES

GRADO EN CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE BIENES CULTURALES. UNIVERSIDAD DE SEVILLA

AGRADECIMIENTOS:

A mi familia y amigos



CONIAC

ONTECO

ONTERA



Imagen: Flickr: Rafael Juliana. Puerta del Sol, Vigo.

EN TODOS LOS PAISES DEL MUNDO)
NADERIA
AGRICULTURA
E HIGIENE



TRABAJO DE FIN DE GRADO

EL AZULEJO PUBLICITARIO. PUESTA EN VALOR Y SALVAGUARDA

CARMEN TERESA LIBRERO VILCHES
GRADO EN CONSERVACION Y RESTAURACION DE BIENES CULTURALES.
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
2020



TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE BIENES CULTURALES

- UNIVERSIDAD DE SEVILLA -

CURSO 2019/2020

TITULO DEL TRABAJO: EL AZULEJO PUBLICITARIO. PUESTA EN VALOR Y SALVAGUARDA

AUTORA: CARMEN TERESA LIBRERO VILCHES

ABAD GUTIERREZ
JUAN MANUEL -
31605657T

Firmado digitalmente por
ABAD GUTIERREZ JUAN
MANUEL - 31605657T
Fecha: 2020.06.10
21:40:43 +02'00'

Vº Bº TUTOR: DR. JUAN MANUEL ABAD GUTIÉRREZ

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1 Resumen y palabras clave.....	16
2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	18
3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	19
4. METODOLOGÍA.....	21
5. PATRIMONIO CERÁMICO PUBLICITARIO.....	23
5.1 Estado de la cuestión.....	23
5.2 Historia del azulejo publicitario.....	27
5.3 Recorrido gráfico.....	32
5.4 Situación actual.....	49
5.4.1 Expolio: Destrozo y pérdida.....	49
5.4.2 Situación legal y jurídica. La protección del azulejo publicitario.....	54
5.4.3 El hallazgo y la recuperación. Puestas en valor.....	65
6. PROPUESTA DE INTEGRACION PROFESIONAL.....	74
7. CONCLUSIONES.....	76
8. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA.....	79
8.1 Documentación fotográfica.....	79
8.2 Índice y referencia de imágenes.....	98
8.3 Referencias bibliográficas.....	105
8.4 Documentación electrónica.....	106
8.5 Documentación legislativa.....	116

‘Es imposible entender lo que somos sin conocer lo que fuimos’¹.

Arturo Pérez Reverte

I. INTRODUCCIÓN

I.1 Resumen y palabras clave

En las primeras décadas del pasado siglo, la publicidad encontró un nuevo soporte, algo peculiar pero ideal para sus fines: la cerámica. A partir de entonces, la publicidad sobre azulejo estará presente por todo el país, siendo Sevilla, Manises (Valencia) y Talavera de la Reina (Castilla la Mancha) los principales centros de producción². Los retablos cerámicos publicitarios serán la antesala de los escaparates y, con el tiempo, aunque hayan desaparecido los comercios que lo publicitaban y a los que publicitaban, acabarán formando parte de “la memoria e identidad de la ciudad”³ y, por tanto del patrimonio de esta. Sin embargo, este tipo de soporte publicitario acaba abandonándose en los años 60⁴, debido a la irrupción en el mercado de nuevos materiales, como el neón, el plástico o la formica, junto con el desarrollo industrial que va experimentando las ciudades y el cambio de gustos estéticos por parte del consumidor.⁵

Sevilla, la ciudad inspiradora y de la que parte el presente trabajo, posee una gran tradición alfarera y de artísticas cerámicas. Paseando por sus calles, aún se pueden ver numerosos ejemplos de paneles cerámicos publicitarios.

Aunque muchos de estos son reconocidos y apreciados por su gran calidad artística, originalidad y por ser testimonio de una historia ya pasada, otros no han corrido la misma suerte y han desaparecido.

En otros casos presentan un preocupante e incluso pésimo estado de conservación, expuestos al robo y al vandalismo, en la mayoría de los casos consecuencia del cierre y desaparición del comercio que los mantenía. Todo ello nos evidencia la escasa o nula protección que tienen estas piezas y el injusto vacío legal en el que se encuentran.⁶

Con este trabajo de fin de grado se pretende, por una parte, ofrecer una visión de la situación actual en la que se encuentra el patrimonio publicitario cerámico de Sevilla y de otras ciudades. Por otra, tratar, a lo largo de este, la problemática en su conservación y restauración, a través de numerosos y destacados ejemplos -tanto ejemplares que gozan de buen estado de conservación, como otros que no o que incluso han sido destruidos recientemente- y, por último, su puesta en valor y concienciación de la sociedad sobre esta situación.

² Checa Godoy, Antonio. *Historia de la publicidad* [en línea]. Madrid: Netbiblo S.L, 2007, p. 126 [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.it/books?id=UFpC52A99dEC&pg=PA126&lpg=PA126&dq=publicidad+historia+cer%C3%A1mica+sevilla&source=bl&ots=BIvIh359NN&sig=ACfU3U1bvQIVFx40LHHyatnmhpyFpbQyQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewiZylbd84XoAhXiQkEAHW-CAvEQ6AEwDXoECAkQAQ#v=onepage&q=%20cer%C3%A1mica%20sevilla&f=false>

³ Santatipo. “Se funda la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico”. En: *Santatipo* [en línea], 04 Febrero de 2020, [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.santatipo.es/se-funda-la-red-iberica-en-defensa-del-patrimonio-grafico/>

⁴ Reig, Ramón y Concha Langa Nuño. *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías* [en línea]. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía, 2007, p. 308 [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CHYzIPxaf2cC&oi=fnd&pg=PA23&dq=La+comunicaci%C3%B3n+en+Andaluc%C3%ADa:+historia,+estructura+y+nuevas+tecnolog%C3%ADas&ots=BC04xfWfXE&sig=9En5FKaVuBkUYNIqGV2hITK0Ftk#v=onepage&q&f=false>

⁵ Rotulación a mano. “Murales publicitarios de azulejo pintados en España, Portugal y Europa: mensajes hechos para durar”. En: *rotulacionamano.com* [en línea], 07 de Febrero de 2016, [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <http://www.rotulacionamano.com/murales-publicitarios-de-azulejos-pintados-en-espana-portugal-y-europa/>

⁶ Parejo, Juan. “Cerámica publicitaria y comercial, una necesaria protección”. *Diario de Sevilla* [en línea], 26 de Octubre de 2015, Patrimonio, [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ceramica-publicitaria-comercial-necesaria-proteccion_0_965903511.html

Palabras clave: publicidad / antaño / patrimonio gráfico / consumo / cerámica / vidriado / esmaltado / cuerda seca / arista / salvaguarda / falta de protección / permanencia / originalidad / singularidad / existencia en el tiempo / mensaje continuo / memoria.

2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

Este trabajo se desarrolla, gracias en buena parte, al haberse cursado las asignaturas de Ilustración y cerámica en el grado en Bellas Artes -curso 2016-2017-. Dichas asignaturas, junto con la experiencia adquirida en este, aportaron grandes conocimientos tanto a nivel teórico como práctico, a la vez que despertaron el interés por la publicidad de antaño. Si a todo ello se le suma la formación en el grado en Conservación en Bienes Culturales, se obtiene como resultado el desarrollo del tema elegido: El azulejo publicitario. Puesta en valor y salvaguarda.

Dadas las circunstancias vividas a lo largo de los últimos meses, que impidieron la realización de un trabajo más teórico debido al cierre de las bibliotecas y universidades, se eligió un trabajo más experimental y práctico, que, sumado a la vocación que despertaron las asignaturas ya mencionadas, han dado como resultado este trabajo.

Se ha priorizado el trabajo teórico desde casa, utilizando recursos web que conjugan el arte tradicional de la conservación y restauración junto con las nuevas tecnologías. De ahí a que se haya utilizado principalmente una bibliografía encontrada en línea, en páginas web centradas en recursos digitales de calidad, como libros, trabajos académicos, enlaces electrónicos y, sobre todo, numerosas noticias y notas de prensa. Estas últimas, que van desde finales de la década de 1970 hasta la actualidad, ilustran, con hechos concretos y tangibles, los hallazgos, sucesos y destrucción de este tipo de patrimonio. Además, dan a conocer el estado actual de la materia en España. Por tanto, se trata más de un trabajo de investigación que bibliográfico.

Aunque la cerámica publicitaria tiene un carácter permanente, dado que este soporte es más duradero y resistente al paso del tiempo que otros, en muchas ciudades, como Sevilla, los paneles publicitarios realizados en este material, se han ido deteriorando o se han perdido de manera definitiva. Las causas son diversas: cambios de gustos culturales, la desaparición del comercio que lo publicitaba, la pérdida de la función publicitaria de este o la irrupción de nuevos materiales en la industria, así como el vandalismo, el expolio y la falta de protección. Por tanto, su conservación, en muchas ocasiones depende de los ``criterios de arquitectos o propietarios.’’⁷

Este tipo de publicidad tan peculiar, que puede encontrarse tanto en exteriores como en interiores, forman parte ya de la memoria, historia e identidad de la ciudad, y, debido a la problemática expuesta en líneas anteriores, tal ámbito precisa la actuación de un equipo interdisciplinar, compuesto por profesionales formados en diversas áreas y que lleven a cabo no solo su conservación y restauración, sino también la salvaguarda, registro, documentación, catalogación e incluso rescate si lo precisara. Dado que es un patrimonio relativamente reciente, todavía son necesarias la elaboración de leyes y medidas que lo protejan, a la vez que es precisa la concienciación social y la puesta en valor de este.

⁷ Parejo, Juan, op.cit.

3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Con el objeto de realizar este trabajo, se han fijado una serie de objetivos, que permitan y garanticen el correcto desarrollo del tema elegido. Aunque nos vamos a centrar en los azulejos publicitarios de Sevilla, se ha decidido no ponerle límites al tema, en cuanto a localizaciones se refiere, puesto que acabaría convirtiendo este trabajo en un inventario más y no se busca eso. Para ejemplificar de forma adecuada nuestras ideas, es necesario salirse de la ciudad, dado que en ella no existen algunos ejemplares de gran singularidad, como los que se encuentran en otras ciudades que veremos más adelante, como Badajoz, Huelva, Valencia, Vigo, Madrid, Ciudad Real o Barcelona.

Una vez fijada esta cuestión, se plantean los siguientes objetivos:

Objetivo general: realización de un estudio de carácter histórico, artístico y cultural del patrimonio publicitario cerámico disperso por la ciudad de Sevilla y algunos casos puntuales en otras ciudades de España, con el objeto de contribuir a su puesta en valor y transmisibilidad.

A partir de este objetivo general, derivan los siguientes **objetivos específicos**:

- Estudiar un patrimonio poco valorado y desamparado a nivel jurídico/legislativo.
- Reflexionar sobre el vacío legal en el que se encuentra este patrimonio y sobre aquellas entidades y colectivos que están realizando un primer intento de protegerlo, catalogarlo y valorarlo.
- Investigar las causas que han propiciado su desaparición y deterioro.
- Meditar sobre la estrecha relación entre la desaparición del comercio tradicional y la pérdida de azulejos publicitarios de antaño.
- Recabar información y puesta en valor, tanto de aquellos azulejos publicitarios y de gran calidad artística que actualmente se conservan en la ciudad, como de aquellos que se han perdido y/o están en riesgo de desaparición.
- Comentar y comparar los casos de los ejemplares deteriorados o desaparecidos con otros que fueron puestos en valor.
- En relación al objetivo anterior, al enumerar tanto los azulejos que se conservan como aquellos que **están en riesgo**, o se **han perdido**, acompañarlos de un testimonio gráfico para que queden registrados, localizados y no caigan en el olvido. En otras palabras, no olvidar lo que se tuvo y lo que aún se tiene.
- Aprovechar la situación actual total de confinamiento para sacarle el máximo partido a las nuevas tecnologías, a través de la realización de un seguimiento y estudio de los azulejos publicitarios sin salir de casa y sin posibilidad de consultar libros en formato físico. Para ello nos ayudaremos no solo de páginas webs, libros y artículos en línea, sino también de otros recursos como Google Maps. Este último recurso nos permite ver tanto la localización de ellos como su evolución en la última década, y, por ende, comprobar si han sido respetados, modificados o destruidos.

De igual forma que quedan testimonios fotográficos de azulejos ya desaparecidos en la prensa de hace décadas, es muy posible que con el paso del tiempo aquí queden reflejados azulejos que desgraciada-

mente no se conserven con el devenir de los años. De hecho, como ya se ha dicho en líneas anteriores, durante el desarrollo de este trabajo, salieron a la luz dos azulejos publicitarios, y meses antes de empezar este, desapareció otro.

4. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos propuestos, se aplicó una metodología conformada por los siguientes estudios:

Estudios históricos

Se han consultado diversas fuentes documentales que tratan la historia de la publicidad sobre cerámica, no solo en Sevilla sino también en todo el país, con el objeto de conocer las variantes y características, técnicas de fabricación, temática, autores y evolución.

Estudio documental y bibliográfico

Análisis de fuentes como libros, artículos y noticias en prensa, páginas web, blogs, revistas especializadas, y entrevistas. Otras fuentes relevantes en cuanto a información se refiere han sido tesis sobre rotulación y publicidad, e incluso redes sociales destinadas a la puesta en valor y salvaguarda del patrimonio cerámico publicitario. Toda esta documentación que ha sido recopilada proviene en su mayoría de internet, dada la imposibilidad de acceder a la biblioteca y a la universidad en el momento de la redacción de este trabajo. Una vez recopilada toda la información deseada, se ha llevado a cabo una labor de procesamiento, clasificación y selección para un correcto desarrollo del trabajo.

Estudio y búsqueda fotográfica

De forma simultánea a las investigaciones anteriores, se ha realizado también un estudio y búsqueda de fotografías de azulejos publicitarios de las zonas ya citadas. Tal labor ha sido fundamental, puesto que tanto las fotografías de los azulejos ya buscados como sus respectivas historias constituyen la base de este estudio.

Una vez realizados todos los estudios mencionados anteriormente, y ordenada toda la información adquirida, se estructuró el trabajo de la forma siguiente:

Primera parte: explica la historia de la publicidad sobre cerámica, con el objetivo de situar de forma temporal y geográfica el asunto. Para ello, se habla de la evolución de la publicidad, los soportes utilizados así como los temas representados y cuáles eran los principales centros de producción de cerámica en España.

Segunda parte: consiste en una identificación de azulejos publicitarios, tanto escrita como gráfica, de aquellos que se encuentran en las ciudades ya citadas. Se trata de una identificación que recoge algunos ejemplos singulares y característicos de cerámica publicitaria, que reflejan las ideas ya expuestas en el punto anterior. Por tanto, no se trata de un catálogo o inventario, simplemente de un recorrido gráfico. A su vez, este bloque trata la cerámica publicitaria desde cinco enfoques: en primer lugar, la cerámica publicitaria que se encuentra en buen estado, en segundo lugar, la que está en riesgo de pérdida, en tercer lugar, la que se ha perdido de forma parcial o se ha deteriorado a causa de labores de rehabilitación o mantenimiento del edificio en el que se encuentran, en cuarto lugar, aquella que se ha perdido de forma definitiva, desde que tenemos noticias hasta nuestros días y en quinto y último lugar, aquella que permanece oculta, porque ha sido tapada.

Tercera parte: aborda los distintos motivos de desaparición de la cerámica publicitaria en las ciudades, mediante ejemplos de ellos, a la vez que refleja la situación actual en la que se encuentran, en cuanto a protección legislativa se refiere. Por último, se habla de aquellos organismos, entidades y colectivos que se dedican a la salvaguarda, protección y puesta en valor de estos ejemplares, al mismo tiempo que se hace un recorrido por aquellos que en estos últimos años han sido recuperados.

5. PATRIMONIO CERÁMICO PUBLICITARIO

5.1 Estado de la cuestión.

Es bien sabido el importante papel que ha tenido Sevilla a lo largo de los siglos en cuanto a la producción cerámica y al gran patrimonio cerámico que esta alberga. Existe un gran número de publicaciones acerca de la cerámica hispalense. Sin embargo, el número de publicaciones que tratan sobre la cerámica publicitaria es muy reducida, en comparación con aquellas que sí se pueden encontrar sobre la cerámica tradicional, de motivos ornamentales, paisajísticos y religiosos, especialmente aquella que está presente en Sevilla y/o ha salido de fábricas sevillanas. Esto posiblemente se deba a que el patrimonio cerámico de temas tradicionales es más abundante que el publicitario, puesto que su producción ha sido constante durante siglos, frente a la cerámica publicitaria, una manifestación que tiene su origen en la Revolución Industrial. Otra de las razones puede ser, que la primera es utilitaria -objetos de menaje para el hogar o el campo- y no precisa de una lectura, mientras que la publicitaria, necesita de un receptor que entienda y capte el mensaje, es decir, un receptor que sepa leer. La imagen primaba sobre la literatura, puesto que los letrados seguían siendo una minoría, frente a los analfabetos, que eran muchos más.

Estudios sobre la historia, evolución y procedimientos de la cerámica

Uno de los investigadores más conocidos que se ha dedicado al estudio de técnicas, procedimientos e historia de la cerámica, ha sido el historiador del arte Alfonso Pleguezuelo Hernández, (Sevilla, 1954), autor de numerosas publicaciones. Una de las consultadas es un capítulo sobre cerámica en *Manual de catalogación de Patrimonio Mueble* (2016). También la profesora titular de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Sevilla, Rosa María Domínguez Caballero, ha escrito sobre este arte, desde una perspectiva similar, como se aprecia en su ponencia: *Evolución del azulejo sevillano desde el siglo XIII. Técnicas*, recogida en el Actas del Segundo Congreso Nacional de Historia de la Construcción. (La Coruña, Octubre de 1998). La consulta de ambas fuentes nos ha ayudado a entender mejor la metodología a seguir en la elaboración de cerámica y su evolución. Sin embargo, tras haberse realizado una búsqueda bibliográfica de ambos, no se apreció ninguna referencia en ellas a la cerámica publicitaria.

Publicaciones donde se habla sobre el azulejo en la publicidad

La publicación que más información nos ha aportado, con respecto al azulejo como soporte publicitario, así como los temas representados en ella y la evolución de esta, ha sido: *Anuncios de antaño: Azulejos publicitarios de Sevilla* (Fundación El Monte, 1995), escrito por Juan Rey, Juan Carlos Rodríguez y Alfonso Orce. En ella se refleja, a través de numerosos ejemplos de azulejos publicitarios de la ciudad de Sevilla, la historia de la publicidad aplicada sobre la cerámica, las principales técnicas cerámicas empleadas en su ejecución, los temas representados, así como los principales artistas y fábricas alfareras de la ciudad que estaban detrás de la elaboración de estos.

Es el periodista, historiador y profesor de la Universidad de Sevilla en la Facultad de Comunicación, Antonio Checa Godoy (Jaén, 1946), otro de los autores que ha escrito sobre el asunto, aunque de manera algo más superficial, en sus libros *Las rutas de la publicidad en Andalucía* (Fundación José Manuel Lara, 2005) e *Historia de la Publicidad* (Netbiblo, 2007).

Destacar también una entrada de página web dedicada a la cerámica publicitaria: “Murales publicitarios de azulejo pintado en España, Portugal y Europa: mensajes hechos para durar”, de la página web Rotulación a mano (www.rotulacionamano.com), escrito el 7 de Febrero de 2016. Esta entrada de página web desarrolla, con un poco de más profundidad, la historia, temática, estilos y evolución del azulejo publicitario, tanto en la Península Ibérica como en otras ciudades de Europa.

Historia y Evolución de la Publicidad

Para estudiar la evolución e historia de la publicidad, no solo se han consultado los libros de comunicación y publicidad de Antonio Checa Godoy que acabamos de nombrar, sino también otro escrito por Ramón Reig y Concha Langa-Nuño, que se centra en el área de Andalucía: *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías* (Fundación Centro de Estudios Andaluces, 2011).

También se consultaron algunos trabajos académicos como: *Rótulos de los establecimientos sevillanos* (2019) del alumno del grado de Publicidad y Relaciones Públicas Rafael Javier Sánchez López, que hace un recorrido por los rótulos de comercios sevillanos, muchos de ellos, cerámicos. Esta ha sido una de las fuentes principales que nos han servido para conocer la historia del azulejo publicitario, aunque, como ya hemos dicho, tratan el tema de forma superficial. Otros trabajos académicos consultados han sido los siguientes: la tesis doctoral *Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España. 1880-1936*, (2006) escrita por María Dolores Fernández Poyatos, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante y *El arte en la publicidad: Análisis experimental del uso de obras de arte en los anuncios*, (2015) tesis doctoral escrita por María Dolores Vázquez Gómez, de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona.

Fuentes gráficas e históricas sobre azulejos publicitarios

Para la obtención de imágenes e información de azulejos publicitarios, especialmente del área de Sevilla, se han consultado diversas páginas webs como *Retablo Cerámico*, *Asociación Niculoso Pisano* y los perfiles de Instagram, dedicados a la puesta en valor de rótulos publicitarios de Sevilla y otras ciudades, *Sevillatipo* y *Retreros*, entre otras. También Google Maps ha sido una gran herramienta para la observación y seguimiento de azulejos publicitarios durante varios años.

Situación legal, falta de protección, destrucción y desaparición

Se ha realizado una búsqueda de diversos artículos de prensa que tratan estas cuestiones. El primero que encontramos es “Cerámica publicitaria y comercial, una necesaria protección” escrito por el periodista Juan Parejo el 26 de Octubre de 2015 para *Diario de Sevilla*. En él queda reflejado la falta de protección que tiene el patrimonio cerámico publicitario disperso por el centro histórico de Sevilla, a través de aclaraciones de expertos en la materia y profesionales del patrimonio. Para este mismo periódico, Carlos Navarro Antolín, escribe el 23 de Junio de 2019 “La ciudad sin tacto y sin alma”, donde queda recogida la última destrucción de patrimonio cerámico publicitario de Sevilla, el rótulo publicitario de una céntrica juguetería. Al mismo tiempo, a través de la comparación de este rótulo con

otros conocidos y con otros inmuebles simbólicos de la ciudad, el autor reflexiona sobre el papel que ha jugado la sensibilidad y respeto de un arquitecto y/o propietario de estos, frente a un catálogo que supuestamente los protege y que sin embargo tiene muchos vacíos.

Otro artículo escrito meses después, el 25 de Septiembre por Juan Miguel Vega para *El Correo de Andalucía*, titulado “¿Dónde están los azulejos de Pérez de Tudela?”, expone otro atentado contra el patrimonio sevillano, en este caso, el derribo de un inmueble de gran valor, a la vez que invita al lector a pensar sobre la pérdida de memoria que está sufriendo la ciudad, por ese “gusto” de querer borrar toda huella del pasado.

Por otra parte, se ha visitado el archivo digital del periódico *ABC*, con el objeto de encontrar noticias acerca de pérdidas de este tipo de patrimonio. Aquí encontramos diversas notas de prensa del *ABC de Sevilla*, escritas por Antonio Burgos, bajo el pseudónimo de Abel Infanzón⁸ para la sección Casco Antiguo, que datan de finales de los 70 y mediados de los años 80. La más importante encontrada para nuestro trabajo, con respecto al tema de azulejos publicitarios perdidos, fue escrita por él el 10 de Enero de 1980, titulada “El Ayuntamiento, contra los anuncios en cerámica”. En ella se explica uno de los motivos de la desaparición y destrucción del azulejo publicitario; un impuesto de publicidad, que, a día de hoy, aunque actualizado, sigue vigente. Esta nota de prensa nos llevó a indagar más sobre tal impuesto y nos llevó a encontrar una tesis: *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo*, escrita por Marta Pacheco Rueda, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, en el año 1999. En ella se refleja las características de este impuesto y la ley por la que se regulaba – Ley 41/ 1975 de las Bases del Estatuto de Régimen Local-.

Gracias al perfil de Instagram ya citado, *Sevillatipo*, se ha podido contemplar la destrucción de ejemplares publicitarios, de la ciudad de Sevilla, que veremos más adelante.

Para este punto, se han consultado también distintos catálogos de ordenación urbanística, de Sevilla y otras ciudades como Vigo, Madrid o Valencia. Para los ejemplares cerámicos publicitarios que se encuentran en Sevilla, se ha consultado además el *catálogo de rótulos*, contenido en el Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla y la *Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía*.

Hallazgos

En cuanto al hallazgo de rótulos publicitarios en azulejo, no solo se han visto notas de prensa en la ya mencionada sección Casco Antiguo del *ABC de Sevilla*, también se ha realizado una búsqueda de otras notas de prensa que recogen hallazgos similares en otras áreas de España. Se han encontrado tres artículos sobre este tema. Por un lado, el escrito por el periodista Francisco Serrato para *El País*, el 7 de junio de 2018, titulado “Las obras de la estación de metro de Sevilla destapan un anuncio modernista” donde se habla sobre el descubrimiento de un ejemplar de los años 20, tras unas obras en el metro de Madrid. Por otro, el recogido en *La Voz de Galicia* el 17 de febrero de 2005 por Begoña Rodríguez Sotelino “la limpieza de un muro deja al descubierto una antigua joya publicitaria” en el que se muestra la recuperación de otro azulejo publicitario de los años 40, en este caso en Vigo, que quedó oculto tras retirar una gruesa capa de carteles que durante décadas lo habían condenado al olvido.

⁸ ABC “Antonio Burgos Belinchón”. En: *ABC* [en línea], 2012 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/servicios/promociones/premiolucadetena/2012/luca-tena-2012.html>

Mencionar de nuevo en este punto, el perfil de Instagram *Sevillatipo*, que ha recogido diversos hallazgos de cerámica publicitaria.

Por último, destacar que gracias a la colaboración del perfil de Instagram ya citado, se pudo recabar más información de diversos azulejos publicitarios de Sevilla, tanto de los que se conservan, como de los que permanecen ocultos, están en riesgo y/o han sido destruidos.

Hasta aquí, estas han sido las fuentes clave en el desarrollo de nuestro trabajo. Como hemos podido observar, no parece existir ninguna publicación que condense todas las cuestiones ya abordadas. Lo poco que hay escrito, hasta ahora, es una vista parcial de este asunto, en notas de prensa, libros, páginas webs y trabajos académicos, que tratan, sin embargo, el asunto de forma superficial. No obstante, hay que tener presente que, dadas las restricciones impuestas por la pandemia COVID-19 en el momento de ejecución de este trabajo, no ha sido posible visitar bibliotecas y archivos. Por tanto, no se ha podido acceder a libros y otros recursos de interés, con los que se podían contar desde el principio.

Desde el punto de vista de una graduada en Bellas Artes, con formación, entre otros campos, en pintura, dibujo, ilustración y cerámica y estudiante de cuarto curso de Conservación y Restauración de Bienes Culturales, considero que queda mucho por investigar y trabajar en el campo del patrimonio cerámico publicitario. Este patrimonio es relativamente reciente, pero no por ello merece ser olvidado, al contrario, precisa, como de cualquier otro tipo de patrimonio, la conservación, puesta en valor y protección por parte de profesionales. No solo mi formación académica en ambos grados me ha motivado a elegir este tema, también el objetivo personal de buscar un asunto del que no se haya hablado mucho y precise atención, puesto que hay temas de los que ya se han hablado bastante. Por estas razones, se buscará el propósito de condensar toda la información recabada tras las investigaciones realizadas, en un único proyecto, con el objetivo principal de poner en valor la cerámica publicitaria.

5.2 Historia del azulejo publicitario

La publicidad y los soportes empleados antes de la llegada del azulejo

Antes de que los azulejos publicitarios inundasen comercios y establecimientos, se emplearon otros soportes. Para entender la historia del azulejo publicitario, hay que remontarse al nacimiento de la publicidad, es decir, a finales del siglo XVIII con la Revolución Industrial, cuando se inicia la producción en masa de productos que necesitan ser vendidos, y por tanto, dados a conocer⁹. Los anuncios, que en un principio eran algo simples - pequeñas esquilas en los periódicos, que anunciaban algún producto, y con él, el comercio que lo publicaba¹⁰, van evolucionando y volviéndose más complejos a lo largo del siglo XIX, hasta evolucionar al cartel publicitario que conocemos hoy en día. El anuncio, compuesto por un texto donde solo se indica el producto a vender y su lugar de distribución, ha dejado de funcionar. Ahora ese reclamo debe destacar frente al resto para que así, el consumidor, se decante por su producto y no por el de otros. El incremento de la producción y de la competencia¹¹, mueve al comerciante a buscar nuevas fórmulas. Con la incorporación de elementos gráficos al texto¹², el mensaje se verá reforzado y embellecido. No obstante, el texto seguirá siendo el protagonista, frente a la imagen que será considerada como un elemento secundario.¹³

Entre finales del siglo XIX y principios del XX¹⁴, se produce el desarrollo de la comunicación publicitaria, a causa de la Industrialización que vive Occidente¹⁵. Gracias a las mejoras introducidas en las técnicas litográficas y xilográficas¹⁶ y a la aparición del fotograbado¹⁷, había nacido el cartel publicitario actual. El cartel se caracteriza por ser una imagen fija, en la que se difunde una idea o un mensaje, por medio de elementos textuales y/o gráficos. Las innovaciones en las técnicas de impresión no solo permitieron la reproducción del cartel a grandes dimensiones¹⁸, sino también la colocación de ellos en diversos

⁹ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce. *Anuncios de Antaño: Azulejos Publicitarios de Sevilla*. Sevilla: Fundación el Monte, 1995. p.21

¹⁰ *Ibidem* p.21

¹¹ *Ibidem* p.21

¹² Abad, Mar. "Anuncios de periódicos del siglo XIX y XX" [en línea]. En: *yorokobu.com*. 28 de Febrero de 2014 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.yorokobu.es/anuncios-antiguos/>

¹³ Rodríguez Centeno, op.cit., p.21

¹⁴ Piernas Gallego, Natalia. "Cerámica y mosaicos en la publicidad exterior" [en línea]. En: *nataliapiernas.com*. 23 de Septiembre de 2019 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.nataliapiernas.com/publicidad/ceramica-y-mosaicos-en-la-publicidad-exterior/>

¹⁵ Dosde. "Azulejos andaluces". En: *dosde.com* [en línea], 2019 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.dosde.com/discover/azulejos-andaluces/>

¹⁶ Lozano Bartolozzi, Mª del Mar. "El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la Belle époque y los años 60 del siglo XX)". En: *Artigrama* [en línea], núm. 30, 2015, pp.57-78, p.58 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.unizar.es/artigrama/pdf/30/2monografico/03.pdf>

¹⁷ Montes Lafuente, Jorge. "La cerámica en los carteles publicitarios de los vinos en La Rioja". En: *XV Congreso Anual de la Asociación de Ceramología. La cerámica en el mundo del vino y del aceite*: 30 de Octubre a 1 de Noviembre [en línea]. Navarrete, La Rioja: Asociación de Ceramología y Ayuntamiento de Navarrete, 2012, pp.226-239 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <http://www.ceramologia.org/gestion/archivos/Comunicacion10.pdf>

¹⁸ *Ibidem*, p.228

espacios, siempre estratégicos, tanto en medios escritos - prensa- como en distintos espacios urbanos -paredes de la calle y del metro, ``vallas publicitarias o Billboards´´<sup>19</sup>, kioscos o ``marquesinas de madera y vidrio´´²⁰.

Sin embargo, el soporte normalmente empleado, el papel, tenía un carácter efímero y, en consecuencia, también lo tenía el mensaje. La duración de este dependía a su vez de la duración y resistencia del soporte en el que quedaba recogido. Por tanto, la información que contenía ese mensaje, dejaba de ser continua en el momento en el que desaparecía el soporte o se deterioraba. No obstante, el avance que experimentó la publicidad durante el cambio de siglo, trajo consigo la llegada de otros soportes más resistentes, como ``el cartón, la hojalata y el azulejo´´²¹.

Muchas empresas, para anunciar sus productos, recurrieron a grandes artistas del momento. Si anteriormente, en Francia, otros realizaron carteles para publicitar famosas salas de baile de la capital francesa, como Toulouse Lautrec, en España, artistas de renombre como Antonio de Penagos (Fig.34), Ramón Casas (Fig.1) o Gustavo Bacarissas (Fig.4), realizaron interesantes ilustraciones publicitarias, que sin duda fueron trasladadas a los nuevos soportes ya mencionados.

En España, diversas industrias, entre ellas la alfarera, resurgieron y estuvieron en auge debido al fomento de las artes aplicadas²², por parte de movimientos como ``Arts and Crafts, [...] Art Nouveau (Modernismo en España), el Art Decó²³´´y Regionalismo -en España-²⁴. Se incrementa la demanda en estos momentos de piezas cerámicas, que se emplearán tanto para la decoración de viviendas y espacios públicos, como para conformar soportes publicitarios.

Según Antonio Checa Godoy, es en concreto en los años 10 cuando aparece este soporte como medio de difusión publicitario y, en la década siguiente, cuando llega a su apogeo²⁵. A partir de entonces, los interiores y/o exteriores de numerosos comercios, cafés, restaurantes, instituciones y establecimientos públicos pasarán a rotularse o a publicitar sus artículos por medio del azulejo, normalmente llamativo, de vivos colores y de buena calidad artística. El soporte, impermeable y resistente ante las inclemencias del tiempo, requería un cuidado mínimo, una sencilla limpieza. Por tanto, su conservación era fácil y su tiempo de vida sería largo en el tiempo. Algunos han sobrevivido a aquellas marcas que publicitaban, y/o bien continuaban desempeñando sus funciones para las que fue creado, al seguir existiendo la marca o comercio al que publicitaban.



Fig. 1: Azulejo de Anís del mono. [Azulejo a la arista]. Ramón Casas (Autor), Valencia Industrial (fábrica) ca.1925. 120cm x 60cm. Interior del bar El Rinconcillo, c. Gerona n.4. Sevilla.

¹⁹ Puromarketing. ``Billboards y vallas publicitarias en la vía pública: del ayer al ahora´´. En: *Puromarketing.com* [en línea], 06 de Noviembre de 2014 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.puromarketing.com/9/23063/billboards-vallas-publicitarias-lavia-publica-ayer-ahora.html>

²⁰ Parejo, Juan, op.cit.

²¹ Domínguez, Mª Ángeles Domínguez. ``El boom de la publicidad. Un viaje por los anuncios vintage más icónicos de la historia´´. En: *graffica.info* [en línea], 21 de Diciembre de 2018 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://graffica.info/boom-de-la-publicidad-anuncios-vintage/>

²² Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.13

²³ Rotulación a mano, op.cit.

²⁴ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.13

²⁵ Antonio Checa Godoy, op.cit., p.126

Como ya indicó Antonio Checa Godoy, en nuestro país, la cerámica publicitaria estará presente en numerosas ciudades, especialmente en ``Andalucía, Valencia y Madrid, gracias a los establecimientos de cerámica de Sevilla (Triana), Valencia (Manises) y Talavera de la Reina.’’²⁶

En Sevilla en concreto, el auge de la Industria ceramista se inició en 1909, tras el anuncio de la celebración de un futuro evento en la ciudad: la Exposición Iberoamericana. Este gran acontecimiento favoreció el nacimiento de la arquitectura regionalista, y, en consecuencia, el incremento de la demanda de piezas cerámicas.²⁷

La exposición, que se celebraría en 1929, de forma simultánea a la Exposición Universal de Barcelona, ``conllevo una profunda transformación del tejido urbano de la ciudad’’,²⁸ al mismo tiempo que coincidió con un desarrollo en la Industrialización de la misma.²⁹ A partir de ese momento, se establecen diversas fábricas alfareras en la zona de Triana. Junto con la conocida fábrica de Pickman la Cartuja, asentada en la ciudad desde 1841, destacarían las siguientes: Manuel Ramos Rejano, Mensaque Rodríguez -posteriormente viuda de mensaje y finalmente Hijos de Mensaque-, Pedro Navia, Montalván, José Toba y Villalba, Laffite y Santa Ana³⁰. En ellas, realizarán su labor pintores y ceramistas, como Enrique Orce Mármol, Antonio Kierman Flores o incluso de forma algo esporádica Gustavo Bacarissas³¹ (Fig.2).

Las técnicas empleadas en la ejecución de los azulejos publicitarios son diversas. Los autores Juan Carlos Rodríguez, Juan Rey Fuentes y Alfonso Orce indican las siguientes³²:

A la cuerda seca.

Es la más frecuente en el ámbito publicitario. Consiste en aplicar los esmaltes sobre el soporte de barro en bizcocho [...] es decir se cuece el barro previamente, se perfila el dibujo con una línea grasa (generalmente compuesta por aceite de freír, óxido de manganeso y un fundente), después se aplican los esmaltes y finalmente se introduce todo el conjunto en el horno. Esta técnica es introducida por los árabes [...]. Confiere a la cerámica una calidad plana que resulta idónea para la creación de los fondos planos de los anuncios de vino y las enseñas de los comercios [...].

Al agua

Consiste en aplicar los colores disueltos en agua sobre el soporte de barro ya esmaltado pero en crudo todavía. Luego se cuece todo en el alfar. [...] Aunque no con la profusión de la cuerda seca, es una de las técnicas más usuales en la cerámica publicitaria [...].

Al aguarrás

El origen de la cerámica al aguarrás hay que buscarlo en las fábricas de porcelana del siglo XVIII. Su introducción en Sevilla quizás venga de la mano de Pickman y su fábrica en la Cartuja. Consiste en combinar los pigmentos con un aglutinante graso (generalmente esencia de trementina, espliego o romero) y aplicarlos luego sobre el soporte de barro y el esmalte cocidos previamente. Después se cuece todo el conjunto. Con este procedimiento el artista consigue un gran realismo, ya que puede fundir las pinceladas y superponer varias capas [...]

²⁶ Ibídem, p.126

²⁷ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.13

²⁸ Dosde, op.cit.

²⁹ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.13

³⁰ Ibídem, pp. 14,15 y 16

³¹ Ibídem, pp. 14,15 y 16

³² Ibídem, p. 17

Al bajo baño

Con esta denominación se conoce en los alfares trianeros la pintura directa sobre el soporte de barro en bizcocho [...], cociéndose luego el conjunto en el alfar [...]. Poco usada en la cerámica publicitaria.

Otra técnica muy empleada en la cerámica publicitaria es sin duda la *arista*. Rosa María Domínguez Caballero, profesora de la Universidad de Sevilla, hace la siguiente descripción de ella³³:

Técnica que consiste en estampar mecánicamente sobre la arcilla fresca por presión un molde. Ya se había experimentado con el azulejo de cuerda seca hendida [...] de aquí toma su nombre «arista». Los tabiquillos divisorios impedirán la mezcla entre los alveolos depositados sobre el esmalte blanco, haciendo innecesario el retoque manual.
Esta técnica se desarrolla, además de Sevilla en Toledo. [...]

Si las técnicas que acabamos de ver son diversas, los temas también. Se pueden observar tres tipos de azulejos; uno en el que figura solo un texto, otro en el que se combina texto con una imagen o aquel que inserta el texto en un determinado ambiente. Si paseamos por ciudades como Sevilla o Madrid, podemos observar estos tres tipos de azulejos publicitarios y descubrir que se vendía en épocas pasadas; desde establecimientos dedicados a la venta de máquinas de escribir, hasta comercios especializados en la distribución y venta de bebidas alcohólicas, pasando por compañías de seguros que vendían sus respectivos seguros a través del azulejo. Pero no solo los centros de las ciudades se llenaron de esta llamativa publicidad, también las zonas agrícolas y rurales que normalmente eran atravesadas por carreteras. Sitios de paso. Los anuncios que aquí se ubicaban, iba dirigidos tanto a los conductores que en esos momentos las transitaban, como a aquellos agricultores y labriegos que trabajaban las tierras próximas. Hablamos de anuncios de productos destinados a los cultivos, como fertilizantes. Probablemente el más reconocido sea el

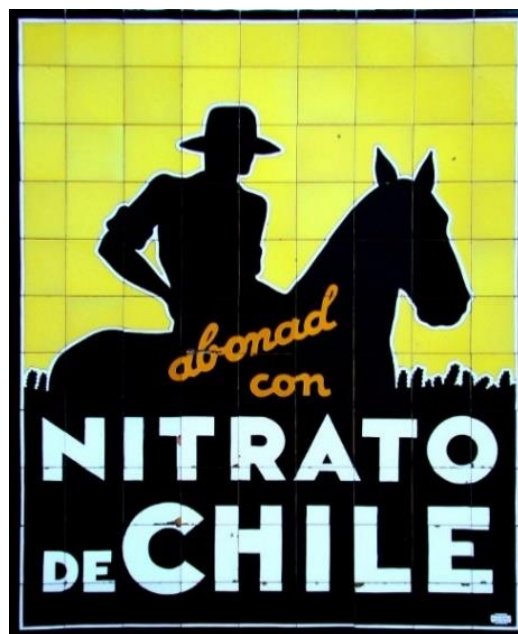


Fig. 2: Anuncio de abonos Nitrato de Chile [azulejo a la cuerda seca], ca.1930. Fuente de Cantos. Badajoz.

de *Nitrato de Chile* (Fig.2), que todavía puede verse en zonas rurales de Extremadura o incluso en Portugal. Las estaciones de servicio tampoco se quedarían atrás en publicitar sus productos mediante azulejos. Aún quedan algunas que mantienen azulejos publicitarios, en los que se anuncia desde neumáticos -Pirelli (Fig.19), Michelin (Fig.19) o Firestone (Fig.17)- a engrasadores (Fig.26). El suburbano es otro espacio que no se salvó de la cerámica publicitaria. Estaciones de metro como las de París tapizaron sus paredes con anuncios sobre azulejo. En España, concretamente en Madrid, podemos ver la estación de metro de Chamberí, clausurada en los años 60, entre las paradas de Bilbao e Iglesia. 50

³³ Domínguez Caballero, Rosa María: "Evolución del azulejo sevillano desde el siglo XIII: Técnicas". En: *Segundo Congreso Nacional de Historia de la construcción* : 22 a 24 de Octubre [en línea]. La Coruña: Universidad de Sevilla. Departamento de Construcciones Arquitectónicas II (ETSIE), 1998, pp. 139 -144 [consulta: 20 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/17897?jsessionid=3C0A0C8FCA612D6389B0F3B10883A1A3?>

años después, tras labores de restauración en su interior, volvió a abrirse, a modo de museo. En ella podemos encontrar anuncios variados; desde anuncios de lámparas y relojes, a marcas de cosméticos de la época.

Estos temas, que en el siguiente punto de este trabajo veremos con más detenimiento, son el reflejo de la sociedad del momento, de sus gustos, intereses y costumbres. Una sociedad, en definitiva, consumista.

De igual forma que entre finales del siglo XIX y principios del XX llegaron nuevos materiales que fueron adoptados como soportes publicitarios, en los años 60, entrarían en circulación otros nuevos, como el neón, el plástico y la formica³⁴, gracias a un desarrollo tecnológico e industrial. Los gustos estéticos del consumidor cambian. Si en un momento fue seducido por los reclamos en cerámica, ahora, esta ya no surte ningún efecto sobre él, puesto que los reclamos realizados con los nuevos materiales parecen ser los que ahora lo persuadan. “La publicidad es un elemento cambiante, adaptado a los tiempos en los que se vive”.³⁵ En conclusión, la cerámica publicitaria, que ya se vio afectada por la crisis económica que trajo consigo la Guerra Civil³⁶, llega definitivamente a su ocaso en esta década. No obstante, a finales del siglo XX la cerámica resurgió entre sus cenizas, y volvió a llenar las paredes de muchos establecimientos³⁷. En el caso de Sevilla, la tradición cerámica no llegó a interrumpirse del todo. Todavía quedan establecimientos que mantienen sus hornos encendidos y que han resistido ante las diversas crisis económicas vividas, como La Cartuja o pequeños talleres alfareros de Triana.

³⁴ Rotulación a mano, op. cit.

³⁵ J. Sugrañes, Eduardo. “La pérdida del azulejo publicitario”. *Huelva información*. [en línea], 01 de Julio de 2017 [consulta: 04 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.huelvainformacion.es/huelva/perdida-azulejo-publicitario_0_1150085352.html

³⁶ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan, Alfonso Orce, op.cit., p.14

³⁷ Antonio Checa Godoy, op.cit., p.126

5.3 Recorrido gráfico

En este punto, vamos a ver diversos ejemplos de cerámica publicitaria que se encuentran tanto en Sevilla como en otras ciudades. Tales reclamos van acompañados de sus respectivas fichas técnicas, que recogen los datos acerca de su autoría y/o lugar de fabricación, año de ejecución, localización y su estado de conservación. A su vez, son vistos desde 5 perspectivas:

1. Sin riesgo de pérdida: para aquellos azulejos que están en buen estado de conservación, no se encuentran amenazados por ningún tipo de agente de deterioro y/o no están en riesgo de pérdida.
2. En riesgo: para aquellos que se encuentran en establecimientos que echaron el cierre, pendientes de ser derrumbados o en espacios deteriorados.
3. Parcialmente perdidos o deteriorados: aquellos azulejos que se han perdido de forma parcial o se han deteriorado debido a obras de mantenimiento en los inmuebles que los mantienen
4. Perdidos: aquellos azulejos que definitivamente han desaparecido, por diversas razones –fin del negocio que lo poseía, expolio y/o falta de protección–, desde que tenemos noticias hasta nuestros días.
5. Ocultos: aquellos azulejos que, a pesar de tener constancia de su existencia, permanecen ocultos por tener encima pintura o cualquier otro producto o elemento que impida su adecuada lectura.

A continuación, vamos a hacer un recorrido por algunos azulejos de gran interés artístico y singularidad. No vamos a poner todos los que hemos encontrado, puesto que no es el objeto de nuestro trabajo, pero sí los de mayor interés para este. Por tanto, como ya se indicó anteriormente, no se trata de un catálogo o inventario, sino un itinerario por algunos ejemplares que reflejan las ideas y los temas expuestos en el punto anterior.

Bares, comestibles y bebidas

VILLA REINOSA



Fig. 3: Edificio de Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.



Fig. 4: Azulejos publicitarios de Bar y Comestibles Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.

Autor:	Gustavo Bacarissas. ³⁸ -dibujo-
Fábrica:	Montalván (Sevilla). ³⁹
Técnica:	Azulejo al agua. ⁴⁰
Datación:	1915. ⁴¹
Medidas:	190cmx260cm de cada paño. ⁴²
Ubicación:	Calle Pagés del Corro, n.49, esquina a calle Antillano Campos. Sevilla.
Otros datos:	El edificio, que data de 1915, tuvo al principio en su planta baja un comercio de ultramarinos y bebidas. Se mantiene abierto hasta la década de 1960, cuando echa el cierre. Permaneció décadas cerrado, hasta que en la década de 1990 reabre como bar y local de cante flamenco, con otro nombre: Casa Anselma. A día de hoy sigue abierto. ⁴³
Consideración:	Sin riesgo. El establecimiento continúa abierto y ha respetado los azulejos desde su apertura. No se ha encontrado su inscripción en ningún catálogo; ni en el PGOU, ni en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo ni en la Guía de Patrimonio Mueble de Andalucía.

³⁸ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce. op.cit., p.108

³⁹ Ibídem p.108

⁴⁰ Ibídem p.108

⁴¹ Ibídem p.108

⁴² Ibídem p.108

⁴³ Retablocerámico. "Fachada del edificio Villa Reinos". En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2015 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5802.htm>

BAR RESTAURANTE LOS GABRIELES



Fig. 5: Fachada del Bar Restaurante Los Gabrieles, c. Marqués de Paradas. Sevilla.



Fig. 6: Rótulo nominativo cerámico del Bar Restaurante Los Gabrieles.



Fig. 7: Azulejos de botellas de Osborne del antiguo Bar Restaurante Los Gabrieles.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	Mensaque Rodríguez y Cía. Sevilla. (Sevilla). ⁴⁴
Técnica:	A la cuerda seca y al agua. ⁴⁵
Datación:	1935. ⁴⁶
Medidas⁴⁷:	Fig.7: 75x330cm (2 unidades en la fachada) Figs.8: Del primer al tercer anuncio: 230cmx80cm.Cuarto anuncio: 220cm x120cm.
Ubicación:	Plaza de la Legión, n.1. Sevilla.
Otros datos:	Fue un bar restaurante y posteriormente un salón de juegos, que cierra en 1995. Sus azulejos son usados como soporte para la adhesión carteles y grafitis. ⁴⁸
Consideración:	En riesgo. Lleva décadas cerrado, deteriorándose por fuera y seguramente por dentro. Inscrito en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía ⁴⁹ y, según el <i>ABC de Sevilla</i> , también en el catálogo de inmuebles protegidos del casco urbano del PGOU ⁵⁰ , aunque no se ha encontrado en este. Tampoco están registrados en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo. Bajo el rótulo principal amarillo y los toldos, permanecen ocultos otros azulejos; el nominativo del bar, y otros tres sobre las ventanas que anuncian diversas bebidas jerezanas.

⁴⁴ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., pp.110-111

⁴⁵ Ibídem pp.110-111

⁴⁶ Ibídem pp.110-111

⁴⁷ Ibídem p.111

⁴⁸ Retablocerámico. "Fachada publicitaria del Bar Restaurante Los Gabrieles". En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2015 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5727.htm>

⁴⁹ Guía de Patrimonio Mueble de Andalucía. "Azulejos Bar Los Gabrieles". En: *Guía Digital del Patrimonio Mueble de Andalucía* [en línea], (Sin fecha) [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://guiadigital.iaph.es/bien/mueble/185312/sevilla/sevilla/azulejos-bar-los-gabrieles>

⁵⁰ Macías, Javier. "Las casas «fantasma» del Centro de Sevilla: 25 años con okupas y en la ruina". *ABC [Sevilla]* [en línea], 29 de Mayo de 2020 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-casas-fantasma-centro-sevilla-25-anos-okupas-y-ruina-202005282333_noticia.html

BODEGA BAR LOS CLAVELES



Fig. 8: Fachada del Bar Restaurante Los Claveles, Plaza de los Terceros n.15 Sevilla.



Fig. 9: Azulejos publicitarios de la Bodega Bar Los Claveles.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	Santa Ana. (Sevilla). ⁵¹
Técnica:	A la cuerda seca y al agua. ⁵²
Datación:	1940. ⁵³
Medidas:	70 cm. x 140 cm. (aprox.). ⁵⁴
Ubicación:	Plaza de los Terceros n.15. Sevilla.
Otros datos:	Se tratan de azulejos publicitarios en los que se anuncia los distintos tipos de bebidas que se vendían en el establecimiento.
Consideración:	Sin riesgo. A día de hoy sigue abierto y se encuentra en un inmueble contenido en el PGOU, catalogado con grado C -edificios cuyos valores históricos, artísticos o monumentales ⁵⁵ -, aunque no están registrados en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo.

⁵¹ Retablocerámico. "Fachada de la Bodega Bar Los Claveles". En: *retablo cerámico* [en línea], Noviembre de 2016 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5727.htm>

⁵² *Ibidem*

⁵³ *Ibidem*

⁵⁴ *Ibidem*

⁵⁵ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente 2007, p. 82. [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.sevilla.org/plandesevilla/avance/doc/o_avance_13_NPCH_3.pdf

CAFÉ BAR EL COMERCIO



Fig. 10: Barra del Café Bar el Comercio, c. Lineros n.2. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	Mensaque Rodríguez y Cía. ⁵⁶
Técnica:	A la cuerda seca y al agua. ⁵⁷
Datación:	1940. ⁵⁸
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	c. Lineros, n.9. Sevilla.
Otros datos:	Es la barra del popular café bar sevillano El Comercio. En ella se muestra la publicidad de diversas bebidas de bodegas jerezanas. En general no se encuentra en mal estado de conservación, aunque tiene algunas baldosas rotas y fue dañada para la colocación de elementos ajenos a ella.
Consideración:	Sin riesgo. A día de hoy sigue abierto el establecimiento y sigue manteniéndose. Se encuentra en un inmueble contenido en el PGOU, catalogado con grado C -edificios cuyos valores históricos, artísticos o monumentales ⁵⁹ -. No se encuentra inscrito ni en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo ni en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía.

⁵⁶ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.107

⁵⁷ Ibídem, p.107

⁵⁸ Ibídem, p.107

⁵⁹ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico* [en línea], Ibídem, p. 77

HELADERÍA LA FIORENTINA



Fig. 11: Azulejo publicitario oculto en la esquina de la Heladería la Fiorentina, c. Zaragoza n.16. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	-Sin datos-. (Tal vez apareciese la firma de la fábrica si se descubriese).
Técnica:	A la cuerda seca. (Cabe la posibilidad de que también sea al agua, puesto que era común la mezcla de estas dos técnicas en la cerámica publicitaria).
Datación:	-Sin datos-.
Medidas:	-Sin datos-.
Ubicación:	En la esquina de la fachada de la heladería La Fiorentina, c. Zaragoza n.14 con calle Rositas. Sevilla.
Otros datos:	No se han encontrado datos del azulejo. Sin embargo, si se observa in situ puede verse perfectamente, gracias a la delimitación de los espacios por la cuerda seca, lo siguiente: ``Hijos de Agustín Blázquez. Vinos y Coñacs. Jerez de la Frontera''. Entre estos enunciados, se representan tres botellas. El inmueble, antes de ser heladería, tuvo otro uso, como ultramarinos y café, denominado ``Ultramarinos La Gloria de España. Café Bar Rositas'', según una foto ⁶⁰ , aunque en ella ya aparece tapado.
Consideración:	Oculto y en riesgo. La heladería ha cerrado en Mayo de 2020 por la imposibilidad del pago del alquiler, debido al cierre motivado por pandemia COVID-19. ⁶¹ Cuando pase esta, es posible que cambie de dueño, y por tanto, cabría la posibilidad de una intervención en la fachada. Inmueble no inscrito en el PGOU de Sevilla.

⁶⁰ ABC [Sevilla]. *Establecimiento de la calle Zaragoza esquina a Rositas* [en línea], 31 de Diciembre de 1980. [consulta: 30 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/fotos/establecimiento-de-la-calle-zaragoza-esquina-a-rositas-5772298.html>

⁶¹ Parejo, Juan. ``Cierra la heladería La Fiorentina en la temporada de su 25 aniversario''. *Diario de Sevilla* [en línea], 29 de Mayo de 2020 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/cierra-heladeria-Florentina-temporada-25-aniversario_0_1468653602.html

Comercios e Industrias

TIENDA DE SUMINISTROS ELÉCTRICOS Y MAQUINARIA MARIANO DE LA CERDA



Fig. 12: Azulejo publicitario del comercio Mariano de la Cerda, Plaza de Armas, n.6, esquina con c. Trastámara. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	Ramos Rejano. ⁶²
Técnica:	A la cuerda seca.
Datación:	1955. ⁶³
Medidas:	280cmx90cm. ⁶⁴
Ubicación:	Plaza de Armas n.6, esquina con calle Trastámara. Sevilla.
Otros datos:	Según indica la fecha de la parte superior del azulejo, esta tienda cerró sus puertas en 1990. Le sucedió otra dedicada a la venta de productos agrícolas que lo mantuvo. En 2018 cerró de forma definitiva.
Consideración:	Desaparecido en Junio de 2019 con la demolición del inmueble para construir un hotel, con la autorización de la Gerencia de Urbanismo. ⁶⁵ No se ha encontrado su inscripción en ningún catálogo de los ya mencionados.

⁶² Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p. 70

⁶³ Ibídem, p.70

⁶⁴ Ibídem, p.70

⁶⁵ Salas de Vega, Santiago. "Urbanismo autoriza un hotel de 8 plantas frente a la Estación de Plaza de Armas". *Andalucía Información* [en línea], 18 de Junio de 2018 [consulta: 26 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://andaluciainformacion.es/ronda/761533/urbanismo-autoriza-un-hotel-de-8-plantas-en-plaza-de-amas/>

ANTIGUA FARMACIA HERMANOS CABALLERO



Fig. 13: Fachada de la antigua farmacia Hermanos Caballero, c. Concepción n.4. Huelva.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	-Sin datos-
Técnica:	Cuerda seca, según se ha visto en más imágenes de su ficha de catálogo de edificios del PGOU de Huelva. ⁶⁶
Datación:	1911. ⁶⁷
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	c. Concepción n.4. Huelva.
Otros datos:	El inmueble albergó en la planta baja un laboratorio y una farmacia desde 1857. En 1911, se instaló en este una farmacia y una droguería; Farmacia y Droguería Caballero ⁶⁸ . La cerámica decoraba los dos números siguientes, una ha desaparecido y la otra está parcialmente oculta por pintura. ⁶⁹
Consideración:	En riesgo y deteriorado: Aunque fue catalogado en Octubre de 2017, en la ficha de catalogación del inmueble, la fachada tiene la calificación de deterioro avanzado y su interior de ruina ⁷⁰ . Antes de ser catalogado, el Ayuntamiento ordenó su derribo. ⁷¹ Tras catalogarse, se iniciaron obras en él y durante estas, sus azulejos fueron taladrados para colocar un improvisado tejadillo que daba acceso a su interior ⁷² . Se desconoce el desenlace de la situación del inmueble.

⁶⁶ Concejalía de Urbanismo, Medio Ambiente y Transición Ecológica. *Ficha de catalogación edificio antigua farmacia y laboratorio calle Concepción, 4d* [en línea], Huelva: Concejalía de Urbanismo, Medio Ambiente y Transición Ecológica, Ayuntamiento de Huelva. 05 de Octubre de 2017, p.6 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.huelva.es/pgou/planos/pe_tematicos/pe1-farmacia-concepcion4D.pdf

⁶⁷ *Ibidem*, p.2

⁶⁸ *Ibidem*, p.2

⁶⁹ Llompart, Elena. "El Consistorio ordena demoler el edificio de la histórica farmacia de la calle Concepción". *Huelva Información* [en línea], 16 de Marzo de 2017 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.huelvainformacion.es/huelva/Consistorio-edificio-historica-farmacia-Concepcion_0_1117988313.html

⁷⁰ Concejalía de Urbanismo, Medio Ambiente y Transición Ecológica, op.cit., p.3

⁷¹ Llompart, Elena, op.cit.

⁷² Huelva24.com. "El runrún: La malprotegida fachada de la farmacia". *Huelva24.com* [en línea], 21 de Noviembre de 2017 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://huelva24.com/art/106506/el-runrun-la-malprotegida-fachada-de-la-farmacia>

ANTIGUOS ALMACENES EL PAVO REAL



Fig. 14: Azulejo publicitario de los antiguos almacenes El Pavo Real, c. José Gestoso n.3. Sevilla.

Autor:	Firmado en la esquina inferior derecha: Arqzade. Sin datos de su autor.
Fábrica:	Mensaque Rodríguez y Cía. ⁷³
Técnica:	Cuerda seca. ⁷⁴
Datación:	1919. ⁷⁵
Medidas:	100cm x 200cm. ⁷⁶
Ubicación:	c. José Gestoso n.3, Sevilla.
Otros datos:	El inmueble albergó unas galerías comerciales, hoy desaparecidas. En el año 2013 echa el cierre debido al fin de su renta antigua ⁷⁷ . En su lugar se establece en ese año un café bar microteatro. ⁷⁸
Consideración:	Sin riesgo. Es el único rótulo vinculado al comercio anterior que no desapareció de la fachada y si lo hicieron un pavo real en neón y otros luminosos. Está en un inmueble inscrito en el catálogo de espacios urbanos protegidos del PGOU de Sevilla ⁷⁹ y en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla ⁸⁰ . Su estado de conservación es bueno.

⁷³ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan, Alfonso Orce, op.cit., p. 54

⁷⁴ Ibídem, p.54

⁷⁵ Ibídem, p.54

⁷⁶ Ibídem, p.54

⁷⁷ J. Geniz, Diego. "La lenta metamorfosis de José Gestoso". *Diario de Sevilla* [en línea], 11 de Enero de 2015 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/la-lenta-metamorfosis-jose-gestoso_0_879512295.html

⁷⁸ Ibídem

⁷⁹ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico* [en línea], op.cit., p.77.

⁸⁰ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. "Rótulo comercial". En: *Inventario documental. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental/can_101

HORNO SANTA CRUZ



Fig. 15: Azulejos publicitarios y nominativo del antiguo Horno Santa Cruz, c. Guzmán El Bueno n.12. Sevilla.

Autor:	-Sin datos.-
Fábrica:	Mensaque Rodríguez y Cía. ⁸¹
Técnica:	Cuerda seca. ⁸²
Datación:	1950-1955. ⁸³
Medidas:	Pequeños rectangulares: 105 cm x 75 cm cada uno ⁸⁴ . Superior: sin datos.
Ubicación:	Calle Guzmán el Bueno, n.12, Sevilla.
Otros datos:	Se desconoce cuando desapareció el comercio. Sin embargo, se sabe que ha sido convertido en apartamentos turísticos.
Consideración:	Parcialmente perdidos: según denunciaba <i>Sevillatipo</i> en su perfil de Instagram, a través de fotos del antes, durante y después, demuestra que durante las obras los azulejos donde se anunciaban los productos del antiguo comercio, no fueron respetados y se destruyeron, conservándose solo el rótulo nominativo del establecimiento. ⁸⁵ Paradójicamente, se encuentran inscritos en el Inventario Documental de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla -no como rótulos, sino como paneles cerámicos comerciales-, ⁸⁶ pero por lo que se ve, no se tuvo en cuenta su valor durante las obras realizadas en el inmueble.

⁸¹ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit. p., 55

⁸² *Ibíd.*, p. 55

⁸³ *Ibíd.*, p. 55

⁸⁴ *Ibíd.*, p. 55

⁸⁵ Sevillatipo. "Historia triste que cantaban los Eskorbuto". *Sevillatipo -perfil de Instagram-* [en línea], 22 de Marzo de 2019 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BvSi1dvhuAl/>

⁸⁶ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. "Paneles de azulejos comerciales". En: *Inventario documental. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental/cas_131

Transportes y piezas de automóvil

ACUMULADORES ELECTRA



Fig. 16: Azulejo publicitario de acumuladores Electra.
Interior de aparcamiento comercial, c. María
Auxiliadora, n. 18. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	Cerámica Santa Ana. ⁸⁷
Técnica:	Cuerda seca. ⁸⁸
Datación:	Años 40-50. ⁸⁹
Medidas:	90 cm. x 135 cm. (aprox.). ⁹⁰
Ubicación:	Interior de aparcamiento comercial. Calle María Auxiliadora, 18. Sevilla.
Otros datos:	En él se publicita una batería de automóvil, que da energía a los coches que circulan alrededor de ella. Existía otro similar, en los números 41-43 de la calle Adriano, salido de la misma fábrica entre 1950 y 1955, realizado con la misma técnica y con unas dimensiones de 135 cm x 95 cm ⁹¹ . No hay rastro de él. Tal vez se encontrase en el interior o exterior de un taller. A día de hoy, no hay ninguno en esos números.
Consideración:	Sin riesgo actual. Actualmente se conserva en el interior de dicho aparcamiento, junto con otro de un neumático Firestone. No se encuentra inscrito ni en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía, ni en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla, ni el inmueble que lo contiene está inscrito en el catálogo de edificios protegidos del PGOU de la ciudad.

⁸⁷ Retablocerámico. "Panel publicitario Acumuladores Electra". En: *retablo cerámico* [en línea]. Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6625.htm>

⁸⁸ *Ibidem*.

⁸⁹ *Ibidem*.

⁹⁰ *Ibidem*.

⁹¹ Rodríguez Centeno, Juan Carlos.; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.43

NEUMÁTICOS FIRESTONE

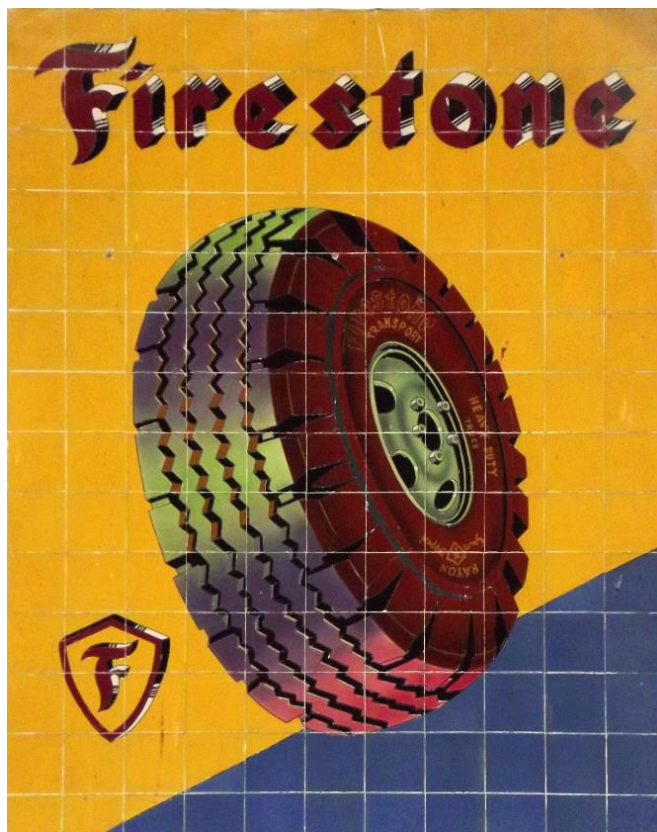


Fig. 17: Azulejo publicitario de neumático Firestone. Interior de aparcamiento comercial, c. María Auxiliadora, n. 18. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	Cerámica Santa Ana. ⁹²
Técnica:	Cuerda seca y al agua. ⁹³
Datación:	Años 40-50 ⁹⁴
Medidas:	165 cm. x 210 cm. (aprox.). ⁹⁵
Ubicación:	Interior de aparcamiento comercial. Calle María Auxiliadora, 18. Sevilla.
Otros datos:	En él se publicita un neumático de la marca Firestone.
Consideración:	Sin riesgo actual. A día de hoy se conserva en el interior de dicho aparcamiento, junto con el de acumuladores Electra. No se encuentra inscrito ni en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía, ni en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla, ni el inmueble que lo contiene está inscrito en el catálogo de edificios protegidos del PGOU de la ciudad.

⁹² Retablo cerámico. "Panel publicitario neumático Firestone". En: *retablo cerámico* [en línea], Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6628.htm>

⁹³ *Ibidem*

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ *Ibidem*.

LINEA DE VAPORES SEVILLA-SANLUCAR-MAR



Fig. 18: Azulejo publicitario Línea de vapores Sevilla- Sanlúcar-Mar. Interior del bar Casa Ruíz, c. Castilla s/n. Triana. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-. Firma en la esquina inferior izquierda: agencia publicitaria "Anuncios la Propaganda. Hortaleza, 66. Madrid. ⁹⁶
Fábrica:	Valencia Industrial. ⁹⁷
Técnica:	De arista. ⁹⁸
Datación:	1925. ⁹⁹
Medidas:	19cm x 90cm. ¹⁰⁰
Ubicación:	Interior del bar Casa Ruíz, c.Castilla s/n. Triana. Sevilla.
Otros datos:	Representa una escena un tanto romántica, en la que conviven costumbrismo y progreso; un garrochista, con una vestimenta típica andaluza y su mozo, detienen su marcha para saludar al barco de vapor que atraviesa en ese momento La Marisma del Guadalquivir ¹⁰¹ .
Consideración:	Sin riesgo. El bar lo ha mantenido y está en buen estado de conservación. No se encuentra inscrito en ningún catálogo. Existe otro similar, con las mismas características, en Coria del Río (Sevilla). ¹⁰²

⁹⁶ Retablocerámico. "Panel publicitario neumático Línea de vapores Sevilla-Sanlúcar-Mar". En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6294.htm>

⁹⁷ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.31,44

⁹⁸ Ibídem, p.44

⁹⁹ Ibídem, p.44

¹⁰⁰ Ibídem. p.44

¹⁰¹ Ibídem. p.31

¹⁰² Retablocerámico, op.cit.

AZULEJOS PUBLICITARIOS DE NEUMÁTICOS PIRELLI Y MICHELÍN



Fig. 19: Azulejos publicitarios de neumáticos Michelin y Pirelli. Esquina del paseo de San Damián con la calle Constitución (antigua carretera de Extremadura). Navacarnero. Madrid.

Autor:	-Sin datos de ambos-
Fábrica:	Michelin: Alguna fábrica o taller de Onda (Valencia). ¹⁰³ Pirelli: sin datos.
Técnica:	Michelin: según fotos de cerca del azulejo, posiblemente a la cuerda seca. ¹⁰⁴ Pirelli: azulejo plano pintado.
Datación:	Michelin: primera mitad de 1950. ¹⁰⁵ Pirelli: sin datos.
Medidas:	Michelin: 550 cm x 400cm. Pirelli: sin datos. ¹⁰⁶
Ubicación:	Navacarnero (Madrid), esquina del paseo de San Damián con la calle Constitución (antigua carretera de Extremadura). ¹⁰⁷
Otros datos:	El azulejo de Michelin, que fue restaurado por la propia marca en colaboración con el Ayuntamiento de la localidad, fue considerado por Europa Press como el más grande de España y está referenciado en la Guía Michelin. ¹⁰⁸
Consideración:	Sin riesgo. Ambos están en buen estado de conservación, aunque parece ser que el de Pirelli no ha sido restaurado y tiene algunas baldosas rotas. Se desconoce si están catalogados.

¹⁰³ Europa Press. "Restauran un anuncio de Michelin hecho de azulejos cerámicos e instalado hace 60 años". *Europa Press* [en línea], 18 de Abril de 2011 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.europapress.es/madrid/noticia-restauran-anuncio-michelin-hecho-azulejos-ceramicos-instalado-hace-60-anos-20110418104740.html>

¹⁰⁴ *Ibídem*

¹⁰⁵ *Ibídem*

¹⁰⁶ *Ibídem*

¹⁰⁷ *Ibídem*

¹⁰⁸ *Ibídem*

5.4 Situación actual

Tras haberse realizado un recorrido por algunos ejemplares de azulejos publicitarios y haberse hecho cierto hincapié en su contexto, podemos tener ya una idea previa sobre la situación en la que se encuentran inmersos. Los que no están en buen estado de conservación y en comercios que los respetan, están en edificios cerrados desde hace décadas, a merced del expolio o de la desaparición, al estar en un inmueble que va a ser demolido o bien va a cambiar de usos. A continuación, vamos a analizar y ver con más profundidad estas cuestiones.

5.4.1 Expolio: destrozo y pérdida

Si contamos con los recursos de la hemeroteca de diversos periódicos, y en ellos buscamos información acerca de azulejos publicitarios, no solo encontraremos noticias sobre ejemplares de gran interés, sino también otras que ahondan en los motivos de su desaparición.

Motivos de desaparición:



Fig. 20: Ejemplo de anuncio que ha dejado de funcionar por la desaparición del comercio al que publicitaba y por la obsolescencia de algunos productos –chubesquis–.

Azulejo de la Ferretería de la Plaza del Pan, [Azulejo al aguarrás] Cerámica Santa Ana (fábrica) ca.1950. 260cm x 160 cm. Plaza del Pan, n.4, Sevilla.

La piqueta, la especulación inmobiliaria y el paso del tiempo

Recientemente, el investigador y conservador de bienes culturales, José León Calzado, indicaba que, el principal motivo por el que desaparecieron los azulejos publicitarios fueron los **derribos**¹⁰⁹. Durante la segunda mitad del siglo XX, especialmente en los años 50 y 60, el tejido urbano de la ciudad de Sevilla, como el de otras muchas, va transformándose. Van desapareciendo del mapa edificios históricos y los espacios que han dejado quedarán ocupados por otros nuevos, gracias al visto bueno de los Ayuntamientos de la época -véase el centro de Sevilla-. En las décadas siguientes, los derribos continúan sucediéndose, motivados por la **especulación inmobiliaria**¹¹⁰. Un ejemplo de azulejo perdido por la piqueta es el de *Mariano de la Cerda*, desaparecido en 2019 (Fig. 12).

¹⁰⁹ Parejo, Juan, op.cit.

¹¹⁰ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.35

No obstante, José León menciona otros motivos que contribuyeron en la desaparición de los azulejos publicitarios, como la existencia de un **impuesto de publicidad**, el **paso del tiempo**, y la **pérdida de su función comercial** -el anuncio dejaba de funcionar al desaparecer el comercio o compañía que lo publicitaba, o al quedarse obsoleto el producto a vender (Fig.20)-.

La desaparición del comercio tradicional: el estallido de un nuevo sistema de comercio, la turistificación y la falta de relevo generacional

Debido a diversas transformaciones acontecidas durante las últimas décadas en el terreno económico, social, de costumbres y demográfico, se ha producido un cambio en la relación sociedad-entorno, dando lugar al nacimiento de un **sistema diferente de modelo comercial; franquicias, cadenas multinacionales, grandes superficies comerciales y compra online**¹¹¹. En consecuencia, el comercio tradicional, histórico, ese que en muchos casos empleaba la cerámica como soporte para publicitar sus productos, ha ido desapareciendo tanto de los cascos urbanos de las ciudades como de la periferias de estas, llevándose con ellos parte de su identidad y personalidad. **La jubilación de sus dueños y falta de relevo generacional** son otras de las causas por las que han ido desapareciendo estos establecimientos.



Fig. 21: Ejemplo de comercio tradicional –Cafés Saimaza- con azulejos publicitarios que se ha convertido en un hotel.

Azulejos de los antiguos Cafés Saimaza [Azulejos a la cuerda seca y al agua]. Mensaque Rodríguez y Cía. (fábrica) ca. 1940. Superior: 60cm x 700 cm. Laterales: 260cm x 180cm cada uno. Calle Goyoneta (esquina Compañía), Sevilla.

Miguel Mayorga, profesor de Urbanismo en la U.O.C, añade más motivos a los ya citados: por un lado, la **turistificación**; cuando los turistas trasladan a los residentes, dando lugar a la proliferación de hoteles y apartamentos turísticos, acompañados a su vez de comercios vinculados al turista. Por otro, la **elitización** de ese entorno, sustituyendo esa población residente por una de mayor poder adquisitivo¹¹². Esto, a su vez ha favorecido de nuevo la **especulación inmobiliaria** y la **subida de los alquileres** a los establecimientos de estas zonas, dejándoles sin una alternativa al cierre. En Sevilla, podemos encontrar algunos ejemplos de comercios tradicionales con publicidad cerámica que se han convertido en hoteles o apartamentos turísticos debido a su situación céntrica (*Saiz de la Maza* (Fig. 21) u *Horno Santa Cruz* (Fig. 15).

¹¹¹ Santatipo, op.cit.

¹¹² Garrido, Héctor Manuel. "Miguel Mayorga, profesor de Urbanismo: "El comercio tradicional representa la identidad del barrio". 20 minutos. [en línea], 26 de julio de 2018. [consulta: 08 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/3404100/0/miguel-mayorga-profesor-urbanismo-comercio-tradicional-representa-identidad-barrio/>

Por otra parte, el negocio de *Juguetería Cuevas* (Fig.22), con su rótulo en azulejo -ya destruido, a conciencia- es otro claro ejemplo de ese comercio que se vio obligado a cerrar, a principios de 2019, por esa turistificación, junto con la **bajada de ventas** o el **comercio online**.¹¹³



Fig. 22: Ejemplo de comercio tradicional -Juguetería Cuevas- con azulejos publicitarios que cerró por la bajada de ventas, turistificación y la compra online.

Azulejos de la ya desaparecida Juguetería Cuevas [Azulejos al agua y/o aguarrás?]. Fábrica: desconocida- 1954. Dimensiones: desconocidas. Esquina de Hernando de Colón con Plaza de San Francisco. Sevilla.

El Impuesto de publicidad

De forma simultánea a la transformación del tejido urbanístico que viven muchas ciudades a partir de mediados del siglo XX, -entre ellas Sevilla- existía un **impuesto a nivel municipal y de ámbito estatal** sobre publicidad, aquel que mencionaba antes José León Calzado. Dicho impuesto fue emitido por el entonces Ministerio de la Gobernación y quedaba recogido en la base 29 de la ley 41/1975 de Bases del Estatuto de Régimen Local¹¹⁴. Las disposiciones de esa ley quedan a su vez contenidas en el Real Decreto 3250/1976 de 30 de diciembre y finalmente se publica en el B.O.E núm. 26 del 31 de enero de 1977¹¹⁵, momento en el que entra esa ley en vigor. El art. 107 del citado decreto, hacía una distinción entre rótulo y cartel según la duración de cada uno, entendiendo por rótulos los ``anuncios, hijos

¹¹³ Pereira, María Jesús. ``La juguetería F. Cuevas, otro negocio tradicional que cierra tras 65 años de vida``. *ABC (Sevilla)* [en línea], 22 de Febrero de 2019. [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-jugueteria-cuevas-otro-negocio-tradicional-cierra-tras-65-anos-vida-201810270901_noticia.html

¹¹⁴ Pacheco Rueda, Marta. ``Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo`` [en línea]. Rafael López Lita, dir. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, Madrid, 2020, p.189 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/8766/1/S3036301.pdf>

¹¹⁵ Iberley. ``Real Decreto 3250/1976, de 30 de diciembre, por el que se ponen en vigor las disposiciones de la Ley 41/1975, de Bases del Estatuto del Régimen Local, relativas a ingresos de las Corporaciones Locales y se dictan normas provisionales para su aplicación., - Boletín Oficial del Estado, de 31-01-1977``. En: *Iberley.es* [en línea], 2019 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.iberley.es/legislacion/real-decreto-3250-1976-30-diciembre-ponen-vigor-disposiciones-ley-41-1975-bases-estatuto-regimen-local-relativas-ingresos-corporaciones-locales-dictan-normas-provisionales-aplicacion-1242859>

o móviles, por medio de pintura, **azulejos**, cristal; hierro, hojalata litografiada, tela o cualquier otra materia que asegure su larga duración” y por carteles “los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón u otra materia de escasa consistencia y corta duración”.¹¹⁶

Con respecto a la recaudación, en la base 29 de la ley 41/1975 de Bases del Estatuto de Régimen Local, indicaba que el sujeto del impuesto era aquel beneficiario de la publicidad, es decir, el dueño del local que tenía el rótulo, ya sea en el interior como en el exterior, o, en su defecto, las empresas de publicidad.¹¹⁷

Las tarifas de los rótulos, según se reflejan en la citada base, eran las siguientes:

a) En los rótulos, como máximo quinientas pesetas por metro cuadrado o fracción al trimestre. El texto articulado graduará las tarifas en atención al número de habitantes de cada Municipio.

Si se trata de rótulos luminosos, podrá establecerse un recargo hasta del cien por cien. [...]

Seis. En todo caso las tarifas de la publicidad interior no podrán ser superiores al cincuenta por ciento de las fijadas para la publicidad exterior. [...]

Aunque la ley 41/1975 se derogó con el tiempo, los ayuntamientos mantuvieron las bases fiscales, y por tanto, la base 29 relativa al Impuesto Municipal de Publicidad, incluso la fueron endureciendo lo máximo posible¹¹⁸, hasta tal punto de empujar a sus propietarios a taparlos o a destruirlos. En el año 1980, el periodista Antonio Burgos, bajo el pseudónimo de Abel Infanzón, ya denunciaba esta situación en su semanal sección Casco Antiguo para *ABC de Sevilla*:

Si son buenos paseantes de la ciudad, habrán observado que muchos anuncios tradicionales en cerámica (habitualmente casas de vino de Jerez, que representaban botellas de distintas marcas) han sido recientemente tapados con pintura, tal como puede verse en la acera del Paseo de Colón, en la fachada de La Marina. ¿Cuál es la razón de este proceso? muy sencilla: que el Ayuntamiento cobra (y a altos precios) estos paramentos típicos de cerámica trianera como publicidad, cuando en verdad marcan una fisonomía tradicional del comercio sevillano, e incluso deberían gozar de exenciones fiscales, cuando no de ayudas. Según nuestras noticias, hasta doscientas mil pesetas exigía el Ayuntamiento en concepto de publicidad exterior al propietario de La Marina, razón por la cual dicho empresario decidió ocultar las botellas de Jerez con pintura [...].¹¹⁹

Los azulejos que no fueron destruidos fueron tapados, cayendo en el olvido. Como ya hemos visto en el punto anterior, el hallazgo “arqueológico” de este patrimonio del siglo XX es un fenómeno que a día de hoy continúa produciéndose, en diversas áreas de España, fenómeno que veremos con más profundidad más adelante.

¹¹⁶ España. Real Decreto 3250/1976, de 30 de diciembre, por el que se ponen en vigor las disposiciones de la Ley 41/1975, de Bases del Estatuto del Régimen Local, relativas a ingresos de las Corporaciones Locales, y se dictan normas provisionales para su aplicación. *Boletín Oficial del Estado*, [en línea], 31 de Enero de 1977, núm.26 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1977/01/31/pdfs/A02294-02316.pdf>

¹¹⁷ España. Ley 41/1975, de 19 de Noviembre, de Bases del Estatuto de Régimen Local. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 21 de Noviembre de 1975, núm. 280 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1975/11/21/pdfs/A24342-24360.pdf>

¹¹⁸ Pacheco Rueda, Marta. op.cit., p. 189

¹¹⁹ Infanzón, Abel. “El Ayuntamiento, contra los anuncios de cerámica”. *ABC [Sevilla]* [en línea], 10 de Enero de 1980, Casco Antiguo, p. 7 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-19800110-7.html>

El vandalismo y robo



Fig. 23: Azulejos robados del Pabellón Domecq de la Venta de Antequera. Sevilla

Ya sea por el mero hecho de hacer daño, o por ser objeto de interés por parte de muchos coleccionistas, la destrucción y robo resultan relativamente sencillas, al encontrarse muchos de ellos en espacios públicos, de tránsito, de fácil acceso y/o sin vigilancia. Además, a menudo son utilizados como soportes publicitarios o como lienzos para grafitis. Alfonso Pleguezuelo, mencionaba que ``se producen robos de piezas a cierta altura, más en los que están al alcance de la mano''¹²⁰, es decir, son más los robos premeditados y a conciencia que el propio vandalismo. Quien roba estas

piezas no solo lo hace por el hecho de que son elementos llamativos, también, por su gran calidad artística y por su firma. Ejemplo de ello lo tenemos en la Real Venta de Antequera, a las afueras de Sevilla. En el año 2013, la *Asociación de Amigos de la Cerámica ``Nicoloso Pisano``* denunciaba al *ABC de Sevilla* el robo de varios azulejos que Enrique Orce Mármol hizo para el pabellón de las bodegas Pedro Domecq para la citada venta, con motivo de la Exposición de 1929, entre ellos dos de las bebidas ``Fundador`` y ``Fino La Ina``.¹²¹ (Fig.23)

Extraña situación legal

A pesar de que muchos se encuentran en cascos históricos, y en edificios en teoría protegidos, como pueden verse en el centro de Sevilla, la realidad es que, debido a vacíos legales precisamente en esta protección patrimonial y según Alfonso Pleguezuelo, al ``escaso control de la Administración hacia estos bienes``, muchos han acabado desapareciendo¹²². En el punto siguiente veremos con más detenimiento esta situación.

¹²⁰ Parejo, Juan, op.cit.

¹²¹ Carrasco, Fernando. ``Denuncian el robo de paneles cerámicos de Orce Mármol de la Venta de Antequera``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 26 de Noviembre de 2013 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://sevilla.abc.es/sevilla/2013/11/26/sevi-venta-antequera-robo-201311252157.html>

¹²² Ibídem

5.4.2 Situación legal y jurídica. La protección del azulejo publicitario

Antes de entrar de lleno en el asunto de la situación legal y jurídica de estos bienes, cabe recordar antes una serie de cuestiones.

En el Régimen General de Protección de Patrimonio Histórico, existen tres niveles de protección según la relevancia del bien. Se ordenan de menor a mayor y son los siguientes:

Patrimonio Histórico Español.
Inventario General de Bienes Muebles.
Bien de Interés Cultural.¹²³

A su vez, a nivel local, existen Planes Generales de Ordenación Urbanística, redactados y dirigidos por los Ayuntamientos de las localidades. Normalmente suelen tener catálogos en los que quedan recogidos los bienes inmuebles más relevantes de la ciudad.

Con respecto a Sevilla, según se refleja en la nota de prensa de Diario de Sevilla, existe un Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de Sevilla, desarrollado por la Gerencia de Urbanismo, en el que quedan recogidos estos bienes bajo la tipología de rótulos o paneles cerámicos comerciales, por sus valores culturales.¹²⁴

A nivel autonómico, existen catálogos generales, en los que se inscriben los más importantes para esa autonomía.

A continuación, iremos viendo algunos ejemplos tanto de Sevilla como de otras, que quedan registrados en sus respectivos catálogos. No se trata de recopilar todos los que aquí se encuentran ni de entrar en aspectos jurídicos relativos a su protección, puesto que hacer un catálogo o inventario no es nuestro trabajo, sino de reflejar algunos que sirvan de ejemplo de las ideas ya expresadas.

Nivel local. Ciudad de Sevilla

PGOU de Sevilla. Gerencia de Urbanismo: en él se establece la ordenación urbanística de la ciudad de Sevilla. En la página web de esta, quedan recogidos diversos documentos como memorias, planos de información y ordenación, normas urbanísticas, estudios de impactos medioambientales y catálogos. Existen aquí 4 tipos de catálogos según los inmuebles o áreas a proteger¹²⁵. A su vez, este Plan distingue distintos niveles de protección¹²⁶:

¹²³ Ministerio de Cultura y Deporte. "Régimen general de protección del Patrimonio Histórico". En: *Ministerio de Cultura y Deporte* [en línea], 2020 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/patrimonio/bienes-culturales-protectos/niveles-de-proteccion/regimen-general.html>

¹²⁴ Parejo, Juan, op.cit.

¹²⁵ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. "Planeamiento y Desarrollo Urbanístico. PGOU Vigente". En: *Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.urbanismosevilla.org/areas/planeamiento-desar-urb/pgou-vigente-l>

¹²⁶ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística*. [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2006, p. 25. [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.sevilla.org/plandesevilla/adei/doc/AD_O_13_2.pdf

A: Protección Integral: para los edificios que habrán de conservarse de forma íntegra por ``su carácter singular y monumental y por razones histórico-artísticas, preservando todas sus características arquitectónicas``.¹²⁷

B: Protección Global: Protección similar que la anterior, pero que, a diferencia de ella, la conservación de las características arquitectónicas originales admite cambios de uso.¹²⁸

C: Protección nivel C: protección para aquellos edificios cuyos valores históricos, artísticos o monumentales que no llegan al ``carácter singular que contienen los calificados anteriormente`` en los niveles de protección Integral y global``.¹²⁹

D: Protección nivel D: para aquellos edificios de valor arquitectónico, que contribuyen en el tejido urbanístico, siendo elementos constitutivos de este y/o pertenecen a una determinada tipología digna de ser protegida.

PE: Determinación que indica que el grado de protección depende de un ``Plan Especial a desarrollar``.

Toda actuación que se realice en cualquier edificio que esté protegido por uno de los niveles anteriores, deberá cumplir con una serie de condiciones particulares, que se recogen bajo la descripción de cada nivel, en el Plan General de Ordenación Urbanística. Además, deberán garantizar el respeto siempre hacia los elementos arquitectónicos que le dan esa singularidad.¹³⁰

Los catálogos son los siguientes:

-Catálogo complementario del conjunto histórico: recoge los inmuebles protegidos del conjunto histórico –ej. Alcázar y Patio de Banderas (ambos en sectores B.I.C) o edificio de viviendas cine Florida, con grado C-.¹³¹

- Catálogo periférico: reúne elementos arquitectónicos protegidos exteriores al conjunto histórico, en el extrarradio -Ej.: Real Venta de Antequera, con grado de protección C¹³², donde se produjo el robo de azulejos publicitarios mencionado anteriormente -.

- Catálogo de espacios urbanos protegidos: recoge un conjunto de 53 elementos inscritos en el espacio urbano de la ciudad, agrupados en dos categorías: enclaves -plazas, calles, avenidas, ej: Plaza de los Terceros- y secuencias: espacios compuestos por recorridos lineales en el espacio urbano -ej: Calatrava-Alameda de Hércules - Amor de Dios/Trajanos - Sierpes/Tetuán-.¹³³

¹²⁷ Ibídem, p.69

¹²⁸ Ibídem, p.70

¹²⁹ Ibídem, p.70

¹³⁰ Ibídem, p.70

¹³¹ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo complementario del conjunto histórico* [en línea]. Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, p. 2. [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_1_COMPLEMENTARIO_CH/08_TR_CAT_COMPLEMENTARIO_CH.PDF

¹³² Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo periférico* [en línea]. Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, p.3. [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_2_PERIFERICO/08_TR_CAT_PERIFERICO.PDF

¹³³ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo de espacios urbanos protegidos* [en línea]. Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, p.3 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_3_ESPACIOS_URBANOS/08_TR_CAT_ESPACIOS_URBANOS.PDF

- Catálogo de protección arqueológica: tanto para el patrimonio arqueológico interno y externo del conjunto histórico.

Son los catálogos periféricos y de espacios urbanos protegidos los que recogen los enclaves donde se encuentran los azulejos publicitarios de Sevilla. Por otra parte, también existe un catálogo –*Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico*- de edificios protegidos del espacio urbano, donde podemos encontrar registrados algunos inmuebles, que aún los tienen. En él podemos encontrar, por ejemplo, el inmueble del *Pavo Real* (Fig.14) de la calle José Gestoso o el *Bar Restaurante los Claveles*, en la Plaza de los Terceros (Fig.9), ambos con grado de protección C.¹³⁴

- Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de Sevilla, redactado por la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla. Contiene, catálogos de bienes públicos, como monumentos y rótulos, tanto comerciales -30- como nominativos-19-.¹³⁵ Cada rótulo comercial o nominativo registrado en este catálogo va acompañado de una ficha técnica que contiene una descripción del bien y del entorno, datos históricos, su estado de conservación y una valoración patrimonial.

DIAGNÓSTICO DE LOS MONUMENTOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE SEVILLA.	
	Rótulo comercial. Mensaque y Vera Contemporáneo Siglo XX C/ Almirante Hoyos, 02 Distrito Casco Antiguo Propiedad: ☐ Público ☒ Privado VALORES CULTURAL Datos históricos Colocado por iniciativa privada de los propietarios del establecimiento. Descripción del Bien Rótulo cerámico de grandes dimensiones con fondo amarillo y marco azul cobalto. En su parte central aparece una botella de vino y la siguiente leyenda: "Exija para su mesa Rioja Palacios", "Fundada 1894". Descripción del Entorno Situado en la esquina de la calle Almirante Hoyos perteneció a un antiguo establecimiento ya desaparecido. Actualmente en este local existe una tienda de antigüedades. Es una calle estrecha y corta cerrada al tráfico, presenta adoquín pequeño y aceras de losetas, en ocasiones reducidas al bordillo. En la acera derecha predominan las viviendas unifamiliares de tres plantas de gran altura, balcones y cierras, el lado izquierdo está formado por bloques entre medianeras también de tres plantas. Cumple funciones residenciales. Valoración Patrimonial Este tipo de rótulos se conserva en la actualidad como un testimonio de la evolución del diseño publicitario y comercial, que proliferó en las fachadas de los comercios sevillanos desde las primeras décadas del siglo XX. En el plano artístico, ofrece un gran interés por la introducción de elementos tipográficos y ornamentales que resultaron innovadores en su contexto, además de estar realizados en un soporte muy vinculado a la artesanía local. DIAGNÓSTICO Patologías Estado de conservación: Malo. Patologías: Pérdida de algunas baldosas.

Fig. 24: Ejemplo de rótulo comercial inscrito en el Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de la Ciudad de Sevilla, de la Gerencia de Urbanismo.. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. Rótulo comercial. Mensaque y Vera. C Almirante Hoyos, n.2. Sevilla.

¹³⁴ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico*. op.cit., pp. 78-82.

¹³⁵ Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. "Inventario documental". En: *Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental?b_start:int=0

Tras haber visto detenidamente todos y cada uno de estos rótulos, se comprueba que no quedan aquí registrados algunos de Sevilla, como los de *Villa Reinos* de Bacarissas (Fig.4), el de *Mariano de la Cerda* (Fig. 12), y toda la fachada de cerámica publicitaria de *los Gabrieles*, estos dos últimos en Plaza de Armas. Tampoco está inscrito aquí el que probablemente sea el más famoso de la ciudad, el azulejo *Studebaker* de Orce Mármol de calle Tetuán.

Nivel autonómico. Andalucía. Guía Digital del Patrimonio Cultural de Andalucía

Quedan recogidos aquí algunos azulejos que no se encuentran registrados en el Inventario Diagnóstico de la Gerencia de Urbanismo, como los azulejos publicitarios ya citados de *Los Gabrieles* (Figs.5, 6, 7 y 25) y el *Studebaker* de la calle Tetuán. Van acompañados de su respectiva ficha técnica y una descripción del estado de conservación. Aunque estos bienes presentan un código, no queda detallado el tipo de protección que tienen. Sin embargo, hay azulejos como los de *Villa Reinos* (Fig.4) o el de *Mariano de la Cerda* (Fig. 12) - ya destruido- que tampoco están aquí inscritos.


Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico
CONSEJERÍA DE CULTURA Y PATRIMONIO HISTÓRICO
Patrimonio mueble de Andalucía

IDENTIFICACIÓN

Denominación:	Azulejos Bar Los Gabrieles
Código:	185312
Provincia:	Sevilla
Municipio:	Sevilla
Inmueble:	



DESCRIPCIÓN

Tipología(s):	Azulejos
Escuela(s):	Escuela sevillana
PHistóricos(a):	Edad Contemporánea
Estilo(s):	Estilo regionalista
Cronología:	1935 -
Autor(es):	Fábrica de Mensaque Rodríguez y Cía

Descripción

Localizada en la Plaza de la Legión, la composición publicitaria en azulejos cerámicos consta de cuatro paneles verticales en los que se recrean distintas botellas de la gama de productos de Osborne, y un paño horizontal encima de estos, en forma de cenefa, en el que se reproduce en cada extremo el nombre del antiguo establecimiento sevillano, hoy cerrado. Unas figuras infantiles desnudas y portadoras de guirnalda de flores y acompañadas de grandes racimos de uvas, ocupan la parte central de la citada cenefa horizontal.

Historia de la pieza

ANÁLISIS

Material(es):	Azulejo plano pintado
Técnica(s):	Técnica cerámica

FUENTES DE INFORMACIÓN

Información Gráfica

- Fotografía - Electrónico. Azulejos Bar Los Gabrieles, Juan Antonio Arenillas Torrejón, 2010, Mediateca del IAPH.

Fig.25: Ejemplo de ficha de bien inscrito, con azulejos publicitarios en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía.

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Ficha Mueble de Azulejos Bar Los Gabrieles.

Otros azulejos publicitarios y su situación

Buscando en los catálogos de otras comunidades, como Valencia o Madrid, se han encontrado algunos ejemplares que, a pesar de estar catalogados -o bien el inmueble que lo contienen- se encuentran en situación de riesgo, bien sea por el estado de conservación de los mismos, por la conservación del inmueble que lo posee y/o su extraña situación a nivel jurídico.

Valencia. Inventario General de Patrimonio Histórico Valenciano.

Se encuentran aquí inscritos los bienes que son relevantes para el Patrimonio Histórico Valenciano. Tal y como sucede con aquellos inscritos en la Gerencia de Urbanismo de Sevilla, pueden tener distintos niveles de protección¹³⁶:

Sección 1ª. Bienes de interés cultural.

Sección 2ª. Bienes de relevancia local: para aquellos que no reúnen los valores para ser declarados B.I.C pero que son relevantes a nivel local o comarcal. -monumentos, núcleos históricos, jardines históricos, sitios históricos, espacios etnológicos y espacios de protección paleontológica y arqueológica (Art.46).¹³⁷

Sección 3ª. Bienes muebles de relevancia patrimonial.

Sección 5ª. Bienes inmateriales de relevancia local.

En este catálogo, se han encontrado algunos ejemplos de cerámica publicitaria catalogada, uno perteneciente a una antigua gasolinera en Xàtiva, ahora centro de visitantes, de *Engrases Georgia* (Fig.26) y otra pareja de paneles publicitarios de la marca *Philips* (Fig.27), en Valencia.

¹³⁶ Generalitat Valenciana. "Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano". En. *Generalitat Valenciana, Conselleria de Educació, Cultura y Deporte*. [en línea], 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/inventario-general>

¹³⁷ Valencia. Ley 4/1998, de 11 de Junio, del Patrimonio Cultural Valenciano]. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 22 de Julio de 1998, núm. 174, p. 34 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1998/BOE-A-1998-17524-consolidado.pdf>

ENGRASES GEORGIA (U.S.A) GEORGIA

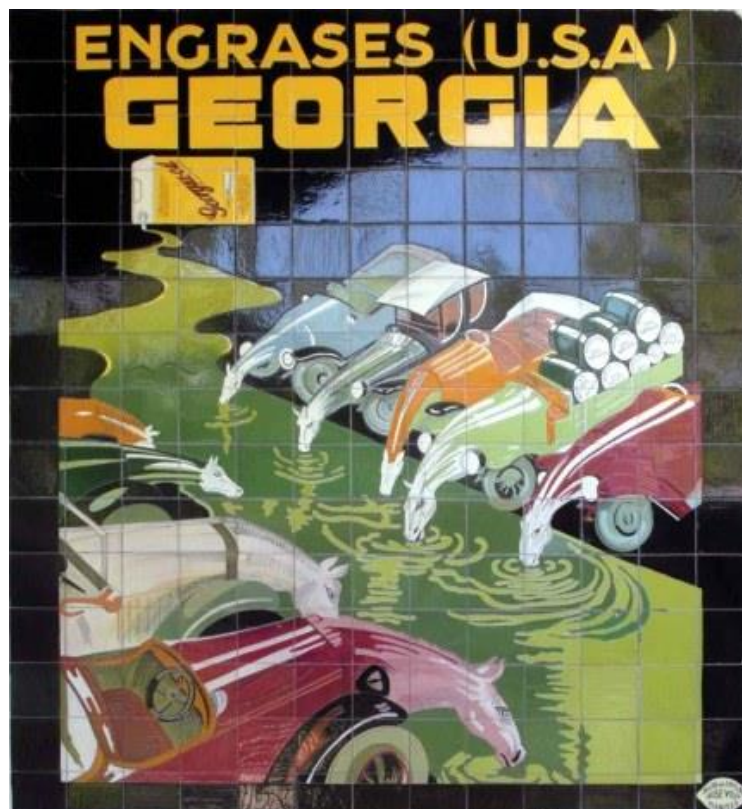


Fig. 26: Azulejo publicitario de Engrases (U.S.A) Georgia, de la gasolinera Lleo de Xàtiva. Valencia.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	Hijo de A. Vilar. Jose Vilar. Manises (según el sello en la esquina inferior derecha).
Técnica:	Azulejo a la cuerda seca ¿?
Datación:	1941. ¹³⁸
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	Gasolinera del Lleo, Av. De Segas, 2, Xàtiva, Valencia.
Otros datos:	Catalogado en la sección 2 como Monumento de Interés Local -la gasolinera- y actualmente está en trámite para ser declarado Bien de Interés Local ¹³⁹ . Existe otro semejante en Sagunto ¹⁴⁰ . Tema: automovilístico: representa a una marca de engrases de vehículos, donde se representan a caballos motorizados.
Consideración:	Sin riesgo. La gasolinera es ahora un espacio de atención turístico y está catalogada, por tanto lo ha respetado. Sin embargo, el de Sagunto no se encuentra inscrito en el Inventario General de Patrimonio Cultural Valenciano.

¹³⁸ Generalitat Valenciana. ``Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano. Ficha inmueble: Gasolinera del Lleo`` En. *Generalitat Valenciana*, [en línea], 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/inventario-general>

¹³⁹ Ibídem

¹⁴⁰ ``Xàtiva incumple la ley de Patrimonio``. *Las provincias* [en línea], 03 de Abril de 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lasprovincias.es/ribera-costera/xativa-incumple-patrimonio-20180403001704-ntvo.html>

PANELES PUBLICITARIOS PHILIPS



Fig. 27: Paneles cerámicos publicitarios de Philips, entre la plaza de Portal Nuevo y el n. 23 de calle de las Blanquerías. Valencia capital

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	-Sin datos-.
Técnica:	Azulejo realizado con la técnica del entubado ¹⁴¹ -muy parecida a la cuerda seca-
Datación:	1957-1960 ¹⁴²
Medidas:	300cm x 390cm ¹⁴³
Ubicación:	Pared del ex convento de San José y Santa Teresa, entre la plaza de Portal Nuevo y el n. 23 de calle de las Blanquerías. Valencia capital.
Otros datos:	Fue tapado con pintura, para evitar el pago del Impuesto de Publicidad, posiblemente en los años 80, a petición de la propia empresa Philips y al considerar que no aportaban nada económicamente y ya estaban obsoletos. Con el paso del tiempo la pintura fue desprendiéndose y volvió a ver la luz. ¹⁴⁴
Consideración:	Catalogado como Bien de Relevancia Local, figurando en la 2ª sección del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano -el inmueble donde se encuentra-. En riesgo. Ha sido sujeto de múltiples actos vandálicos -pintadas, colocación de una caja eléctrica en uno de ellos, adhesión de carteles y clavos- y ha sufrido diversas pérdidas de baldosas y roturas en muchas de las que se mantienen, siendo el primero el más deteriorado. ¹⁴⁵

¹⁴¹ Generalitat Valenciana. “Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano. Ficha inmueble: Panells Ceràmics Publicitaris de Philips” En. *Generalitat Valenciana*, [en línea] (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/patrimonio-cultural/ficha-inmueble.php?id=17553&lang=es>

¹⁴² Ibídem

¹⁴³ Ibídem

¹⁴⁴ Ibídem

¹⁴⁵ Ibídem

Madrid. Catálogo de Elementos Protegidos del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997, listado revisado y actualizado a fecha 27 julio 2018 y catálogo geográfico de bienes inmuebles de la comunidad de Madrid.

Este catálogo recoge un índice de bienes inmuebles de la Comunidad de Madrid que, gozan de algún tipo de protección. La protección de estos edificios sigue las siguientes categorías¹⁴⁶:

- Nivel 1, grados singular e integral.
- Nivel 2, grados estructural y volumétrico.
- Nivel 3, grados parcial y ambiental.

Algunos de los bienes inmuebles aquí inscritos con azulejos publicitarios, bastante populares en la ciudad, son los siguientes:

Peluquería Vallejo, c. Santa Isabel n.22. Barrio de Lavapiés. Inscrito con grado de catalogación parcial - nivel 3-¹⁴⁷(Fig.28).

Los Gabrieles, c. Echegaray n.17 con la misma protección que el anterior según el catálogo actualizado del Ayuntamiento de Madrid ¹⁴⁸ y según el diario *El País*, considerados como Patrimonio Cultural¹⁴⁹ (Fig.29).

¹⁴⁶ Secretaría Permanente del Área de Gobierno de Urbanismo y Vivienda del Ayuntamiento de Madrid. *Protocolo de condiciones de protección del Patrimonio histórico, artístico y cultural* [en línea], Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 28 de Abril de 2011, p.20 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.madrid.es/UnidadWeb/UGNormativas/Normativa/2011/ProtocoloPatrimonio.pdf>

¹⁴⁷ Ayuntamiento de Madrid. *Catálogo de Elementos Protegidos del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997, listado revisado y actualizado a fecha 27 julio 2018 y Catálogo Geográfico de Bienes Inmuebles de la Comunidad de Madrid* [en línea]. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 2018, p.62 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://datos.madrid.es/FWPProjects/egob/Catalogo/UrbanismoInfraestructura/Ficheros/Cat%C3%A1logo%20Edificios%20Protegidos%20actualizado%20JULIO%202018.pdf>

¹⁴⁸ *Ibíd*em, p. 46

¹⁴⁹ Folgueiras, David G. "Un tesoro entre tinieblas". *El País* [en línea]. 15 de Marzo de 2019 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/03/14/album/1552587476_498287.html#foto_gal_5

PELUQUERÍA VALLEJO



Fig. 28: Peluquería Vallejo, c. Santa Isabel n.22. Barrio de Lavapiés. Madrid.

Autor:	Benedicto Hernández Solador, Ginestal y Hernández Machuca. ¹⁵⁰ -dibujo y cerámica-
Fábrica:	Taller de los autores en Talavera de la Reina. ¹⁵¹
Técnica:	Al agua ¿?
Datación:	1935. ¹⁵²
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	C. Santa Isabel n.22. Barrio de Lavapiés- Embajadores. Madrid.
Otros datos:	Establecimiento tradicional que a día de hoy sigue en activo, con la misma familia: Vallejo. Por ella han pasado célebres personas como Ramón y Cajal y Gregorio Marañón. ¹⁵³
Consideración:	Inscrito en el catálogo de elementos protegidos del PGOU de Madrid, en el Nivel 3, con grado de catalogación parcial.

¹⁵⁰ Cabezas López, Araceli. "Cerámica decorativa en establecimientos comerciales madrileños: I, Talleres y artistas." En: Enrique Tierno Galván et al., *Villa de Madrid*. [en línea] Madrid, Ayuntamiento de Madrid, 1985, pp.3-15 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.memoriademadrid.es/doc_anexos/Workflow/0/19264/hem_villademadrid_n084.pdf

¹⁵¹ *Ibídem*, p. 12

¹⁵² Rodrigo, Belén. "La peluquería de "puro y copita de anís" que frecuentaban Ramón y Cajal y Gregorio Marañón". *ABC [Madrid]* [en línea]. 21 de Enero de 2018. [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-peluqueria-puro-y-copita-anis-frecuentaban-ramon-y-cajal-y-gregorio-maranon-201801210028_noticia.html

¹⁵³ *Ibídem*

BAR LOS GABRIELES -MADRID-



Fig. 29: Dos de los múltiples azulejos publicitarios del bar Los Gabrieles, c. Echegaray n.17. Madrid.

Autor:	Alfonso Romero, Enrique Guijo, Juan Ruiz de Luna y Rajel -de todos los paños cerámicos-.
Fábrica:	-Sin datos-.
Técnica:	Al agua y cuerda seca ¿?.
Datación:	1908.
Medidas:	Casi la totalidad del interior del inmueble: 761 m ² , 600 útiles. Diez estancias, tres plantas, una de ellas en el sótano. ¹⁵⁴
Ubicación:	c. Echegaray n.17. Barrio de las Letras. Madrid.
Otros datos:	Su historia es cuanto menos para escribir un libro o llevarla al cine. Se trata de un inmueble cuyo bar fue inaugurado en 1908. Por el pasaron personajes ilustres como Manolete, el rey Alfonso XIII o Ava Gardner. Se representan en sus azulejos publicidad sobre las grandes marcas de bodegas jerezanas que pagaban para figurar en tal célebre establecimiento ¹⁵⁵ . Cerrado desde 2004, ha sido puesto en venta por sus propietarios, debido a la crisis económica, por 3M€ de los cuales 2 son por el valor de los azulejos, que no se pueden trasladar, ni mover al estar protegidos, cuando paradójicamente el inmueble está en venta ¹⁵⁶ . Después, se realizaron labores de rehabilitación del edificio y de restauración de los azulejos, aunque no todos han sido intervenidos. Más adelante el inmueble además fue ``okupado`` y acabaron entrando ladrones. Finalmente, la familia decidió tapiar sus entradas, condenándolo al ostracismo. ¹⁵⁷
Consideración:	Inscrito en el catálogo de elementos protegidos del PGOU de Madrid, en el Nivel 3, con grado de catalogación parcial. Considerados Patrimonio Cultural según <i>El País</i> . ¹⁵⁸

¹⁵⁴ Folgueiras, David G, op. cit.

¹⁵⁵ Gosálvez, Patricia. ``La Capilla Sixtina de la cerámica madrileña``. *El País* [en línea], 14 de Abril de 2012 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/ccaa/2012/04/14/madrid/1334358151_907191.html

¹⁵⁶ Folgueiras, David G, op. cit.

¹⁵⁷ Ibídem

¹⁵⁸ Ibídem

Papel mojado

El hecho de que muchos azulejos estén protegidos no garantiza su completa seguridad. De hecho, es probable que una de las razones por las que se encuentran en riesgo sean, precisamente, los vacíos legales existentes en su protección.

A pesar del innegable valor que llevan implícito, existen ejemplares que no están inscritos en ningún catálogo, tal y como se ha mencionado y demostrado anteriormente. Por tanto, no gozan de ningún tipo de protección y, en conclusión, corren el riesgo a desaparecer. Otros, a pesar de estar inscritos, continúan degradándose por causas diversas sin que nadie lo impida.

En el caso de Sevilla, José León calzado indicaba que, ese vacío en su protección tiene su origen en el Plan de Protección del Conjunto Histórico, que aún está en desarrollo¹⁵⁹. También Alfonso Pleguezuelo añadía que, se encuentran en una situación jurídica extraña; pues, aunque estén en inmuebles privados, dan a espacios públicos, alegando que debería haber un consenso entre ambas partes que aseguren su conservación¹⁶⁰. Ese vacío en su protección y ese escaso control por parte de las administraciones se ha reflejado en más de una ocasión en diversos medios de comunicación, tal y como ilustra el caso concreto de *Los Gabrieles*, en Madrid. Se trata de un edificio deteriorado y puesto en venta, cuyos azulejos no se pueden tocar ni retirar.

El mismo caso sirve de ejemplo de un intento de ``sobrepotección administrativa´´. La mayor parte del valor del inmueble se debe a ese tesoro en forma de paños cerámicos que guarda en su interior; valor muy alto -no sólo a nivel histórico y artístico, sino también económico; lo que lo hace únicamente accesible a determinados poderes adquisitivos- y, por tanto, sólo accesible a los bolsillos de aquellos que pueden permitírselo.

Por tanto, si ninguna Administración o Institución lo evita, es cuestión de tiempo que se produzca su deterioro y desaparición, abocándolo al olvido.

Los Gabrieles, ya sea el madrileño como el sevillano, son dos de los muchos ejemplos que sufren este desdén.

¹⁵⁹ Parejo, Juan, op.cit.

¹⁶⁰ Ibídem

5.4.3 El hallazgo y la recuperación. Puestas en valor

Aunque muchos de los azulejos publicitarios se encuentran en una situación a veces compleja y extraña, se han destruido o corren el riesgo de deteriorarse o perderse, -incomprensible quizá de estar en otro país-, si es cierto que existe una voluntad de protección de este tipo de patrimonio por parte de los ciudadanos, voluntad que denota cierta sensibilidad hacia este. Por otra parte, si se consultan diversos artículos periodísticos, se puede ver que el fenómeno del hallazgo del azulejo publicitario es un hecho. La piqueta lo mismo puede hallar que destruir. Diversas notas de prensa recogen noticias similares en muchas ciudades, sobre la salida a la luz de este singular patrimonio de manera fortuita. El hallazgo de bienes “arqueológicos” del siglo XX. Cuando esto sucede, puede ser bien un motivo de alegría para los amantes de este patrimonio, porque se ha descubierto una obra de arte, -y más aún si se protege y se cataloga-, pero también, un motivo de preocupación, porque, como veremos en algún caso, se procede en cambio a su destrucción y/o no se catalogan, estando, por tanto, en una situación de riesgo total de expolio. El hecho de que muchos fueran tapados en vez de ser destruidos, debido a esa tasa publicitaria, ha garantizado esa conservación, aunque fuera de forma oculta. Muchos pues, volvieron a ver la luz cuando se retiraron de ellos las capas de pintura u otros elementos que los escondían.

Actualmente existen diversos colectivos, museos y proyectos destinados a la puesta en valor y salvaguarda de este tipo de patrimonio.

Hay varios museos de cerámica dispersos por la geografía española. Algunos de los que poseen expuestos azulejos publicitarios son el Museo de Cerámica de Manises (Valencia) y el Centro de Cerámica de Santa Ana de Triana (Sevilla).

Museo de Cerámica de Manises (Valencia). C. / Sagrario n.22.

Propiedad del Ayuntamiento de la misma localidad, abrió sus puertas en 1967 y en él se incluyen diversas obras cerámicas, salidas principalmente de los hornos de la ciudad, desde los siglos XIV al XX¹⁶¹. Realizó en 2012 una exposición sobre cerámica publicitaria en el museo¹⁶² y en 2019 participó con carteles cerámicos en una exposición del Museo del Diseño en Barcelona.¹⁶³

Centro de Cerámica de Santa Ana en Triana (Sevilla). C. / Callao n.16.

Creado en 2014, fruto de la colaboración del Ayuntamiento de Sevilla con la Junta de Andalucía. Se encuentra en las instalaciones de la ya desaparecida fábrica de Santa Ana.¹⁶⁴ En su interior se conservan antiguos espacios de la fábrica y una colección de piezas cerámicas, entre ellas rótulos nominativos y azulejos publicitarios salidos de sus hornos. Cierra de forma intermitente debido a su falta de mantenimiento.

¹⁶¹ Ajuntament de Manises. “Museos”. En: *Ajuntament de Manises* [en línea], 2020 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.manises.es/es/ayto/museos/mcm>

¹⁶² Rotulación a mano, op.cit.

¹⁶³ Ajuntament de Manises. “La cerámica de Manises ha estado presente al Museo de Diseño de Barcelona”. En: *Ajuntament de Manises*: [en línea], 08 de Abril de 2019 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.manises.es/es/museos-pceramica/noticia/ceramica-manises-estado-presente-al-museo-diseno-barcelona>

¹⁶⁴ Europa Press. “Abierto ya a visitas al Museo de la Cerámica de Triana”. *20 minutos*. [en línea] 22 de Julio de 2014 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/2199987/0/abierto-ya-visitas-al-museo-ceramica-triana/>

Asociaciones y colectivos

Asociación de Amigos Niculoso Pisano

Es una entidad, nacida en Sevilla, formada por un grupo de personas interesadas en la defensa, conocimiento y divulgación de la cerámica artística. Tiene como objetivos entre otros, la puesta en valor, apoyo, investigación y defensa del patrimonio cerámico, así como el estudio de diversos ceramistas y sus obras y la elaboración de proyectos de investigación de este tipo de patrimonio. Su ámbito se centra en Andalucía, aunque tienen pensado ampliarlo.

Esta puesta en valor se lleva a cabo, entre otros medios, a través de un sitio web, asociacionpisano.es.¹⁶⁵

Retablo cerámico

Es una página web, creada en 2007 -*retablocerámico.net*- que aún está desarrollo. Está ligada a la anterior asociación, pues sus integrantes también son colaboradores de ella y comparten el mismo objetivo: la divulgación del patrimonio cerámico¹⁶⁶. Posee un extenso catálogo compuesto por cerámica de diversa tipología, entre ellas la publicitaria, del cual nos hemos servido para la redacción de este trabajo.

Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico

Nace el 1 de Febrero de 2020. Reúne diversos proyectos de ciudades de España con un objetivo único: la salvaguarda, defensa y protección de la gráfica comercial urbana, testimonios de un patrimonio gráfico. Detrás de cada proyecto que conforma la red, están profesionales de diversos campos, como el diseño gráfico, historia, gestión cultural, arquitectura o arte. Tiene los siguientes objetivos: registro, documentación, catalogación, rescate, restauración -en el caso de que la pieza salvada lo precise- y salvaguarda de todo rótulo, señal o gráfico, ya sea de origen rural como urbano. Dicha red ha fundado los siguientes proyectos:¹⁶⁷

- *Agencia de Protección Tipográfica*, Madrid-Coruña.
- *Alioli es ajonesa*, Málaga.
- *Aragón Letters*, Aragón.
- *Asegurada de Incendios*, Madrid.
- *Barcelona Tipo*, Barcelona.
- *carril__conga*, Madrid.
- *Chufleando*, Madrid, Jaén.
- *FetenLetters*, Madrid.
- *La Rotuladora*, Pamplona_Iruña.

¹⁶⁵ Asociación Pisano. "Presentación. Cerámica y ceramistas, nuestra razón de ser". En: *Asociación de Amigos de la Cerámica Niculoso Pisano* [en línea]. (sin fecha) [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://asociacionpisano.es/presentacion/>

¹⁶⁶ *Ibidem*

¹⁶⁷ Santatipo. op. cit.

- *Alberto Graco*, Madrid
- *Santatipo*, Cantabria
- *Tiponuba*, Huelva
- *Veo Letras*, Madrid
- *Zgz Letters*, Zaragoza
- *Zuloark*, Madrid
- *Retreros*, Madrid
- *Sevillatipo*, Sevilla

Actualmente muchas de ellas como *Retreros* o *Sevillatipo*, tienen cuentas en redes sociales, -Instagram y Facebook- con las que llevan a cabo la difusión del patrimonio gráfico. También son utilizadas como voz para la denuncia de atentados contra este, que ya veremos más adelante. Algunas de las imágenes presentes en este trabajo han sido cedidas por esta última cuenta.

Hallazgos reflejados en redes sociales y en medios de comunicación.

Sevilla

AMONTILLADO FINO "MAESTRO SIERRA"



Fig. 30: Azulejos publicitarios en el interior del bar La Alicantina. Plaza del Salvador n.2. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	-Cerámica Carrecio ¹⁶⁸ .
Técnica:	Al agua ¿?.
Datación:	Mínimo de 1929, cuando el negocio empezó como cervecería y marisquería. ¹⁶⁹
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	Plaza del Salvador n.2. Sevilla.
Otros datos:	Los azulejos de "Amontillado Maestro Sierra", donde se representa una escena de caza, aparecieron tras una reforma -anterior al artículo, 1979-. Estaban ocultos por un mueble frigorífico ¹⁷⁰ . También existen otros azulejos publicitarios de bebidas, muy parecidos a este, en el interior del bar. El local cerró en 2016 pero volvió a abrir sus puertas más adelante.
Consideración:	Sin riesgo. El establecimiento actualmente sigue abierto y lo ha respetado. El azulejo no se encuentra inscrito en ningún catálogo. Tampoco se ha encontrado la inscripción del inmueble que lo posee en el PGOU de Sevilla.

¹⁶⁸ Infanzón, Abel. "Los azulejos de la Alicantina". *ABC [Sevilla]* [en línea], 17 de Julio de 1979, Casco Antiguo, p.11 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-19790717-11.html>

¹⁶⁹ Guillén Cano, Iván. "La Alicantina, con casi un siglo de historia, cierra en la Plaza del Salvador". *ABC [Sevilla]* [en línea], 21 de Julio de 2016, ABC Gurmé [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://sevilla.abc.es/gurme/actualidad/la-alicantina-casi-siglo-historia-cierra-la-plaza-del-salvador/>

¹⁷⁰ Infanzón, Abel, op.cit.

MARQUÉS DEL MÉRITO



Fig. 31: Azulejos publicitarios de Bodegas Marqués del Mérito que aparecieron en un local, el n.45 de la Alameda de Hércules, esquina con calle Calatrava tras una reforma. Sevilla.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	-Sin datos-.
Técnica:	Al agua y a la cuerda seca.
Datación:	-Sin datos-.
Medidas:	-Sin datos-.
Ubicación:	Alameda de Hércules n.45 esquina con calle Calatrava. Sevilla.
Otros datos:	Este mural cerámico publicitario apareció el 20 de Febrero de 2020 tras una reforma en el local ¹⁷¹ . Ha estado tapado por paneles de madera del comercio que estaba en ese momento, y sobre ellos quedan un grueso de restos de capas de pintura y mortero. Le faltan baldosas y algunas de las que se conservan se dañaron, bien para la colocación de una caja de electricidad o bien para abrir un agujero con el objeto de sacar cables eléctricos. No se ha encontrado ninguna nota de prensa que recogiese el hallazgo, solamente en el Instagram de <i>Sevillatipo</i> . A día de hoy permanecen visibles.
Consideración:	En riesgo. Según se ha observado en la fachada, la reforma no ha concluido, por tanto pueden desaparecer. El inmueble no está inscrito en el PGOU de Sevilla.

¹⁷¹ Sevillatipo. "El otro día @rjaviersanchez nos mandó esta foto de los azulejos publicitarios que han aparecido en una obra de Alameda de Hércules con Calatrava. ¿Los conservarán?". *Sevillatipo -perfil de Instagram-* [en línea], 20 de Febrero de 2020 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/B8x24jCldw/>

Vigo

VINOS Y COÑAC PEDRO DOMEcq.



Fig. 32: Azulejo publicitario de Vinos y Coñac Pedro Domecq, Jerez de la Frontera. Principio de la calle Policarpo Sanz, frente a la Porta do Sol. Vigo.

Autor:	-Sin datos-.
Fábrica:	Valencia Industrial. ¹⁷²
Técnica:	Al agua y a la arista ¿? (Según se ha visto en distintas fotos de Internet).
Datación:	1926. ¹⁷³
Medidas:	-Sin datos-.
Ubicación:	Principio de la calle Policarpo Sanz, frente a la Porta do Sol. Vigo.
Otros datos:	Salió a la luz en 2005, tras décadas escondido bajo una gruesa capa de carteles publicitarios. En él se representa al símbolo de la bodega jerezana Domecq, al león, degustando el líquido derramado de una de las botellas de brandy Tres Cepas ¹⁷⁴ . Tras quedar descubierto, se evidenció su mal estado de conservación; los azulejos tenían grietas y fisuras, restos de adhesivo de los carteles que lo ocultaron, problemas de humedad y orificios de taladro ¹⁷⁵ . Finalmente, se restauró en 2009 y se le colocó un cristal protector. Existe otro similar, del mismo año, en el exterior del Pabellón Domecq de la Real Venta de Antequera en Sevilla, realizado con la técnica al agua y con unas dimensiones de 56cm x 84cm. ¹⁷⁶
Consideración:	Sin riesgo. Catalogado y protegido. Inscrito en el Catálogo de Bienes Culturales del PGOUM de Vigo. ¹⁷⁷

¹⁷² Redacción digital. "El león de Domecq vuelve a rugir". *La voz de Galicia* [en línea], 18 de Diciembre de 2012 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/2009/12/18/leon-domecq-vuelve-rugir/00031261139607669660974.htm>

¹⁷³ *Ibíd*

¹⁷⁴ Rodríguez Sotelino, Begoña. "La limpieza de un muro deja al descubierto una antigua joya publicitaria". *La Voz de Galicia* [en línea], 17 de Diciembre de 2005 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/2005/02/17/limpieza-muro-deja-descubierto-antigua-joya-publicitaria/0003_3471801.htm#

¹⁷⁵ Rubinos, Ana. "La Porta do Sol recupera su pasado". *Faro de Vigo* [en línea], 19 de Diciembre de 2009 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.farodevigo.es/gran-vigo/2009/12/19/porta-do-sol-recupera-pasado/396646.html>

¹⁷⁶ Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce, op.cit., p.119

¹⁷⁷ Gerencia Municipal de Urbanismo. *Localización. Listados del Catálogo del tomo VI: Catálogo de Edificios, Bienes y Elementos Protegidos* [en línea], Vigo: Gerencia Municipal de Urbanismo, Ayuntamiento de Vigo, 13 de Julio de 2009, p.1 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://xmu.vigo.org/docs/pxom/Memorias/Tomo-VI/Listados/Localizacion.pdf>

Madrid

JABÓN DE SALES DE CARABAÑA



Fig. 33: Azulejo publicitario Jabón de Sales de Carabaña, en la estación de Metro de Sevilla. Madrid capital.

Autor:	Roberto Martínez-Anido y Baldrich (1895-1959) -dibujo-. ¹⁷⁸
Fábrica:	Posiblemente el taller de Alfonso Romero, en c.Romero n.9. ¹⁷⁹
Técnica:	Al agua.
Datación:	1924, cuando se inauguró la estación. ¹⁸⁰
Medidas:	Total: 8m ² . 15x15cm los azulejos pequeños. 20cmx20cm azulejos mayores ¹⁸¹ .
Ubicación:	Estación de metro de Sevilla. Madrid capital.
Otros datos:	Fue hallado el 6 de Junio de 2018 tras una reforma en la estación. Fue junto con Penagos y Ramón Casas, uno de los muchos ilustradores de revistas de la época como Blanco y Negro o Nuevo Mundo ¹⁸² . Este mural, de estilo Art Decó, representa a una joven anunciando las aguas medicinales "Sales de Carabaña", famosas en su época. Desde los años 70 estuvo oculto, tras haber sido sellado durante unas obras de remodelación de la estación. Una vez descubierto, fue desmontado, limpiado, restaurado y finalmente colocado en el hall de la misma. ¹⁸³
Consideración:	Sin riesgo. Se encuentra restaurado y protegido, aunque se desconoce si está catalogado.

¹⁷⁸ Delgado, Adrián. "Nueva vida para la "dama de Sevilla", la joya escondida en el metro de Madrid". *ABC [Madrid]* [en línea], 11 de Febrero de 2019 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abc-nueva-vida-para-dama-sevilla-joya-escondida-metro-madrid-201902110149_noticia.html

¹⁷⁹ Gómez, Mercedes. "Mural de cerámica en la estación de metro de Sevilla". En: *Arte en Madrid* [en línea], 17 de Noviembre de 2019 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://artedemadrid.wordpress.com/2019/11/17/mural-de-ceramica-en-la-estacion-de-metro-de-sevilla/>

¹⁸⁰ Delgado, Adrián, op.cit.

¹⁸¹ Gómez, Mercedes, op.cit.

¹⁸² Ibídem

¹⁸³ Ibídem

Manzanares, Ciudad Real

CHOCOLATES AMATLLER



Fig. 34: Azulejo publicitario Chocolate Amatller. Fachada de la casa esquina entre las calles Gibraltar y Clérigos. Manzanares. Ciudad Real.

Autor:	Rafael de Penagos (1889-1954) -dibujo- (existe un cartel semejante con la firma de él y la marca indica que el artista elaboró diversos carteles para esta, en la primera década del siglo XX). ¹⁸⁴
Fábrica:	-Sin datos-
Técnica:	De arista (según se han visto en fotos de cerca, disponibles en Internet).
Datación:	Primera década del siglo XX.
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	Fachada de la casa esquina entre las calles Gibraltar y Clérigos. Manzanares. Ciudad Real.
Otros datos:	Oculto por cal y pintura durante cerca de 50 años en la fachada de un inmueble, fue descubierto y recuperado en 2018, gracias a la colaboración entre una asociación local -colectivo El Zaque- y la familia dueña del edificio ¹⁸⁵ . El inmueble pudo haber tenido en la parte baja una tienda, como se puede ver en Google Maps.
Consideración:	Sin riesgo actual. Continúa en la fachada del inmueble y se ha respetado.

¹⁸⁴ Amatller, Chocolate. "Historia gráfica. La historia gráfica de Amatller a través de sus imágenes". En: *Chocolate Amatller* [en línea], (sin fecha) [consulta: 20 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.chocolateamatller.com/es/chocolate-amatller/historia-grafica/>

¹⁸⁵ La Comarca. "El colectivo El Zaque recupera en Manzanares una cerámica publicitaria oculta por más de cincuenta años". *La Comarca de Puertollano* [en línea], 06 de Julio de 2018 [consulta: 20 de Mayo de 2020] Disponible en: https://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_08_06/26#

Barcelona

AZULEJO PUBLICITARIO DE LA ANTIGUA GASOLINERA GEDSSA



Fig. 35: Azulejo publicitario descubierto al derribar las instalaciones de la antigua estación de servicio Gedssa. Intersección de calle de Provença, Girona y Diagonal. Barcelona.

Autor:	-Sin datos-
Fábrica:	-Sin datos-
Técnica:	Azulejos planos pintados de diversos colores formando una composición.
Datación:	Tal vez de 1933 cuando fue inaugurada la gasolinera. ¹⁸⁶
Medidas:	-Sin datos-
Ubicación:	Intersección de calle de Provença, Girona y Diagonal. Barcelona.
Otros datos:	Descubierto tras la demolición de la antigua gasolinera el 08 de Mayo de 2020, en pleno estado de alarma por la pandemia COVID-19, estaba tapado por las propias instalaciones del inmueble ¹⁸⁷ . En su lugar se levantará un bloque de pisos. La constructora, responsable de la demolición, continuó con esta, destruyendo 1/3 del mural, tres días después del hallazgo. Finalmente, la demolición se paró, gracias a la denuncias de vecinos de toda España a través de redes sociales y a una de las cuentas de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico; <i>Sevillatipo</i> , que fue divulgando todo lo acontecido.
Consideración:	En riesgo. No está catalogado ni documentado y su interés aún está por valorar, aunque el Ayuntamiento ha comunicado, previo pacto con la propiedad, que se conservará, integrándose en "algún rincón del nuevo bloque de pisos" ¹⁸⁸ . Tampoco se ha comentado en ningún medio si los azulejos van a ser repuestos.

¹⁸⁶ Barcelona, Redacción. "Destruyen el antiguo mosaico de la histórica gasolinera de 1933 de Barcelona". *La Vanguardia* [en línea], 11 de Mayo de 2020 [consulta: 11 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200511/481085639739/destruccion-mosaico-antigua-gasolinera-gedssa-eixample-barcelona.html>

¹⁸⁷ Barcelona, redacción. "El derribo de una histórica gasolinera deja al descubierto un mosaico en Barcelona". *La Vanguardia* [en línea], 08 de Mayo de 2020 [consulta: 08 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200508/481018743536/mosaico-descubierto-derribo-gasolinera-eixample-barcelona.html>

¹⁸⁸ M. Pauné, Meritxell. "El derribo de una gasolinera en el Eixample destapa un mural retro de cerámica". *Tot Barcelona* [en línea], 05 de Mayo de 2020. [consulta: 11 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.totbarcelona.cat/cultura-i-oci/enderroc-gasolinera-eixample-mural-retro-54631/>

6. PROPUESTA DE INTEGRACIÓN PROFESIONAL

Tras haberse consultado diversos catálogos oficiales de distintas ciudades, con el objetivo de buscar inmuebles con azulejos publicitarios registrados, hemos podido comprobar que en algunas ocasiones, la información incluida en ellos sobre el bien se limita solo a la localización y tipo de protección, sin ni siquiera ir acompañado de su respectiva foto. Incluso se han visto casos de azulejos publicitarios que no quedan registrados, aun teniendo un valor innegable y siendo de sobra conocidos. Nos referimos a algunos azulejos publicitarios que, en el caso de Sevilla, ni quedan registrados en el catálogo de rótulos de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de la ciudad ni en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía -véase el azulejo publicitario de *Mariano de la Cerda* (Fig.12), ya destruido, o los de Gustavo Bacarisas de *Villa Reinoso* (Fig.4). No obstante, el único catálogo que tiene presente tanto rótulos comerciales como nominativos es el catálogo de rótulos ya citado. No se ha encontrado ningún otro que condense gran parte de los rótulos comerciales de otra ciudad. Aun así, se ha observado que en algunas fichas consultadas de este, la información contenida es algo pobre, información que, sin embargo, quedaría actualizada con la que hemos encontrado acerca de algunos rótulos que en él quedan registrados. Hay que mencionar también, que este catálogo solo recoge los ejemplares de la ciudad de Sevilla, dejando de lado aquellos que aún quedan en otras ciudades de su provincia.

Dicho lo anterior, la propuesta que se pretende realizar, es la redacción de un catálogo que contenga no solo los azulejos publicitarios de la ciudad de Sevilla, sino también los de la provincia. En su defecto, sería el envío de una propuesta a la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla y a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, para inscribir aquellos que no lo están y actualizar la información de los otros azulejos que sí, debidamente avalada con su respectiva bibliografía y documentación fotográfica.

Algo más complejo, -aunque no imposible- sería la creación de un catálogo que contenga rótulos publicitarios, comerciales y nominativos, tanto a nivel autonómico como nacional y que tuviera presente la temática y los distintos soportes empleados. La colaboración de las personas a través de las redes sociales puede ser de gran ayuda para ello, para crear un catálogo virtual y poner en valor todos aquellos que estén en las ciudades y/o han sido descubiertos, a la vez que sirva de registro gráfico y documental.

Por otra parte, y dada nuestra formación en Bellas Artes y Conservación y Restauración de Bienes Culturales, sería trabajar para la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico. Las labores que llevan a cabo, como ya mencionamos, son el registro, documentación, catalogación, rescate y salvaguarda de todo rótulo, señal o gráfico. Dichas labores son realizadas por un equipo multidisciplinar, formado por profesionales de diversos campos, entre ellos, artistas, diseñadores, historiadores y conservadores y restauradores. Por tanto, consideramos que nuestra formación y conocimientos pueden serles de gran utilidad a la Red, especialmente para la redacción de estudios de diagnóstico, fichas de catalogación, propuestas de Intervención y restauración. De hecho, nos ha surgido la posibilidad de rescatar e intervenir, junto con *Sevillatipo*, un ejemplo de cerámica publicitaria ya vista, el de la heladería *la Fiorentina* de la Calle Zaragoza que permanece oculto (Fig.11). No obstante, el rescate e intervención de este azulejo oculto se realizaría una vez que volviese a abrir el establecimiento, siempre en total colaboración con su dueño. Por otra parte, se está dialogando con esta entidad para realizar una propuesta de catalogación del ejemplar que ha aparecido en la Alameda de Hércules, de *Marqués del Mérito* (Fig.31) y enviársela a la Gerencia de Urbanismo. El objetivo de esta acción sería dárselo a conocer a la Gerencia y evitar así su desaparición.

Para concluir, habría que decir que este trabajo puede ser el origen de una investigación que continuará abierta por nuestra parte. Además, hemos visto que el hallazgo y la destrucción del patrimonio cerámico publicitario es un fenómeno actual, puesto que siguen produciéndose. Por tanto, el punto de este trabajo que trata de ellos es susceptible de ser ampliado.

7. CONCLUSIONES

Con este estudio realizado sobre el patrimonio cerámico publicitario, se han llegado a las siguientes conclusiones, en concordancia con de los objetivos propuestos anteriormente:

La cerámica publicitaria es un reflejo de la sociedad de consumo del momento. Muchos carteles de famosos artistas de la época, como hemos visto con el de Penagos (Fig.34), Ramón Casas (Fig.1), Gustavo Bacarissas (Fig.4) o Baldrich (Fig.33), se pasaron a la cerámica, a través de grandes ceramistas. Sus obras se convirtieron en ilustraciones permanentes en espacios urbanos, accesibles a todo el público, debido a sus grandes valores plásticos y artísticos y a la gran durabilidad del soporte. El hecho de haberse mantenido en el tiempo, precisamente por el soporte elegido, -siempre que la piqueta no lo destruya- nos ha permitido ver qué compraban nuestros abuelos y padres y cuáles eran sus gustos e intereses. Un viaje en el tiempo a golpe de imagen. Gritos en la pared que no conocen el concepto de efímero. Su mantenimiento a lo largo de las décadas por parte de la población ya denota cierta sensibilidad y respeto hacia ellos. Desgraciadamente, la sombra de la piqueta en muchas ocasiones ha sido bastante alargada, llevándose por delante ese testigo del pasado, ese patrimonio gráfico urbano en forma de rótulos, señalética y pinturas murales publicitarias. Un patrimonio que cabe recordar, que forma parte de nuestro patrimonio cultural.

Posiblemente la fuerza de la piqueta en este campo quedaría reducida si su protección fuera menos confusa y si las autoridades tuvieran la suficiente sensibilidad y respeto hacia su pasado. Federico Barrera, historiador y diseñador, responsable de la cuenta *Santatipo*, una de las fundadoras de la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico, indica que deben establecerse unas bases legales que preserven este patrimonio gráfico, porque el rótulo “tiene un recuerdo y una historia de calle que vale la pena que sea contada antes de que se pierda”¹⁸⁹. En algunos países resultaría inadmisibles esta pérdida de patrimonio que, como acabamos de ver, en el nuestro sucede con frecuencia. El hallazgo de un azulejo publicitario en pleno estado de alarma, fue considerado por sus vecinos como un regalo. Sin embargo, se vuelve a evidenciar con este caso que la conservación de ellos está supeditada al criterio de arquitectos, constructoras o propietarios del inmueble que lo poseen. También resultaría incomprensible en otro país que un inmueble protegido, un templo de la cerámica publicitaria como lo es el caso ya visto de *los Gabrieles* de Madrid, sea puesto en venta y hoy en día su situación siga siendo incierta, sin que ninguna institución ni nadie interceda por él.

La desaparición en muchas ocasiones no solo se da por la demolición -ya sea por la piqueta o como consecuencia derivada del impuesto de publicidad- y por la confusa o nula protección que tienen. También se unen a ellos otros factores que a veces, van de la mano; subida de alquileres, obsolescencia del mensaje, desaparición del comercio tradicional -que es el que normalmente los conservaba- en pos de un nuevo modelo de comercio, turistificación, etcétera, sin olvidar el eterno vandalismo y robo. Con el impuesto de publicidad, se pone en evidencia ese afán recaudatorio por parte de las administraciones y, por ende, la estrechez de miras de estos, por no contemplarlo como un Bien Cultural y solo como un medio más para llenar las arcas. Por otra parte, es una muestra más de la excesiva tutela de estas sobre los comercios.

¹⁸⁹ Molinero Trias, Rosa. “Un paseo por España a través de sus rótulos”. *Condé Nast Traveler* [en línea], 06 de Mayo de 2020 [consulta: 06 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/rotulos-carteles-letreros-de-espana-conservacion/18018>

Hay que señalar, que a las causas ya mencionadas del cierre del pequeño comercio -y entre ellos el tradicional-, se le ha sumado, en el momento de redacción de este trabajo, una más: el cierre, durante tres meses aproximados, por la pandemia COVID-19. Son muchos ya los que han cerrado en España y de forma definitiva, porque no pueden pagar los alquileres si no hacen caja. Ejemplo de ello es, la heladería anteriormente citada por tener un azulejo publicitario oculto, La Fiorentina, que ha echado el cierre porque no puede pagar el alquiler sin ningún ingreso.

Las historias de muchos azulejos que hemos visto en el presente trabajo, no solo han servido para revelar que existen vacíos en su protección. También para demostrar que es un patrimonio que pasa desapercibido para muchos y que su conservación todavía depende en buena parte del criterio del arquitecto que va a hacer obras en el edificio o de su dueño. Sin embargo, el caso del mural publicitario cerámico hallado en Barcelona en Mayo de 2020, ha demostrado que la colaboración ciudadana y la sensibilización de esta pueden llegar a proteger más que cualquier catálogo.

Sea como fuere, con la pérdida ya no solo de la cerámica publicitaria, sino en general, del patrimonio gráfico, se pierde la personalidad, idiosincrasia, identidad y parte de la memoria e historia de la ciudad que los alberga, convirtiéndose en una ciudad con los mismos paisajes visuales de cualquier otra. Ricardo Barquín, responsable de la cuenta *Sevillatipo*, ya lo advertía ``si no nos arremangamos y peleamos por conservar lo que todavía queda, en 5 o 10 años todas las ciudades serán iguales, por lo menos gráficamente: tiendas de souvenirs y franquicias´´.¹⁹⁰ En nuestras manos está conservarlo para poder transmitirlo a las próximas generaciones, como ya lo hicieron las de nuestros abuelos y padres.

Si hay algo curioso que podemos ver en Sevilla con este patrimonio gráfico y especialmente con el azulejo publicitario, es que en una misma calle podemos ver un azulejo de un Jesús Nazareno y a pocos metros más adelante, reclamamos en el mismo soporte donde se publicitan bebidas alcohólicas de los años 20 y 30, con suerte hasta salidos de la misma fábrica. De esta forma, se establece entre ellos un diálogo, que invita sin duda a pensar. Sin embargo, tanto unos como otros pueden desaparecer si no se pone remedio.

A pesar de que la cerámica publicitaria y comercial cayó en el olvido en los años 60, en algunas ciudades no ha llegado a desaparecer, al menos en aquellas ciudades de larga tradición alfarera como Sevilla y otra próxima a ella como Cádiz. Ejemplos de ello son algunas oficinas de turismo, que publicitan los lugares de interés por medio del azulejo -véase la de la calle San Fernando en Sevilla- y otros establecimientos, especialmente bares y restaurantes, que continúan rotulándose y/o inmortalizando sus principales artículos a través del citado soporte -véanse los azulejos publicitarios del restaurante La Piamontesa, de la calle Reyes Católicos, el de Sandeman de la calle Feria, ambos en Sevilla o incluso el rótulo nominativo del famoso Café de Levante, en Cádiz-.

Con respecto al hallazgo, se ha podido comprobar que es un fenómeno vivo. Desde 2018 a 2020, han aparecido diversos ejemplares, lo cual debería servir para que la sociedad se sensibilice, los valore y reflexione sobre el patrimonio de su ciudad. Afortunadamente, van naciendo ya diversos colectivos, asociaciones y museos, que, a través de las redes sociales, publicaciones y exposiciones, luchan por este patrimonio.

Concluimos el trabajo con dos frases que no nos dejaron indiferente, con el objetivo de hacer reflexionar al lector, relacionadas con la pérdida de memoria y, por extensión, perfectamente aplicable a la desaparición de ese patrimonio.

¹⁹⁰ Ibídem

La primera, ya reseñada:

“Es imposible entender lo que somos sin conocer lo que fuimos” Arturo Pérez Reverte¹⁹¹

Y la segunda y última, una alusión a esa amenaza a la memoria heredada, llamada piqueta, muy usada en nuestra ciudad en las últimas décadas y extrapolable a todas aquellas donde el derribo borró toda huella del pasado:

“La piqueta se ha transformado en el buldócer, que destroza los recuerdos de la Sevilla del ayer. De la ciudad de nuestros abuelos. De las fotos en blanco y negro. París seguirá estando en Francia”.¹⁹²

¹⁹¹ Pérez Reverte, Arturo. *“Es imposible entender lo que somos sin conocer lo que fuimos”*, entrevistado por El País [en línea], 12 de Enero de 2002. [Madrid] [consulta: 07 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/diario/2002/01/12/sociedad/1010790011_850215.html

¹⁹² Vega, Juan Miguel. *“¿Dónde están los azulejos de Pérez de Tudela?”*. *El Correo de Andalucía* [en línea], 25 de Septiembre de 2019. [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://elcorreoweb.es/sevilla/donde-estan-los-azulejos-de-perez-de-tudela-LH5845148>

8. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

8.1 Documentación fotográfica



Fig.1: Azulejo de Anís del mono. [Azulejo a la arista]. Ramón Casas (Autor), Valencia Industrial (fábrica) ca.1925. 120cm x 60cm. Interior del bar El Rinconcillo, c. Gerona n.4. Sevilla.

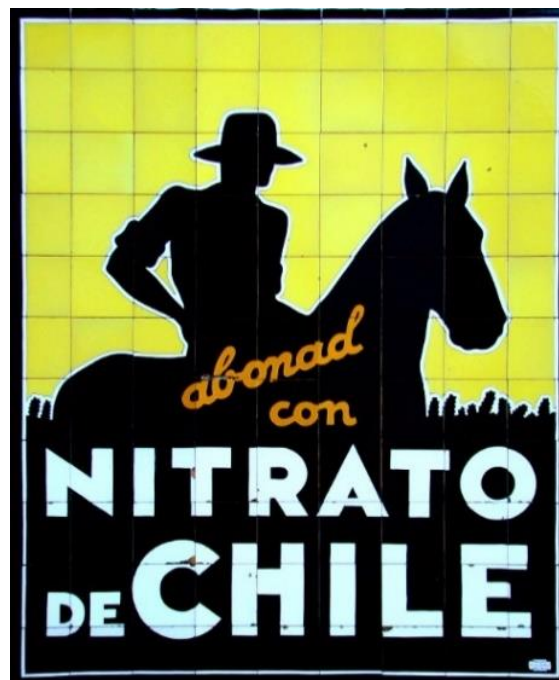


Fig.2: Anuncio de abonos Nitrato de Chile [azulejo a la cuerda seca. ca.1930. Fuente de Cantos. Badajoz.



Fig. 3: Edificio de Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.



Fig.4: Azulejos publicitarios de Bar y Comestibles Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.



Fig. 5: Fachada del Bar Restaurante Los Gabrieles. Plaza de la Legión n.1. Sevilla.



Fig. 6: Rótulo nominativo en azulejo del Bar Restaurante Los Gabrieles.



Fig. 7: Azulejos de botellas de Osborne del antiguo Bar Restaurante Los Gabrieles.



Fig. 8: Fachada del Bar Restaurante Los Claveles, Plaza de los Terceros, n.15. Sevilla.



Fig. 9: Azulejos publicitarios de la Bodega Bar Los Claveles.



Fig. 10: Barra del Café Bar el Comercio, c. Lineros n.2. Sevilla.



Fig. 11: Azulejo publicitario oculto en la esquina de la Heladería la Fiorentina, c. Zaragoza n.16. Sevilla.



Fig. 12: Azulejo publicitario del comercio Mariano de la Cerda, Plaza de Armas, n.6, esquina con c. Trastámara. Sevilla.



Fig. 13: Fachada de la antigua farmacia Hermanos Caballero, c. Concepción n.4. Huelva.



Fig. 14: Azulejo publicitario de los antiguos almacenes El Pavo Real, c. Gestoso n.3. Sevilla.



Fig. 15: Azulejos publicitarios y nominativo del antiguo Horno Santa Cruz, c. Guzmán El Bueno n.12. Sevilla.



Fig. 16: Azulejo publicitario de acumuladores Electra. Interior de aparcamiento comercial, c. María Auxiliadora, n. 18. Sevilla.

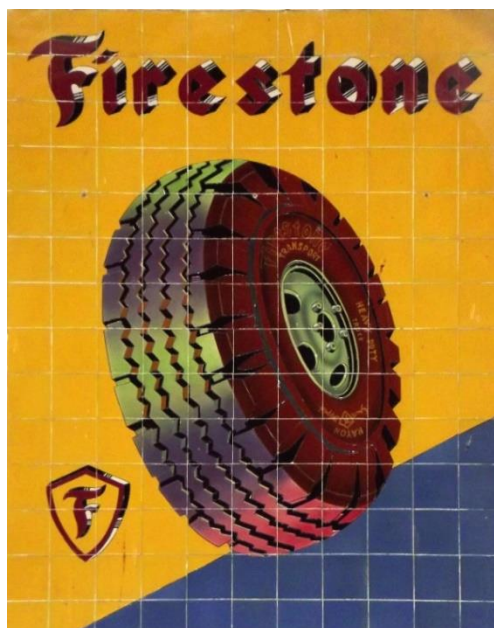


Fig. 17: Azulejo publicitario de neumático Firestone. Interior de aparcamiento comercial, c. María Auxiliadora, n. 18. Sevilla.



Fig. 18: Azulejo publicitario Línea de vapores Sevilla- Sanlúcar-Mar. Interior del bar Casa Ruíz, c. Castilla s/n. Triana. Sevilla.



Fig. 19: Azulejos publicitarios de neumáticos Michelin y Pirelli. Esquina del paseo de San Damián con la calle Constitución (antigua carretera de Extremadura). Navacamero. Madrid.



Fig. 20: Ejemplo de anuncio que ha dejado de funcionar por la desaparición del comercio al que publicitaba y por la obsolescencia de algunos productos - chubesquis- .

Azulejo de la Ferretería de la Plaza del Pan, [Azulejo al aguarrás]. Cerámica Santa Ana (fábrica) ca.1950. 260cm x 160 cm. Plaza del Pan, n.4. Sevilla.



Fig. 21: Ejemplo de comercio tradicional –Cafés Saimaza- con azulejos publicitarios que se ha convertido en un hotel.

Azulejos de los antiguos Cafés Saimaza [Azulejos a la cuerda seca y al agua]. Mensaque Rodríguez y Cía. (fábrica) ca.1940. Superior: 60cm x 700 cm. Laterales: 260cm x 180cm cada uno. Calle Goyoneta (esquina Compañía). Sevilla.



Fig. 22: Ejemplo de comercio tradicional –Juguetería Cuevas– con azulejos publicitarios que cerró por la bajada de ventas, turistificación y la compra online.

Azulejos de la ya desaparecida Juguetería Cuevas [Azulejos al agua y/o aguarrás ¿?]. Fábrica: desconocida. 1954. Dimensiones: desconocidas. Esquina de Hernando de Colón con Plaza de San Francisco. Sevilla.



Fig. 23: Azulejos robados del Pabellón Domecq de la Venta de Antequera. Sevilla.

DIAGNÓSTICO DE LOS MONUMENTOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE SEVILLA.	
C CAS_041	Rótulo comercial. Mensaque y Vera Contemporáneo Siglo XX C/ Almirante Hoyos, 02 Distrito Casco Antiguo Propiedad: ☐ Público ☒ Privado VALORES CULTURAL Descripción del Bien Rótulo cerámico de grandes dimensiones con fondo amarillo y marco azul cobalto. En su parte central aparece una botella de vino y la siguiente leyenda: "Exija para su mesa Rioja Palacios", "Fundada 1894". Datos históricos Colocado por iniciativa privada de los propietarios del establecimiento.
	Descripción del Entorno Situado en la esquina de la calle Almirante Hoyos perteneció a un antiguo establecimiento ya desaparecido. Actualmente en este local existe una tienda de antigüedades. Es una calle estrecha y corta cerrada al tráfico, presenta adoquín pequeño y aceras de losetas, en ocasiones reducidas al bordillo. En la acera derecha predominan las viviendas unifamiliares de tres plantas de gran altura, balcones y cierres, el lado izquierdo está formado por bloques entre medianeras también de tres plantas. Cumple funciones residenciales.
	Valoración Patrimonial Este tipo de rótulos se conserva en la actualidad como un testimonio de la evolución del diseño publicitario y comercial, que proliferó en las fachadas de los comercios sevillanos desde las primeras décadas del siglo XX. En el plano artístico, ofrece un gran interés por la introducción de elementos tipográficos y ornamentales que resultaron innovadores en su contexto, además de estar realizados en un soporte muy vinculado a la artesanía local.
	DIAGNÓSTICO Estado de conservación: Malo. Patologías: Pérdida de algunas baldosas.
	Diagnóstico de los monumentos públicos de la ciudad de Sevilla Casco Antiguo

Fig. 24: Ejemplo de rótulo comercial inscrito en el *Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de la Ciudad de Sevilla*, de la Gerencia de Urbanismo. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. Rótulo comercial. Mensaque y Vera. C Almirante Hoyos, n.2. Sevilla.



Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico
CONSEJERÍA DE CULTURA Y PATRIMONIO HISTÓRICO

Patrimonio mueble de Andalucía



IDENTIFICACIÓN

Denominación:	Azulejos Bar Los Gabrieles
Código:	185312
Provincia:	Sevilla
Municipio:	Sevilla
Inmueble:	



DESCRIPCIÓN

Tipología(s):	Azulejos
Escuela(s):	Escuela sevillana
PHistóricos(s):	Edad Contemporánea
Estilo(s):	Estilo regionalista
Cronología:	1935 -
Autor(es):	Fábrica de Mensaque Rodríguez y Cía

Descripción

Localizada en la Plaza de la Legión, la composición publicitaria en azulejos cerámicos consta de cuatro paneles verticales en los que se recrean distintas botellas de la gama de productos de Osborne, y un paño horizontal encima de estos, en forma de cenefa, en el que se reproduce en cada extremo el nombre del antiguo establecimiento sevillano, hoy cerrado. Unas figuras infantiles desnudas y portadoras de guirnaldas de flores y acompañadas de grandes racimos de uvas, ocupan la parte central de la citada cenefa horizontal.

Historia de la pieza

ANÁLISIS

Material(es):	Azulejo plano pintado
Técnica(s):	Técnica cerámica

FUENTES DE INFORMACIÓN

Información Gráfica

- Fotografía - Electrónico. Azulejos Bar Los Gabrieles, Juan Antonio Arenillas Torrejón, 2010, Mediateca del IAPH.

Fig.25: Ejemplo de ficha de bien inscrito, con azulejos publicitarios en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía.

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Ficha Mueble de Azulejos Bar Los Gabrieles.

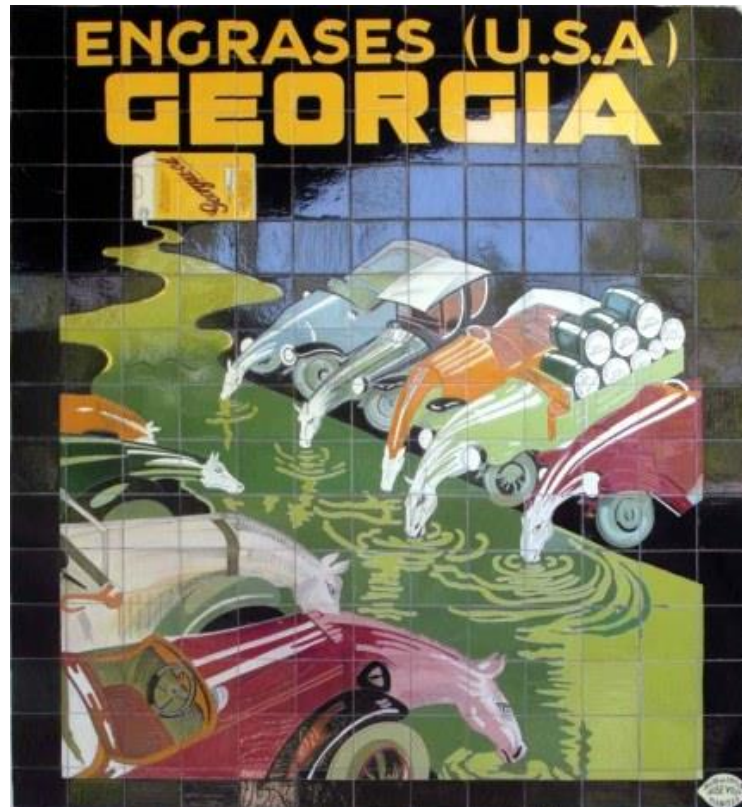


Fig. 26: Azulejo publicitario de Engrases (U.S.A) Georgia, de la gasolinera Lleo de Xátiva. Valencia.



Fig. 27: Paneles cerámicos publicitarios de Philips, entre la plaza de Portal Nuevo y el n. 23 de calle de las Blanquerías. Valencia capital.



Fig. 28: Peluquería Vallejo, c. Santa Isabel n.22. Barrio de Lavapiés. Madrid.

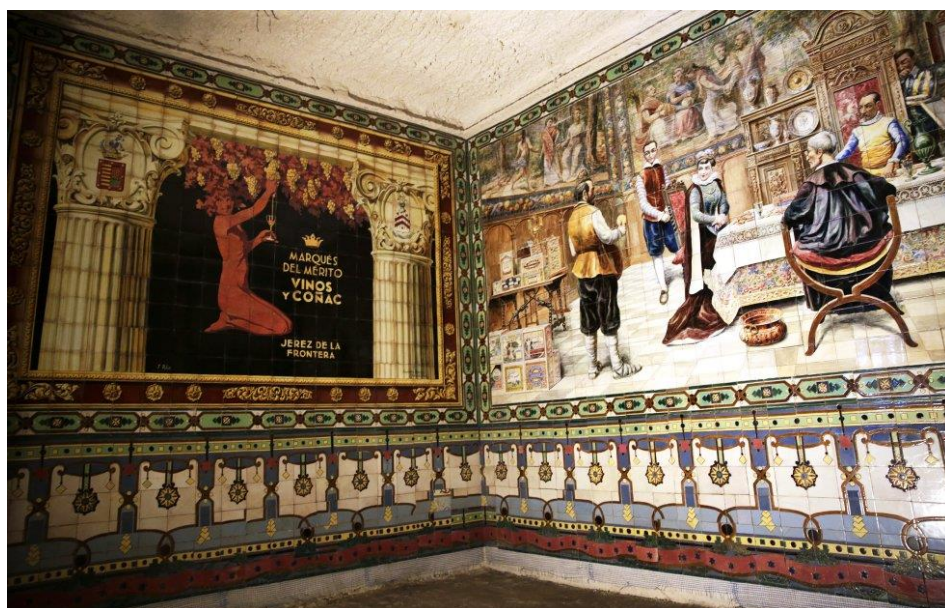


Fig. 29: Dos de los múltiples azulejos publicitarios del bar Los Gabrieles, c. Echegaray n.17. Madrid.



Fig. 30 Azulejo publicitario del interior del bar La Alicantina. Plaza del Salvador n.2. Sevilla.



Fig. 31: Azulejos publicitarios de Bodegas Marqués del Mérito que aparecieron en un local, el n.45 de la Alameda de Hércules, esquina con calle Calatrava tras una reforma. Sevilla.



Fig. 32: Azulejo publicitario de Vinos y Coñac Pedro Domecq, Jerez de la Frontera. Principio de la calle Policarpo Sanz, frente a la Porta do Sol. Vigo.



Fig. 33: Azulejo publicitario Jabón de Sales de Carabaña, en la estación de Metro de Sevilla. Madrid capital.



Fig. 34: Azulejo publicitario Chocolate Amatller. Fachada de la casa esquina entre las calles Gibraltar y Clérigos. Manzanares. Ciudad



Fig. 35: Azulejo publicitario descubierto al demorar las instalaciones de la antigua estación de servicio Gedssa. Intersección de calle de Provença, Girona y Diagonal. Barcelona.

8.2 Índice y referencia de imágenes

Fig. 1: *Azulejo de Anís del mono. [Azulejo a la arista]. Ramón Casas (Autor), Valencia Industrial (fábrica) ca. 1925. 120cm x 60cm. Interior del bar El Rinconcillo, c. Gerona n.4. Sevilla.*

- (Imagen de la figura): Held, Juergen. *El Rinconcillo más antiguo bar de tapas de Sevilla, restaurante español, fundada 1670, Anís del Mono azulejos, Andalucía, España*. [Imagen digital en línea]. Alamy.es, 28 diciembre 2015. [consulta: 01 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.alamy.es/foto-el-rinconcillo-mas-antiguo-bar-de-tapas-de-sevilla-restaurante-espanol-fundada-1670-anis-del-mono-azulejos-andalucia-espana-102672350.html>
- (Bibliografía de la figura): En: *Anuncios de antaño: azulejos publicitarios de Sevilla*, Rodríguez Centeno, Juan Carlos, Rey Fuentes, Juan, Alfonso Orce (1995). Sevilla: Fundación el Monte, p.107.

Fig. 2: *Anuncio de abonos Nitrato de Chile [azulejo a la cuerda seca.], ca.1930. Fuente de Cantos. Badajoz.*

- (Imagen de la figura): García García, Alfonso. *Anuncio de abonos Nitrato de Chile*. [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net. Diciembre de 2013, [consulta: 01 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5710.htm>
- (Bibliografía de la figura): Retablo cerámico. ``Anuncios de abono de Nitrato de Chile``. En: *Retablocerámico* [en línea], Enero de 2015 [consulta: 01 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5710.htm>

Fig. 3: *Edificio de Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.*

Entrena Aznarte, Antonio y Martín Carlos Palomo García. *Decoración cerámica del edificio Villa de Reinos, también conocido como Casa Pariente*. [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net, Diciembre de 2013-Marzo de 2014, [consulta: 01 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5802.htm>

Fig. 4: *Azulejos publicitarios de Bar y Comestibles Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.*

Entrena Aznarte, Antonio y Martín Carlos Palomo García. *Decoración cerámica del edificio Villa de Reinos, también conocido como Casa Pariente*. [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net, Diciembre de 2013-Marzo de 2014, [consulta: 01 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5802.htm>

Fig. 5: *Azulejos publicitarios de Bar y Comestibles Villa Reinos, c. Pagés del Corro n.49. Sevilla.*

Fotografía de la autora.

Fig. 6: *Rótulo nominativo en azulejo del Bar Restaurante Los Gabrieles.*

Fotografía de la autora.

Fig. 7: *Azulejos de botellas de Osborne del antiguo Bar Restaurante Los Gabrieles.*

Fotografía de la autora.

Fig. 8: *Fachada del Bar Restaurante Los Claveles, Plaza de los Terceros, n.15. Sevilla.*

Fotografía de la autora.

Fig. 9: *Azulejos publicitarios de la Bodega Bar Los Claveles.*

Fotografía de la autora.

Fig. 10: *Barra del Café Bar el Comercio, c. Lineros n.2. Sevilla.*

Café Bar el Comercio. S/T [Imagen digital en línea]. Café Bar el Comercio -perfil de Facebook-, 02 de Noviembre de 2015 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.facebook.com/936247703128578/photos/a.936248326461849/936248673128481/?type=1&theater>

Fig. 11: *Azulejo publicitario oculto en la esquina de la Heladería la Fiorentina, c. Zaragoza n.16. Sevilla.*

Fotografía de la autora.

Fig. 12: *Azulejo publicitario del comercio Mariano de la Cerda, Plaza de Armas, n.6, esquina con c. Trastámara. Sevilla.*

Sevilla en estampas. *Reparaciones en general* [Imagen digital en línea]. Retalesycosas.blogspot.com, 18 de Julio de 2012 [consulta: 04 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://retalesycosas.blogspot.com/2012/07/reparaciones-en-general.html>

Fig. 13: *Fachada de la antigua farmacia Hermanos Caballero, c. Concepción n.4. Huelva.*

Gonzalvo Vivas. *S/T* [Imagen digital en línea]. Flickr, 13 de Abril de 2011 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.flickr.com/photos/gonzalvo/5630143531/in/photolist-aguRdo-3KDctd-oGyzXe-5dQXgZ-9zvXwc-8j9tzU-b6XsE6-8g3SVG>

Fig. 14: *Azulejo publicitario de los antiguos almacenes El Pavo Real, c. Gestoso n.3. Sevilla.*

Entrena Aznarte, Antonio. *Rótulo del establecimiento comercial "El Pavo Real"* [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net. Diciembre de 2011 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/4911.htm>

Fig. 15: *Azulejos publicitarios y nominativo del antiguo Horno Santa Cruz, c. Guzmán El Bueno n.12. Sevilla.*

Sevillatipo. *Historia triste que cantaban los Eskorbuto*. Sevillatipo -perfil de Instagram- [Imagen digital en línea]. 22 de Marzo de 2019 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BvSi1dvhuAl/>

Fig. 16: *Azulejo publicitario de acumuladores Electra. Interior de aparcamiento comercial, c. María Auxiliadora, n. 18. Sevilla.*

Rodríguez Rodríguez, Manuel Pablo. *Panel publicitario Acumuladores Electra* [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net. Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6625.htm>

Fig. 17: *Panel publicitario de neumático Firestone. Interior de aparcamiento comercial, c. María Auxiliadora, n. 18. Sevilla.*

Rodríguez Rodríguez, Manuel Pablo. *Panel publicitario de neumático Firestone* [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net. Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6628.htm>

Fig. 18: *Azulejo publicitario Línea de vapores Sevilla- Sanlúcar-Mar. Interior del bar Casa Ruíz, c. Castilla s/n. Triana. Sevilla.*

García Carmona, Rubén. *Panel publicitario de la línea de vapores Sevilla-Sanlúcar-Mar* [Imagen digital en línea]. Retablocerámico.net. Abril de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6294.htm>

Fig. 19: *Azulejos publicitarios de neumáticos Michelin y Pirelli. Esquina del paseo de San Damián con la calle Constitución (antigua carretera de Extremadura). Navalcarnero, Madrid.*

Del Álamo, Jesús. *Azulejos Michelin – Pirelli* [Imagen digital en línea]. Flickr. 16 de Octubre de 2014 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.flickr.com/photos/22251982@N06/15379565148>

Fig. 20: *Ejemplo de anuncio que ha dejado de funcionar por la desaparición del comercio al que publicitaba y por la obsolescencia de algunos productos -chubesquis-.*

Azulejo de la Ferretería de la Plaza del Pan, [Azulejo al aguarrás]. Cerámica Santa Ana (fábrica) ca. 1950. 260cm x 160 cm. Plaza del Pan, n.4. Sevilla.

- (Imagen de la Figura): Sevillatipo. *Antigua Ferretería de la Plaza del Pan*. [Imagen digital en línea]. Sevillatipo –perfil de Instagram-. 01 de Octubre de 2018. [consulta: 06 de Abril de 2020]. Disponible en: [https://www.instagram.com/p/BoZuBVbF- /](https://www.instagram.com/p/BoZuBVbF-/)
- (Bibliografía de la Figura): En: *Anuncios de antaño: azulejos publicitarios de Sevilla*, Rodríguez Centeno, Juan Carlos, Rey Fuentes, Juan, Alfonso Orce (1995). Sevilla: Fundación el Monte, p. 57

Fig. 21: *Ejemplo de comercio tradicional –Cafés Saimaza- con azulejos publicitarios que se ha convertido en un hotel.*

Azulejos de los antiguos Cafés Saimaza [Azulejos a la cuerda seca y al agua]. Mensaque Rodríguez y Cía. (fábrica) ca. 1940. Superior: 60cm x 700 cm. Laterales: 260cm x 180cm cada uno. Calle Goyoneta (esquina Compañía). Sevilla.

- (Imagen de la figura): Sevillatipo. *Enésimo hotel. Antiguo café Saimaza*. [Imagen digital en línea]. Sevillatipo –perfil de Instagram-. 06 de Enero de 2020. [consulta: 03 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/B6-Y2rtoH9L/>
- (Bibliografía de la Figura). En: *Anuncios de antaño: azulejos publicitarios de Sevilla*, Rodríguez Centeno, Juan Carlos, Rey Fuentes, Juan, Alfonso Orce (1995). Sevilla: Fundación el Monte, p. 66

Fig. 22: *Ejemplo de comercio tradicional –Juguetería Cuevas- con azulejos publicitarios que cerró por la bajada de ventas, turistificación y la compra online.*

Azulejos de la ya desaparecida Juguetería Cuevas [Azulejos al agua y/o agurrás ¿?]. Fábrica: desconocida- 1954. Dimensiones: desconocidas. Esquina de Hernando de Colón con Plaza de San Francisco. Sevilla.

Europa Press. *Estado de la Juguetería Cuevas*. [Imagen digital en línea]. Europa Press. 16 de Septiembre de 2019 [consulta: 05 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://m.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-patrimonio-senala-afecciones-azulejos-jugueteria-cuevas-pide-otro-expediente-sancionador-mas-20190916133007.html>

Fig. 23: *Azulejos robados del Pabellón Domecq de la Venta de Antequera. Sevilla.*

ABC de Sevilla. *Fachada donde fueron robadas las cerámicas* [Imagen digital en línea]. ABC de Sevilla. 26 de Noviembre de 2013 [consulta: 05 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://sevilla.abc.es/sevilla/20131126/sevi-venta-antequera-robo-201311252157.html>

Fig. 24. *Ejemplo de rótulo comercial inscrito en el Inventario Diagnóstico de los Monumentos Públicos de la Ciudad de Sevilla, de la Gerencia de Urbanismo. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. Rótulo comercial. Mensaque y Vera, c. Almirante Hoyos, n.2. Sevilla.*

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Rótulo comercial. Mensaque y Vera. C/ Almirante Hoyos, 02* [Imagen digital extraída a través de la conversión del documento pdf en imagen]. Urbanismo.sevilla.org [consulta: 13 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental/tri_009

Fig. 25. *Ejemplo de ficha de bien inscrito, con azulejos publicitarios en la Guía Digital de Patrimonio Mueble de Andalucía.*

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. *Ficha Mueble de Azulejo Bar Los Gabrieles*. [Imagen digital extraída a través de la conversión del documento pdf en imagen]. Guiadigital.iaph.es [consulta: 13 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://guiadigital.iaph.es/bien/mueble/185312/sevilla/sevilla/azulejos-bar-los-gabrieles>

Fig. 26: *Azulejo publicitario de Engrases (U.S.A) Georgia, de la gasolinera Lleo de Xátiva. Valencia.*

Turismo matemático. *Geometría modernista republicana en las alcantarillas de Xátiva* [imagen digital en línea]. Mateturismo.wordpress.com. 05 de Julio de 2012 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://mateturismo.wordpress.com/2012/07/05/geometria-modernista-republicana-en-las-alcantarillas-de-xativa/>

Fig. 27: *Paneles cerámicos publicitarios de Philips, entre la plaza de Portal Nuevo y el n. 23 de calle de las Blanquerías. Valencia capital.*

Rafael de Luis. *Paneles publicitarios de Philips*. [Imagen digital en línea]. Valenciabonita.es. 10 de Mayo de 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.valenciabonita.es/2018/05/10/una-joya-en-peligro-de-extincion-los-paneles-ceramicos-publicitarios-de-philips/>

Fig. 28: *Peluquería Vallejo, c. Santa Isabel n.22. Barrio de Lavapiés. Madrid.*

Azcona, Jose María. *Peluquería Vallejo (1908)*. [Imagen digital en línea]. fotopaseopormadridestablecimientos.blogspot.com. 07 de Mayo de 2015 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://fotopaseopormadridestablecimientos.blogspot.com/2015/05/103aleón103k103a-vallejo-1908.html>

Fig. 29: *Dos de los múltiples azulejos publicitarios del bar Los Gabrieles, c. Echegaray n.17. Madrid.*

El País. - *S/T*- [Imagen digital en línea]. El País. 15 de Marzo de 2019 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/03/14/103aleó1552587476_498287.html#foto_gal_5

Fig. 30: *Azulejo publicitario de Amontillado Fino Maestro Sierra, en el interior del bar La Alicantina. Plaza del Salvador n.2. Sevilla.*

Fotografía de la autora.

Fig. 31: *Azulejos publicitarios de Bodegas Marqués del Mérito, Alameda de Hércules n.45 esquina con calle Calatrava. Sevilla.*

Fotografía de la autora.

Fig. 32: *Azulejo publicitario de Vinos y Coñac Pedro Domecq, Jerez de la Frontera. Principio de la calle Policarpo Sanz, frente a Porta do Sol. Vigo.*

Vigo, tu ciudad. *El anuncio publicitario más antiguo de la ciudad* [Imagen digital en línea]. Vigo, tu ciudad -perfil de Facebook. 08 de Febrero de 2016 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.facebook.com/456006064481014/posts/972165432865072/>

Fig. 33: *Azulejo publicitario Jabón de Sales de Carabaña, en la estación de Metro de Sevilla. Madrid capital.*

Gómez, Mercedes. *Mural de cerámica en la estación de metro de Sevilla* [Imagen digital en línea]. Arte en Madrid. 17 de Noviembre de 2019 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://artedemadrid.wordpress.com/2019/11/17/mural-de-ceramica-en-la-estacion-de-metro-de-sevilla/>

Fig. 34: *Azulejo publicitario Chocolate Amatller. Fachada de la casa esquina entre las calles Gibraltar y Clérigos. Manzanares. Ciudad Real.*

Alcay, Cerámica. *S/T* [Imagen digital en línea]. Cerámica Alcay -perfil de Facebook-. 05 de Agosto de 2018 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.facebook.com/ceramicaalcay/photos/a.1005885662896301/1078870152264518/?type=3&theater>

Fig. 35: *Azulejo publicitario descubierto al derribar las instalaciones de la antigua estación de servicio Gedssa. Intersección de calle de Provença, Girona y Diagonal. Barcelona.*

Krauel, Guillermo. *Mosaico descubierto al derribar las instalaciones de la gasolinera* [Imagen digital en línea]. La Vanguardia. 08 de Mayo de 2020 [consulta: 08 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200508/481018743536/mosaico-descubierto-derribo-gasolinera-eixample-barcelona.html>

8.3 Referencias bibliográficas

Rodríguez Centeno, Juan Carlos; Rey Fuentes, Juan y Alfonso Orce. *Anuncios de Antaño: Azulejos Publicitarios de Sevilla*. Sevilla: Fundación el Monte, 1995.

8.4 Documentación electrónica

Abad, Mar. ``Anuncios de periódicos del siglo XIX y XX``. En: *yorokobu.com* [en línea], 28 de Febrero de 2014 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.yorokobu.es/anuncios-antiguos/>

ABC [Sevilla]. ``Establecimiento de la calle Zaragoza esquina A Rositas``. En: *ABC [Sevilla]* [en línea], 31 de Diciembre de 1980 [consulta: 30 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/fotos/establecimiento-de-la-calle-zaragoza-esquina-a-rositas-5772298.html>

ABC. ``Antonio Burgos Belinchón``. En: *ABC* [en línea], 2012 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/servicios/promociones/premiolucadetena/2012/luca-tena-2012.html>

Ajuntament de Manises. ``La cerámica de Manises ha estado presente al Museo de Diseño de Barcelona``. En: *Ajuntament de Manises* [en línea], 08 de Abril de 2019 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.manises.es/es/museos-pceramica/noticia/ceramica-manises-estado-presente-al-museo-diseno-barcelona>

Ajuntament de Manises. ``Museos``. En: *Ajuntament de Manises* [en línea]. 2020 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.manises.es/es/ayto/museos/mcm>

Amatller, Chocolate. ``Historia gráfica. La historia gráfica de Amatller a través de sus imágenes``. En: *Chocolate Amatller* [en línea], (sin fecha) [consulta: 20 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.chocolateamatller.com/es/chocolate-amatller/historia-grafica/>

Asociación Pisano. ``Presentación. Cerámica y ceramistas, nuestra razón de ser``. En: *Asociación de Amigos de la Cerámica Niculoso Pisano* [en línea], (Sin fecha) [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://asociacionpisano.es/presentacion/>

Ayuntamiento de Madrid. *Catálogo de Elementos Protegidos del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997, listado revisado y actualizado a fecha 27 julio 2018 y Catálogo Geográfico de Bienes Inmuebles de la Comunidad de Madrid* [en línea], Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://datos.madrid.es/FWProjects/egob/Catalogo/UrbanismoInfraestructura/Ficheros/Cat%C3%A1logo%20Edificios%20Protegidos%20actualizado%20JULIO%202018.pdf>

Barcelona, redacción. ``El derribo de una histórica gasolinera deja al descubierto un mosaico en Barcelona``. *La Vanguardia* [en línea], 08 de Mayo de 2020 [consulta: 08 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200508/481018743536/mosaico-descubierto-derribo-gasolinera-eixample-barcelona.html>

Barcelona, Redacción. ``Destruyen el antiguo mosaico de la histórica gasolinera de 1933 de Barcelona``. *La Vanguardia* [en línea], 11 de Mayo de 2020 [consulta: 11 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200511/481085639739/destruccion-mosaico-antigua-gasolinera-gedssa-eixample-barcelona.html>

Barcelona, Redacción. ``Un movimiento ciudadano en toda España salva el mural de la gasolinera del Eixample``. *La Vanguardia* [en línea], 14 de Mayo de 2020 [consulta: 14 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200514/481141404305/movimiento-ciudadano-defensa-patrimonio-salva-mosaico-antigua-gasolinera-eixample-barcelona.html>

Cabezas López, Araceli. ``Cerámica decorativa en establecimientos comerciales madrileños: I, Talleres y artistas``. En Enrique Tierno Galván et al., *Villa de Madrid* [en línea]. Madrid, Ayuntamiento de Madrid, 1985, pp.3-15 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.memoriademadrid.es/doc_anexos/Workflow/0/19264/hem_villademadrid_n084.pdf

Carrasco, Fernando. ``Denuncian el robo de paneles cerámicos de Orce Mármol de la Venta de Antequera``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 26 de Noviembre de 2013 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://sevilla.abc.es/sevilla/20131126/sevi-venta-antequera-robo-201311251157.html>

Checa Godoy, Antonio. *Historia de la publicidad* [en línea]. Madrid: Netbiblo S.L, 2007, [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.it/books?id=UFpC52A99dEC&pg=PA126&lpg=PA126&dq=publicidad+historia+cer%C3%A1mica+sevilla&source=bl&ots=BIvIh359NN&sig=ACfU3UIbvQiVFx40LHHyatnmhpyFpbQyfQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZylbd84XoAhXiQkEAHW-CAvEQ6AEwDXoECAkQAQ#v=onepage&q=%20cer%C3%A1mica%20sevilla&f=false>

Concejalía de Urbanismo, Medio Ambiente y Transición Ecológica. *Ficha de catalogación edificio antigua farmacia y laboratorio calle Concepción, 4d* [en línea], Huelva: Concejalía de Urbanismo, Medio Ambiente y Transición Ecológica, Ayuntamiento de Huelva. 05 de Octubre de 2017 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.huelva.es/pgou/planos/pe_tematicos/pe1-farmacia-concepcion4D.pdf

Delgado, Adrián. ``Nueva vida para la ``dama de Sevilla'', la joya escondida en el metro de Madrid''. *ABC [Madrid]* [en línea], 11 de Febrero de 2019 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-nueva-vida-para-dama-sevilla-joya-escondida-metro-madrid-201902110149_noticia.html

Dominguez Caballero, Rosa María. ``Evolución del azulejo sevillano desde el siglo XIII: Técnicas''. En: *Segundo Congreso Nacional de Historia de la construcción*. 22 a 24 de Octubre [en línea], La Coruña: Universidad de Sevilla. Departamento de Construcciones Arquitectónicas II (ETSIE), 1998, pp. 139 -144 [consulta: 20 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/17897;jsessionid=3C0A0C8FCA612D6389B0F3B10883A1A3?>

Domínguez, M^a Ángeles. ``El boom de la publicidad. Un viaje por los anuncios vintage más icónicos de la historia''. En: *graffica.info* [en línea], 21 de Diciembre de 2018 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://graffica.info/boom-de-la-publicidad-anuncios-vintage/>

Dosde. ``Azulejos andaluces''. En: *dosde.com* [en línea], 2019 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.dosde.com/discover/azulejos-andaluces/>

Europa Press. ``Restauran un anuncio de Michelin hecho de azulejos cerámicos e instalado hace 60 años''. *Europa Press* [en línea], 18 de Abril de 2011 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.europapress.es/madrid/noticia-restauran-anuncio-michelin-hecho-azulejos-ceramicos-instalado-hace-60-anos-20110418104740.html>

Europa Press. ``Abierto ya a visitas al Museo de la Cerámica de Triana''. *20 minutos* [en línea], 22 de Julio de 2014 [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/2199987/0/abierto-ya-visitas-al-museo-ceramica-triana/>

Folgueiras, David G. ``Un tesoro entre tinieblas''. *El País* [en línea], 15 de Marzo de 2019 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/03/14/album/1552587476_498287.html#foto_gal_5

Garrido, Héctor Manuel. ``Miguel Mayorga, profesor de Urbanismo: ``El comercio tradicional representa la identidad del barrio''. *20 minutos* [en línea], 26 de Julio de 2018 [consulta: 08 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/3404100/0/miguel-mayorga-profesor-urbanismo-comercio-tradicional-representa-identidad-barrio/>

Generalitat Valenciana. ``Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano''. En: *Generalitat Valenciana, Consellería de Educación, Cultura y Deporte* [en línea], 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/inventario-general>

Generalitat Valenciana: ``Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano. Ficha inmueble: Gasolinera del Lleo`` En: *Generalitat Valenciana* [en línea], 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/inventario-general>

Generalitat Valenciana. ``Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano. Ficha inmueble: Panells Ceràmics Publicitaris de Philips``. En: *Generalitat Valenciana* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.ceice.gva.es/patrimonio-cultural/ficha-inmueble.php?id=17553&lang=es>

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. ``Inventario documental``. En: *Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental?b_start:int=0

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2006, [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.sevilla.org/plandesevilla/ade/def/doc/AD_O_13_2.pdf

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo complementario del conjunto histórico* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_1_COMPLEMENTARIO_CH/08_TR_CAT_COMPLEMENTARIO_CH.PDF

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo de espacios urbanos protegidos* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_3 ESPACIOS_URBANOS/08_TR_CAT_ESPACIOS_URBANOS.PDF

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística. Catálogo periférico* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla, 2007, [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://web.urbanismosevilla.org/planeamientopgou/pdfs/08_TR_CATALOGOS/08_TR_2 PERIFERICO/08_TR_CAT_PERIFERICO.PDF

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. *Nuevo Plan General y la Protección del Patrimonio en el Conjunto Histórico* [en línea], Sevilla: Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, 2007 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: http://www.sevilla.org/plandesevilla/avance/doc/o_avance_13_NPCH_3.pdf

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente: ``Paneles de azulejos comerciales``. En: *Inventario documental. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental/cas_131

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. ``Planeamiento y Desarrollo Urbanístico. PGOU Vigente``. En: *Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.urbanismosevilla.org/areas/planeamiento-desar-urb/pgou-vigente-l>

Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. ``Rótulo comercial``. En: *Inventario documental. Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente, Ayuntamiento de Sevilla* [en línea], (sin fecha) [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.urbanismosevilla.org/areas/proyectos-y-obras/publicaciones/monumentos-publicos/inventario-documental/can_101

Gerencia Municipal de Urbanismo. *Localización. Listados del Catálogo del tomo VI: Catálogo de Edificios, Bienes y Elementos Protegidos* [en línea], Vigo: Gerencia Municipal de Urbanismo, Ayuntamiento de Vigo, 13 de Julio de 2009 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://xmu.vigo.org/docs/pxom/Memorias/Tomo-VI/Listados/Localizacion.pdf>

Gómez, Mercedes. ``Mural de cerámica en la estación de metro de Sevilla``. En: *Arte en Madrid* [en línea], 17 de Noviembre de 2019 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://artedemadrid.wordpress.com/2019/11/17/mural-de-ceramica-en-la-estacion-de-metro-de-sevilla/>

Gosálvez, Patricia. ``La Capilla Sixtina de la cerámica madrileña``. *El País* [en línea], 14 de Abril de 2012 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/ccaa/2012/04/14/madrid/1334358151_907191.html

Guía de Patrimonio Mueble de Andalucía. ``Azulejos Bar Los Gabrieles``. En: *Guía Digital del Patrimonio Mueble de Andalucía* [en línea], (sin fecha) [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://guiadigital.iaph.es/bien/mueble/185312/sevilla/sevilla/azulejos-bar-los-gabrieles>

Guillén Cano, Iván. ``La Alicantina, con casi un siglo de historia, cierra en la Plaza del Salvador``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 21 de Julio de 2016, ABC Gurmé [consulta: 18 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://sevilla.abc.es/gurme/actualidad/la-alicantina-casi-siglo-historia-cierra-la-plaza-del-salvador/>

Huelva24.com. ``El runrún: La malprotegida fachada de la farmacia``. *Huelva24.com* [en línea], 21 de Noviembre de 2017 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://huelva24.com/art/106506/el-runrun-la-malprotegida-fachada-de-la-farmacia>

Iberley. ``Real Decreto 3250/1976, de 30 de diciembre, por el que se ponen en vigor las disposiciones de la Ley 41/1975, de Bases del Estatuto del Régimen Local, relativas a ingresos de las Corporaciones Locales, y se dictan normas provisionales para su aplicación. Boletín Oficial del Estado, de 31-01-1977``. En: *Iberley.es* [en línea], 2019 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.iberley.es/legislacion/real-decreto-3250-1976-30-diciembre-ponen-vigor-disposiciones-ley-41-1975-bases-estatuto-regimen-local-relativas-ingresos-corporaciones-locales-dictan-normas-provisionales-aplicacion-1242859>

Infanzón, Abel. ``Los azulejos de la Alicantina``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 17 de Julio de 1979, Casco Antiguo [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-19790717-11.html>

Infanzón, Abel. ``El Ayuntamiento, contra los anuncios de cerámica``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 10 de Enero de 1980, Casco Antiguo [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-19800110-7.html>

J. Geniz, Diego. ``La lenta metamorfosis de José Gestoso``. *Diario de Sevilla* [en línea], 11 de Enero de 2015 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/lenta-metamorfosis-jose-gestoso_0_879512295.html

J. Sugrañes, Eduardo. ``La pérdida del azulejo publicitario``. *Huelva información* [en línea], 01 de Julio de 2017 [consulta: 04 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.huelvainformacion.es/huelva/perdida-azulejo-publicitario_0_1150085352.html

La Comarca. ``El colectivo El Zaque recupera en Manzanares una cerámica publicitaria oculta por más de cincuenta años``. *La Comarca de Puertollano* [en línea], 06 de Julio de 2018 [consulta: 20 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_08_06/26#

Lozano Bartolozzi, M^a del Mar. ``El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la Belle époque y los años 60 del siglo XX)``. En: *Artigrama* [en línea], núm. 30, 2015, pp.57-78 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.unizar.es/artigrama/pdf/30/2monografico/03.pdf>

Llompart, Elena. ``El Consistorio ordena demoler el edificio de la histórica farmacia de la calle Concepción``. *Huelva Información* [en línea], 16 de Marzo de 2017 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.huelvainformacion.es/huelva/Consistorio-edificio-historica-farmacia-Concepcion_0_1117988313.html

Macías, Javier. ``Las casas «fantasma» del Centro de Sevilla: 25 años con okupas y en la ruina``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 29 de Mayo de 2020 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-casas-fantasma-centro-sevilla-25-anos-okupas-y-ruina-202005282333_noticia.html

Ministerio de Cultura y Deporte. ``Régimen general de protección del Patrimonio Histórico``. En: *Ministerio de Cultura y Deporte* [en línea], 2020 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/patrimonio/bienes-culturales-prottegidos/niveles-de-proteccion/regimen-general.html>

Molinero Trías, Rosa. ``Un paseo por España a través de sus rótulos``. *Condé Nast Traveler* [en línea], 06 de Mayo de 2020 [consulta: 06 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/rotulos-carteles-letreros-de-espana-conservacion/18018>

Montes Lafuente, Jorge. ``La cerámica en los carteles publicitarios de los vinos en La Rioja``. En: *XV Congreso Anual de la Asociación de Ceramología. La cerámica en el mundo del vino y del aceite*: 30 de Octubre a 01 de Noviembre [en línea], Navarrete, La Rioja: Asociación de Ceramología y Ayuntamiento de Navarrete, 2012, pp.226-239 [consulta: 21 de Abril de 2020]. Disponible en: <http://www.ceramologia.org/gestion/archivos/Comunicacion10.pdf>

M. Pauné, Meritxell. ``El derribo de una gasolinera en el Eixample destapa un mural retro de cerámica``. *Tot Barcelona* [en línea], 05 de Mayo de 2020 [consulta: 11 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.totbarcelona.cat/cultura-i-oci/enderroc-gasolinera-eixample-mural-retro-54631/>

Pacheco Rueda, Marta. ``Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo`` [en línea]. Rafael López Lita, dir. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, Madrid, 1999 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/8766/1/S3036301.pdf>

Parejo, Juan. ``Cerámica publicitaria y comercial, una necesaria protección``. *Diario de Sevilla* [en línea], 26 de Octubre de 2015, Patrimonio, [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ceramica-publicitaria-comercial-necesaria-proteccion_0_965903511.html

Parejo, Juan. ``Cierra la heladería La Fiorentina en la temporada de su 25 aniversario``. *Diario de Sevilla* [en línea] 29 de Mayo de 2020 [consulta: 29 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/cierra-heladeria-Florentina-temporada-25-aniversario_0_1468653602.html

Pereira, María Jesús. ``La juguetería F. Cuevas, otro negocio tradicional que cierra tras 65 años de vida``. *ABC [Sevilla]* [en línea], 22 de Febrero de 2019 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-jugueteria-cuevas-otro-negocio-tradicional-cierra-tras-65-anos-vida-201810270901_noticia.html

Pérez Reverte, Arturo. ``*Es imposible entender lo que somos sin conocer lo que fuimos*``; entrevistado por El País [en línea], 12 de Enero de 2002 [Madrid] [consulta: 07 de Marzo de 2020]. Disponible en: https://elpais.com/diario/2002/01/12/sociedad/1010790011_850215.html

Piernas Gallego, Natalia. ``Cerámica y mosaicos en la publicidad exterior`` En: *nataliapiernas.com* [en línea], 23 de Septiembre de 2019 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.nataliapiernas.com/publicidad/ceramica-y-mosaicos-en-la-publicidad-exterior/>

Puromarketing. ``Billboards y vallas publicitarias en la vía pública: del ayer al ahora``. En: *Puromarketing.com* [en línea], 06 de Noviembre de 2014 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.puromarketing.com/9/23063/billboards-vallas-publicitarias-lavia-publica-ayer-ahora.html>

Redacción digital. ``El león de Domecq vuelve a rugir``. *La voz de Galicia* [en línea], 18 de Diciembre de 2012 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/2009/12/18/leon-domecq-vuelve-rugir/00031261139607669660974.htm>

Reig, Ramón y Concha Langa Nuño. *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías* [en línea]. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía, 2007 [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CHYZlPxaf2cC&oi=fnd&pg=PA23&dq=La+comunicaci%C3%B3n+en+Andaluc%C3%ADa:+historia,+estructura+y+nuevas+tecnolog%C3%ADas&ots=BC04xfWfXE&sig=9En5FKaVuBkUYNIqGV2hITK0Ftk#v=onepage&q&f=false>

Retablocerámico. ``Fachada del edificio Villa Reinosa``. En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2015 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5802.htm>

Retablocerámico. ``Fachada publicitaria del Bar Restaurante Los Gabrieles``. En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2015 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5727.htm>

Retablocerámico. ``Panel publicitario Acumuladores Electra``. En: *retablo cerámico* [en línea]. Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6625.htm>

Retablocerámico: ``Panel publicitario neumático Firestone``. En: *retablo cerámico* [en línea], Enero de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6628.htm>

Retablocerámico. ``Panel publicitario neumático Línea de vapores Sevilla-Sanlúcar-Mar``. En: *retablo cerámico* [en línea], Mayo de 2016 [consulta: 23 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/6294.htm>

Retablocerámico. ``Fachada de la Bodega Bar Los Claveles``. En: *retablo cerámico* [en línea], Noviembre de 2016 [consulta: 02 de Mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.retabloceramico.net/5727.htm>

Reig, Ramón y Concha Langa Nuño. *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías* [en línea]. Sevilla, Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia, Junta de Andalucía, 2007 [consulta: 6 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CHYZlPxaf2cC&oi=fnd&pg=PA23&dq=La+comunicaci%C3%B3n+en+Andaluc%C3%ADa:+historia,+estructura+y+nuevas+tecnolog%C3%ADas&ots=BC04xfWfXE&sig=9En5FKaVuBkUYNIqGV2hITK0Ftk#v=onepage&q&f=false>

Rodrigo, Belén. ``La peluquería de ``puro y copita de anís`` que frecuentaban Ramón y Cajal y Gregorio Marañón``. *ABC [Madrid]* [en línea], 21 de Enero de 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-peluqueria-puro-y-copita-anis-frecuentaban-ramon-y-cajal-y-gregorio-maranon-201801210028_noticia.html

Rodríguez Sotelino, Begoña. ``La limpieza de un muro deja al descubierto una antigua joya publicitaria`` *La Voz de Galicia* [en línea], 17 de Diciembre de 2005 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: https://www.lavozdegalicia.es/noticia/vigo/2005/02/17/limpieza-muro-deja-descubierto-antigua-joya-publicitaria/0003_3471801.htm#

Rotulación a mano. ``Murales publicitarios de azulejo pintados en España, Portugal y Europa: mensajes hechos para durar``. En: *rotulacionamano.com* [en línea], 07 de Febrero de 2016, [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <http://www.rotulacionamano.com/muralespublicarios-de-azulejos-pintados-en-espana-portugal-y-europa/>

Rubinos, Ana. ``La Porta do Sol recupera su pasado``. *Faro de Vigo* [en línea], 19 de Diciembre de 2009 [consulta: 19 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.farodevigo.es/gran-vigo/2009/12/19/porta-do-sol-recupera-pasado/396646.html>

Salas de Vega, Santiago. ``Urbanismo autoriza un hotel de 8 plantas frente a la Estación de Plaza de Armas``. *Andalucía Información* [en línea], 18 de Junio de 2018 [consulta: 26 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://andaluciainformacion.es/ronda/761533/urbanismo-autoriza-un-hotel-de-8-plantas-en-plaza-de-armas/>

Santatipo. ``Se funda la Red Ibérica en Defensa del Patrimonio Gráfico``. En: *Santatipo* [en línea], 04 de Febrero de 2020, [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.santatipo.es/se-funda-la-red-iberica-en-defensa-del-patrimonio-grafico/>

Secretaría Permanente del Área de Gobierno de Urbanismo y Vivienda del Ayuntamiento de Madrid. *Protocolo de condiciones de protección del Patrimonio histórico, artístico y cultural* [en línea], Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 28 de Abril de 2011 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.madrid.es/UnidadWeb/UGNormativas/Normativa/2011/ProtocoloPatrimonio.pdf>

Sevillatipo. ``Historia triste que cantaban los Eskorbuto``. *Sevillatipo -perfil de Instagram-* [en línea], 22 de Marzo de 2019 [consulta: 24 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BvSi1dvhuAI/>

Sevillatipo. ``El otro día @rjaviersanchez nos mandó esta foto de los azulejos publicitarios que han aparecido en una obra de Alameda de Hércules con Calatrava. ¿Los conservarán?``. *Sevillatipo -perfil de Instagram-* [en línea], 20 de Febrero de 2020 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/B8x24jCldwJ/>

Vega, Juan Miguel. ``¿Dónde están los azulejos de Pérez de Tudela?``. *El Correo de Andalucía* [en línea], 25 de Septiembre de 2019 [consulta: 06 de Marzo de 2020]. Disponible en: <https://elcorreoweb.es/sevilla/donde-estan-los-azulejos-de-perez-de-tudela-LH5845148>

Xátiva incumple la ley de Patrimonio``. *Las provincias* [en línea], 03 de Abril de 2018 [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.lasprovincias.es/ribera-costera/xativa-incumple-patrimonio-20180403001704-ntvo.html>

8.5 Documentación legislativa

España. Ley 41/1975, de 19 de Noviembre, de Bases del Estatuto de Régimen Local. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 21 de Noviembre de 1975, núm. 280 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1975/11/21/pdfs/A24342-24360.pdf>

España. Real Decreto 3250/1976, de 30 de diciembre, por el que se ponen en vigor las disposiciones de la Ley 41/1975, de Bases del Estatuto del Régimen Local, relativas a ingresos de las Corporaciones Locales, y se dictan normas provisionales para su aplicación. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 31 de Enero de 1977, num.26 [consulta: 01 de Abril de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1977/01/31/pdfs/A02294-02316.pdf>

Valencia. Ley 4//1998, de 11 de Junio, del Patrimonio Cultural Valenciano. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 22 de Julio de 1998, núm. 174, pp.34, [consulta: 10 de Mayo de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1998/BOE-A-1998-17524-consolidado.pdf>

