

SEVILLA

PATRIMONIO



El popular azulejo situado en la céntrica calle Tetuán.

JUAN CARLOS MUÑOZ

Juan Parejo

Cien años lleva el famoso azulejo del Studebaker reinando en la calle Tetuán y desde la Asociación Amigos de la Cerámica Niculoso Pisano tienen previsto celebrarlo por todo lo alto en las próximas semanas. Aunque no se sabe a ciencia cierta el momento exacto en el que este significativo panel cerámico fue instalado, fue en 1924 cuando Vicente Aceña, representante de la emblemática marca de automóviles norteamericanos, tomó esta iniciativa. Desde entonces, este panel se ha convertido en un icono de la ciudad y es fotografiado a diario por propios y extraños.

El azulejo estaba recién salido de la fábrica de la Viuda e hijos de Ramos Rejano, ya que Manuel Ramos Rejano, nacido en La Palma del Río (Córdoba) en 1851, había fallecido en Sevilla en 1922. El director del prestigioso taller, Enrique Orce, fue el encargado de pintarlo. El Studebaker daba la bienvenida a los clientes de la tertulia El Sport, un club inglés donde se reunían diversas personalidades de la cultura sevillana. En él se muestra una escena campestre con la famosa escultura de Rodín, *El Pensador*, al fondo. Imagen propia de la *Belle Époque*.

“La principal innovación que aportó esta fábrica fue hacer que la cerámica perdiera el carácter de azulejo antiguo, que normalmente

- El popular panel cerámico pintado por Enrique Orce y realizado en la fábrica de Ramos Rejano fue instalado en el año 1924 en el bar El Sport de la calle Tetuán

EL STUDEBAKER cumple cien años



pretendían imitar otras, aunque no se trataba de restauraciones, sino que también ocurría cuando se empleaba para recubrir edificios contemporáneos. La limpieza de sus esmaltes y la pulcritud de sus acabados se reivindicaba el carácter contemporáneo de las mismas, que también venía a lo que pretendía con ese cargo Pepe Guillén, propietario del estable-

cimiento”, relata Francisco Vallecillo en la web de la Asociación Amigos de la Cerámica Niculoso Pisano.

Debido a su baja altura, el panel publicitario ha sido restaurado en varias ocasiones recientes: 1978, 2007, 2017 y 2018. Estas intervenciones han sido costeadas por los propietarios de la Joyería Chico, en cuya fachada se exhibe esta joya cerámica. Los propietarios han pedido en varias ocasiones su traslado a la planta superior del inmueble para que no sufra actos vandálicos y otras incidencias, aunque Patrimonio se lo ha negado hasta en tres ocasiones.

La decisión de la Comisión de Patrimonio contrasta con la decidida actitud de los propietarios del azulejo para garantizar su conservación. En el año 1978, cuando adquieren la casa para instalar el negocio, el azulejo se encontraba en un estado muy precario, prácticamente perdido por la falta de varias piezas. El azulejo fue desmontado y restaurado por Alfonso Orce González y Alfonso Orce Villar, hijo y nieto del autor,

quienes devolvieron el esplendor a la obra gracias a la intervención sufragada por los dueños. Ya entonces, se solicitó que para su correcta conservación se alzara hasta la primera planta el inmueble, donde está a salvo del vandalismo, tan habitual en esta ciudad, o del efecto del riego de las calles por parte de Lipasam.

Este azulejo es uno de los mejores exponentes, si no el mejor, de la cerámica publicitaria y comercial de Sevilla. Los propietarios, que fruto de este celo lo tienen registrado, han mostrado una y otra vez la intención de alzar el azulejo argumentando este criterio conservativo. En el último proyecto presentado a Urbanismo, planteaban su

La Asociación Amigos de la Cerámica Niculoso Pisano tiene previsto celebrarlo

desmontaje y restauración por una empresa especializada que ha intervenido, a instancias de la propia Administración, en los paños de azulejos del Convento de Santa Clara. Estos especialistas advertían en el año 2017 que las pérdidas en la obra podían llegar al 40%.

Sevilla cuenta con un patrimonio cerámico excepcional. Una parte fundamental de esa producción ceramista del barrio de Triana fue la comercial y publicitaria, que gozó de un gran predicamento en la primera mitad del siglo XX. El del Studebaker es la principal referencia, pero son muchos los ejemplos diseminados por buena parte de la ciudad, algunos mejor conservados que otros. Muchos paneles han desaparecido fruto de la nula protección que tienen o de la extraña situación jurídica en la que se encuentran.

Este tipo de azulejos ha llegado hasta la actualidad como un testimonio directo de la evolución de la publicidad propiciada por el desarrollo comercial e industrial que experimentó Sevilla a principios del siglo XX. La cerámica, una técnica artística tan vinculada a la tradición sevillana, se convirtió en un medio ideal para anunciar y atraer a la clientela del momento, enterrando así las clásicas marquesinas decimonónicas de vidrio y madera, que resultaban más frágiles a la intemperie. Este impulso se materializó en la obra de pintores y ceramistas tan destacados como Gustavo Bacarizas, Antonio Kiernan o Manuel Arellano, que introdujeron en estos paneles notas creativas muy innovadoras en las tipografías, los contrastes cromáticos llamativos o en el repertorio ornamental; fórmulas éstas que aún forman parte del lenguaje publicitario actual.