

GALLICROMOS: REFERENTES VISUALES EN LOS CROMOS DEL PRIMER ÁLBUM DE GALLINA BLANCA (1945)

GALLICROMOS: VISUAL REFERENCES IN THE CROMOS OF THE FIRST ALBUM OF GALLINA BLANCA (1945)

Resumen

Los cromos han sido un recurso popular en el ámbito del entretenimiento desde la revolución industrial. Gracias al desarrollo de la industria gráfica y su abaratamiento, alcanzaron una gran popularidad y difusión durante el siglo XX. En el texto se analizan e identifican la procedencia y los referentes visuales en el mundo del arte, la ilustración y la pintura, que sirvieron como fuente a los “gallicromos”, que fueron cromos coleccionables que ofrecía la marca Gallina Blanca (Barcelona, 1945). También se resalta el carácter educativo y didáctico de estas pequeñas estampas.

Palabras clave

Álbumes Coleccionables, Cromos, Diseño gráfico, *Ephemera*.

Sonia Ríos-Moyano

Universidad de Málaga, España

Profesora Titular de Historia del Arte (UMA). Imparte asignaturas relacionadas con el diseño y diseño editorial en distintos títulos de la Universidad de Málaga e investiga sobre temas de diseño e ilustración. Pertenece al grupo HUM 130 (UMA). Participa como investigadora en cuatro proyectos: sobre estampa y cultura visual; sobre elaboración de materiales audiovisuales y dos sobre soluciones tecnológicas. Además es IP de un proyecto sobre NFT (JA. B3-05, UMA)

ISSN 2254-7037

Fecha de recepción: 26/III/2024
Fecha de revisión: 17/V/2024
Fecha de aceptación: 19/V/2024
Fecha de publicación: 30/X/2024

Abstract

Stickers have been a popular resource in the entertainment field since the industrial revolution. Thanks to the development of the printing industry and its lowered price, they achieved great popularity and diffusion during the 20th century. The text analyzes and identifies the origin and visual references in the world of art, illustration and painting, which served as a source for the “gallicromos”, which were collectible trading cards offered by the Gallina Blanca brand (Barcelona, 1945). The educational and didactic nature of these small prints is also highlighted.

Key words

Collectable Albums, Ephemera, Graphic Design, Scraps.

Código ORCID: 0000-0002-5727-3507

DOI: <http://dx.doi.org/10.30827/quiroga.v0i23.0014>

GALLICROMOS: REFERENTES VISUALES EN LOS CROMOS DEL PRIMER ÁLBUM DE GALLINA BLANCA (1945)

1. CROMOS COLECCIONABLES Y ÁLBUMES

La práctica de coleccionar cromos y pegarlos en álbumes fue especialmente notoria durante el siglo XX, algo habitual tanto del panorama nacional¹ como internacional². Se convirtió en el pasatiempo popular y favorito de niños y de adultos y por este hecho debemos entenderlo en el contexto de la sociedad en la que se inserta, apelando al valor cultural, social e histórico que ello implica³. Estos álbumes fueron una forma de entretenimiento, pero además ofrecían una puerta abierta a la cultura popular y a los intereses de las clases sociales a las que iba dirigidas, su bajo coste permitió su rápida difusión. Además, se convirtieron en una experiencia cultural concreta y personal que forma parte de una evocación colectiva mayor, puesto que la nostalgia, el recuerdo o la emoción al ver los álbumes, se ha quedado ahí, en la memoria de los que disfrutaron y tuvieron experiencias similares con sus cromos de colección.

Era todo un acontecimiento, no solo el hecho de juntar los cromos, sino también el acto social que ello implicaba⁴. La propia actividad del intercambio se convirtió en un pasatiempo

individual, que fomentaba conexiones sociales y la creación de comunidades por afinidades de cromos y temáticas. Fue habitual desde finales del siglo XIX, perduró y se hizo imparable con el advenimiento de las nuevas técnicas de reproducción y la sociedad de consumo durante el siglo XX y es un fenómeno muy popular en la

193



Fig. 1. Distintos álbumes y cromos de la última década. España. Fotografía: Autora.

sociedad del siglo XXI con cromos de fútbol⁵, *Pokemon*, series, películas o sagas cinematográficas como *Harry Potter* o *Jurassic Park* u otras novedades editoriales como los cromos religiosos, las conocidas *Holy Cards*. Incluso, en el mundo de los NFT y el metaverso⁶ también encontramos esta traslación de este tipo de coleccionismo y devoción hacia estas estampas y lo que ellas representan. Hay un gran interés por coleccionar cromos antiguos, por el valor histórico que implica o bien recopilar los nuevos repertorios que anualmente siguen editándose.

En tanto a la consideración del álbum de cromos como libro, presenta algunas particularidades. No son pocos los adultos que aún conservan álbumes de cromos de su infancia, bien como recuerdo u objeto de colección. Estos pequeños libros con imágenes coleccionables se diseñaron específicamente para ello⁷, para que su contenido se fuese desvelando poco a poco a medida que se conseguían las estampas y se iban añadiendo al álbum. Por este motivo, los álbumes de coleccionables del siglo XX difieren de los del siglo XXI en cuanto a la calidad de sus materiales, tintas, etc.,⁸ pero no por ello han perdido un ápice de la emoción o el deseo de apropiación que conllevaba la búsqueda incansable y el intercambio de estampas hasta completar el álbum. Estos libros responden a la misma estructura, suelen contener páginas con espacios en blanco enumerados o designados para cada cromo lo que permite que el pequeño coleccionista organice sus estampas de manera sistemática dentro del propio álbum. Del cromo pegado se ha pasado a los cromos adhesivos o a los cromos que se introducen en pequeñas fundas de plástico tal como los que se comercializan con algunos de los temas aludidos anteriormente.

Otro de los objetivos que pretendía el mercadeo de cromos coleccionables no era solo la distracción, sino que asimismo se aprovechaba la difusión y la popularidad de estos para promocionar personajes históricos, películas, animales, depor-

tes, acontecimientos relevantes, estampas religiosas, inventos, ciencia⁹, naturaleza, tecnología, música, características de la vida moderna y un sinfín de materias. Por tanto, sus temáticas eran variadas y reflejaban fielmente los intereses de la sociedad donde se insertaba y la que demandaba su consumo. Temas tan inagotables como la evolución de la cotidianidad y de esos nuevos coleccionistas de la modernidad llamados por esa pasión de acumular y conservar estos pequeños fragmentos de la cultura popular. Esos materiales efímeros son auténticas joyas de la vida diaria y como tal se distribuía en los productos de consumo más sencillos, como obsequios promocionales de otros productos, tal que chocolatinas, galletas, cereales, refrescos, etc. o insertos en revistas o periódicos. También se podían comprar directamente en el quiosco. Su gran accesibilidad ayudó a su difusión, así como a su integración en campañas de marketing superiores para promover el comercio de ciertos productos, películas o eventos deportivos de una envergadura mayor.

Cada álbum ofrecía una temática única o un conjunto de ellas, lo que servía de reclamo según los intereses del público objetivo, ya fuesen pequeños o grandes, apelando a algo natural del ser humano como es su curiosidad que, gracias a los cromos, se transformaba en una experiencia educativa diversa y enriquecedora¹⁰. Sí que es cierto que algunas de esas colecciones de cromos estaban creadas *ex profeso* para educar a niños y jóvenes sobre temas específicos, era una experiencia formativa duradera, e incluso podían convertirse en recursos de consulta prolongada, era una fuente de conocimiento¹¹. También les ayudaba a la adquisición de habilidades como la paciencia, la organización o la negociación. El cromo se caracterizaba también por su formato, normalmente, cuadrangular, en sentido vertical u horizontal. La imagen era muy colorida y llamativa. Se acompañaba de un título y una breve descripción o datos sobre el tema de la colección. Todo ello requería una fase previa de documentación de eventos o personajes, lo

que implicaba una labor editorial relevante y necesaria para que el diseño de la colección: ilustración de los cromos, redacción esquemática del texto, etc. Algunos de estos álbumes se realizaban en colaboración con instituciones educativas, gobiernos o bibliotecas para que la calidad de esta y la veracidad de los datos le otorgase una gran valía y fiabilidad a la colección. Así se creaba el álbum enciclopédico visual con detalles muy concretos sobre un gran abanico de temas, permitiendo, gracias a su contenido, una cultura popular inmediata, despertando el interés por el conocimiento¹², fomentando la curiosidad y la motivación por el aprendizaje. En cuanto a su producción, fueron diversas las compañías que se dedicaron a la producción de cromos coleccionables y sus correspondientes álbumes, aumentando progresivamente, sobre todo a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Eran repertorios singulares:

Una colección es un compendio de objetos, de cosas, una recopilación, una acumulación... Más allá de los matices que podamos establecer justificando el uso de diferentes denominaciones para una actividad parecida, nos interesa su función instrumental. [...] La contemplación de Las Maravillas del Universo, de Nestlé (1932), cede el paso a la colección de Billetes del mundo, de Ediciones Este (1974), y a las colecciones de Mazingher (1978) y Orzowei (1978)¹³.

Entre ellas destacamos, Amatller, Chocolatería Aiguebelle¹⁴, Cromos Liebig¹⁵, Nestlé¹⁶ o Gallina Blanca¹⁷ entre otras¹⁸. Esta última es la que ha llamado nuestra atención, ya que en el año 1945 publica el primer álbum de cromos de colección donde se podían pegar sus conocidos *gallicromos*.

2. EL ÁLBUM DE CROMOS COMO MATERIAL EPHEMERA

2.1. Los materiales ephemera

El término *ephemera* se refiere al conjunto de materiales, principalmente impresos, diseñados para transmitir un mensaje de corta duración, efímero y no destinado a ser conservado a largo

plazo como otros materiales con más artísticos. A pesar de su naturaleza perecedera, estas colecciones se han preservado gracias al coleccionismo privado y a la labor de numerosos anticuarios. Entre los materiales que componen las colecciones de *ephemera* (de numerosas colecciones, archivos y museos) se incluyen panfletos, anuncios, carteles, cromos, álbumes, envoltorios, etiquetas, abanicos de papel, canciones callejeras, aleluyas, papeles de carta, invitaciones, programas de conciertos, entradas, tarjetas postales, calendarios de bolsillo, felicitaciones, prospectos, carnés de baile, folletos electorales y un largo etcétera. Estos objetos proporcionan una visión única de la vida cotidiana y la cultura de épocas pasadas, de ahí que gran número de las colecciones de cromos formen parte de estos fondos de materiales *ephemera*. Si hacemos alusión a su breve historia, nos podemos remontar al siglo XV, con el auge de la cultura escrita y la aparición de materiales efímeros como diarios, invitaciones y cartas, lo cual hizo que ilustres personajes tal que Samuel Pepys fuese uno de sus primeros coleccionistas. Su recopilación está disponible en la web de Magdalene College de la University de Cambridge. Otra relevante es la de John Bagford disponible en la British Library¹⁹. En Estados Unidos, Isaiah Thomas, un impresor destacado, comenzó a coleccionar materiales efímeros a principios del siglo XIX, fundando la American Antiquarian Society. De principios del siglo XX, destacan grandes colecciones de *ephemera* como la de Bella C. Landauer en Nueva York²⁰, la John Johnson en Oxford y la de Marius Audino en Lyon. A principios del siglo XX, las colecciones de *ephemera* carecían de un marco teórico. En 1962, un estudio pionero de J. Lewis²¹ inició un debate sobre la clasificación y variedad de estos materiales, seguido por estudios como el de Alan Clinton²² de 1981. En España, Rosario Ramos²³ coordinó un proyecto de digitalización y clasificación de materiales *ephemera* para la Biblioteca Nacional de España, disponible desde 2003 y allí es donde hemos consultado algunos de los *gallicromos* que presentamos.



Fig. 2. Portada y contraportada. 1er Álbum Gallina Blanca (3a edición). Litografía y cromolitografía. 1945. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

2.2. Una auténtica revolución gráfica

El cromo, cuyo proceso cromolitográfico fue inventado por G. Engelmann en Europa en 1837, marcó una revolución significativa en las artes gráficas al ofrecer una calidad cromática sin precedentes. En Europa se adoptó rápidamente esta técnica y dio origen a una nueva tipología de entretenimiento, el cromo, referido a las impresiones multicolores obtenidas mediante el proceso de cromolitografía, de ahí su nombre. La cromolitografía es una técnica de impresión que utiliza piedras litográficas separadas para cada color, permitiendo la creación de imágenes vívidas y detalladas. Esta innovación técnica fue clave en la revolución de las artes gráficas en el siglo XIX en pleno contexto histórico de la Revolución Industrial, la proliferación de fábricas

y el auge económico que llevó a la competencia entre empresas. Esa necesidad de diferenciación convirtió a la publicidad en una herramienta esencial. Los cromos surgieron como medios de promoción de productos, y las colecciones de estampas contribuyeron a la fidelización de los consumidores hacia una marca específica²⁴.

Los cromos, distribuidos inicialmente en París a través de los almacenes *Au Bon Marché*, rápidamente se popularizaron²⁵. Más allá de su función publicitaria, los cromos también actúan como documentos sociológicos que reflejan aspectos culturales de la época. Su forma, contenido y dimensiones están estrechamente ligados a la publicidad y al coleccionismo, lo que los convierte en objetos de estudio relevantes para comprender la sociedad y la cultura del siglo XIX en adelante.

Desde una perspectiva histórico-artística, los cromos antiguos son considerados piezas valiosas de las artes gráficas. No solo ofrecen una estética y tipos iconográficos que reflejan diferentes estilos artísticos de la época, sino que igualmente proporcionan información literaria, sociológica y de diversas áreas del conocimiento según su temática. Estas estampas pueden ser vistas como ventanas hacia la cultura, la moda, las costumbres y la historia de la sociedad en la que fueron creadas.

En el caso específico de Barcelona²⁶, donde se creó la empresa Gallina Blanca, y posteriormente el álbum de colección y los cromos que vamos a tratar, hay que destacar la relevancia de los cromos dentro del renacer de las artes y las industrias que se vive en el contexto del movimiento Art Nouveau y Modernismo que experimenta

Europa. Trenc (1977) fue pionero en su investigación al otorgar a los cromos la categoría artística dentro del modernismo²⁷. Desde entonces, varias investigaciones han profundizado en este tema, aportando nuevos conocimientos bajo la interpretación y análisis de la metodología de la historia del arte y los estudios sobre cultura visual. Después le siguieron numerosos estudios relevantes, como los de Bergadà y Vélez (1998)²⁸, Fontbona (1988)²⁹ o Ral (1986) entre otros³⁰. Además, destacamos la tesis doctoral de García (2015)³¹ sobre el cromo victoriano (desde 1800 hasta 1920) aportando con su investigación, una información muy valiosa a este periodo de la historia contemporánea. Juan Ral (1922-2010)³² tuvo un papel muy relevante en el coleccionismo y el estudio del cromo en Barcelona, recopiló casi 2.000 colecciones de cromos antiguos durante más de



Fig. 3. Páginas interiores de la Serie 11. Cristóbal Colón. 1er Álbum Gallina Blanca. Serie 11. 1945. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

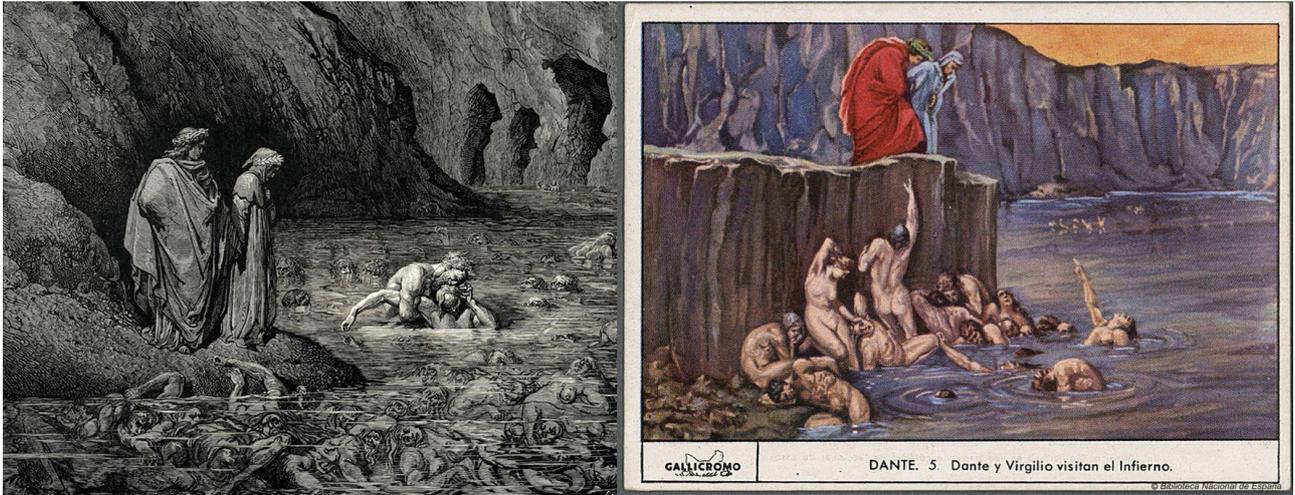


Fig. 4. Gallicromo 5 de la serie de Dante. Grabado de *La Divina Comedia* de Gustav Doré. Álbum *Gallina Blanca*. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

cincuenta años. Fue un trabajo ímprobo que sirvió para dejar un legado esencial para la investigación y conocimientos de este material gráfico.

3. EL ÁLBUM GALLINA BLANCA Y LOS GALLICROMOS

Gallina Blanca³³ es una de las marcas de alimentación más populares en España. Su evolución a lo largo del siglo XX corre pareja a la de los medios publicitarios tales como radio, prensa

o televisión. Los primeros cubitos de caldo concentrado se comercializaron en 1937, lo que supuso toda una innovación en un mercado que estaba a punto de entrar en unos años de recesión a consecuencia de la Guerra Civil y sus consecuencias de los años de posguerra. Aunque ya se había establecido alguna empresa extranjera en España, como *Liebiniz* o *Maggi*, Nestlé siguió ese modelo y se creó en 1909. A partir de la década de los años veinte se fundarían otras empresas de este tipo de “complementos

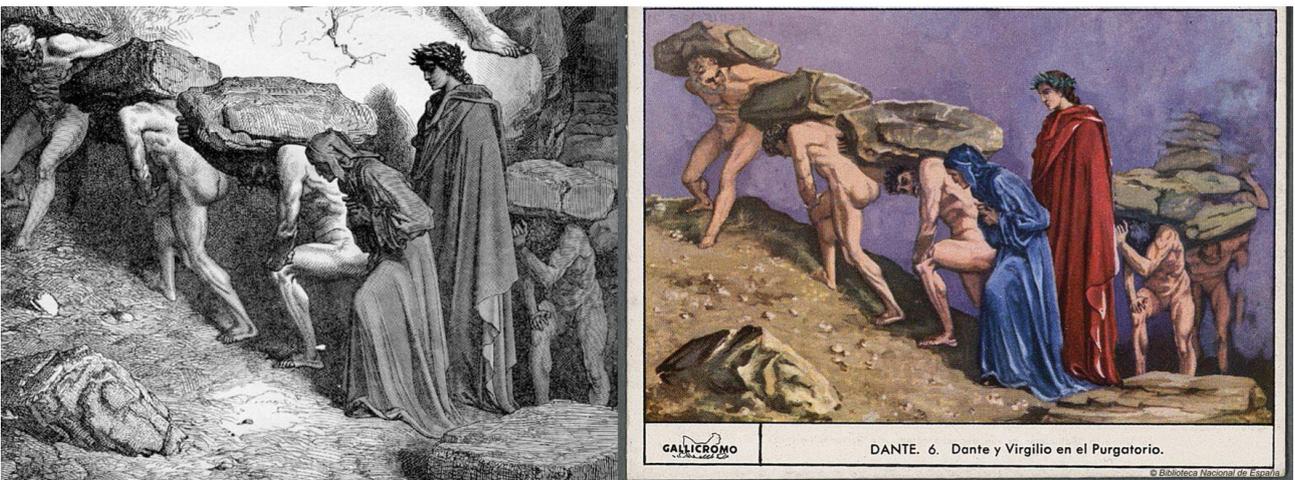


Fig.5. Gallicromo 6 de la serie de Dante. Grabado de *La Divina Comedia* de Gustav Doré. Álbum *Gallina Blanca*. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

alimenticios” en suelo español como *Tex-Ton*, *Manufacturas Españolas Dubler, S.A.* y unos años más tarde, en 1937, se fundaría en Barcelona “*Gallina d’Or*, primero, y *Gallina Blanca*, después” por el empresario Lluís Carulla Canals, tal como apunta Moreno Lázaro en “Estrategias de expansión de una empresa familiar catalana: *Agroalimen*, 1937-2007”³⁴. *Gallina Blanca* siguió los modelos publicitarios del momento, encargando a los más renombrados publicistas como Matra, la realización de un cartel, además de hacer uso de otras estrategias de marketing para diferenciarse de sus rivales y atraer a los compradores. Ya en la década de 1930, *Chocolates Amatller* había hecho uso de los cromos como instrumento publicitario. En 1945, *Gallina Blanca*, los introdujo en su estrategia publicitaria y “editó hasta cinco millones de los llamados *gallicromos*, enciclopedias temáticas coleccionables. Tal fue la demanda de estos libros ilustrados que Carulla tuvo que crear un departamento propio para su edición y distribución”³⁵.

El álbum de *Gallina Blanca* fue todo un fenómeno en su época, se conseguían al cambiar los puntos adquiridos por la compra de cubitos de caldo. Consta de veinte series de cromos de diversa cantidad, de diez, doce o veinticuatro cromos. Un total de doscientos treinta y seis, acompañado por un pequeño texto descriptivo. La portada del álbum muestra una imagen que se hizo muy popular, una gallina personificada, con cofia, gafas y toquilla acompañada por el lema “Caldo de Gallina vieja hace buen caldo, *Gallina Blanca* lo hace mejor”. En las páginas interiores se encontraba la introducción (llamada *Pórtico*) de cada una de las tres ediciones, un detallado índice de las veinte series que contiene y de quien ha escrito cada una de las páginas del lado izquierdo, donde se encuentra el texto explicativo de cada serie. Le siguen las páginas de las instrucciones para completar el álbum, canje, petición de cromos, e incluso el concurso para los que completen la colección: el “Concurso Primer Álbum *Gallina Blanca*”, dispuesto entre las

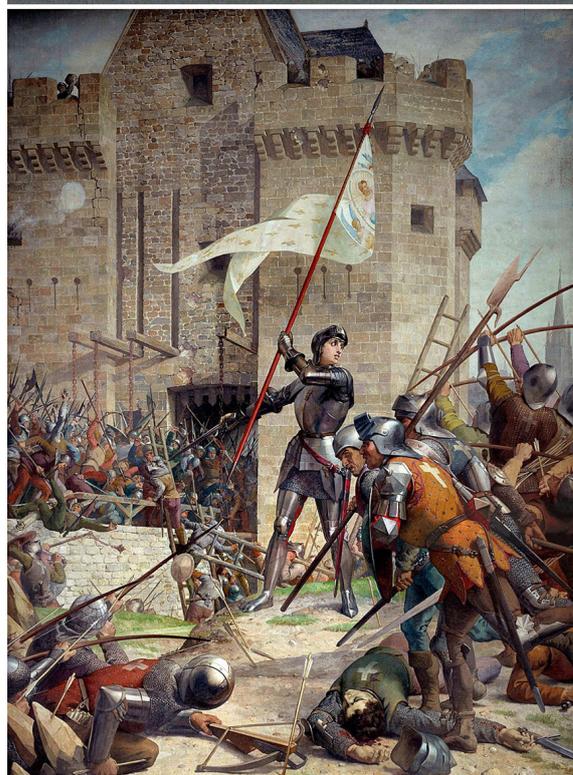
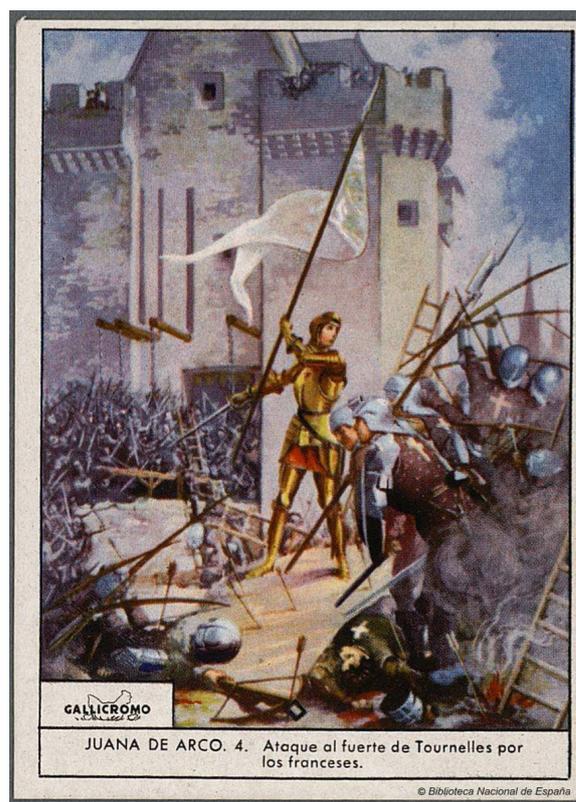


Fig.6. *Gallicromo* 4 de la serie de *Juana de Arco* y en la parte inferior cuadros de la vida de *Juana de Arco* realizado por J. E. Lenepveu. Álbum *Gallina Blanca*. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

páginas de la serie 4 y 5 (Civilización). Como se concibió como una enciclopedia temática coleccionable, desde sus páginas se hacía alusión a los colaboradores, “pedagogos, hombres de letras y de ciencias, dibujantes y pintores miniaturistas, artistas en las artes del papel”³⁶. El único dibujante que se nombra es J. Junceda, (Juan García Junceda) autor de los versos y las ilustraciones de los cromos de las series cuarta y quinta (Civilización). Se intercalan páginas de publicidad de los propios productos de Gallina Blanca. Los cromos se realizaron en *offset* sobre cartulina y se ponían sobre las láminas del álbum, a su vez ilustradas gracias la técnica litográfica. Es destacable la presentación de las páginas donde van las series, las letras capitulares y los grabados litográficos a una tinta que acompaña a las veinte series.

En cuanto a los cromos en sí, destacamos la labor de los ilustradores y artistas comerciales. Para hacer cada una de las series de cromos debían documentarse, utilizar cuadros, grabados o fotografías en blanco y negro, cualquier medio era válido para encontrar fuentes de información fiables para sus pequeñas composiciones, en algunas series, de temas muy novedosos. El Álbum Gallina Blanca se componía de un total de veinte series (tomado del índice de la tercera edición del 1.º Álbum Gallina Blanca)³⁷, entre las que destacamos:

Serie 11.- Cristóbal Colón. Se muestra a Colón de una gran afición al mar desde pequeño. Colón en la Rábida. Colón es recibido por los Reyes Católicos. Colón ante la Junta de Salamanca. Partida en las tres Carabelas del puerto de Palos. Desconfianza de la tripulación. Tierra a la vista. Desembarco en América. Prosiguen las exploraciones. Regreso a España recibimiento de Colón en Barcelona. Muerte de Colón.

Hay que insistir en que era habitual que la imagen de los cromos reprodujese algún cuadro, grabado o estampa de un artista más o menos relevante. En el caso concreto de los cromos sobre Cristóbal Colón, vemos esa traslación casi literal de algunas obras de Francisco Narbona Beltrán, pintor sevillano, discípulo de Eduardo Cano, así como de su



Fig. 7. Gallicromo 5 de la serie de Juana de Arco y en la parte inferior cuadros de la vida de Juana de Arco realizado por Ingres. Álbum Gallina Blanca. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.

maestro, ambos realizaron obras de contenido histórico sobre el genovés, tales como: *Desembarco en América* o *Regreso a España* recibimiento de *Colón en Barcelona* (de Francisco Narbona Beltrán) o *Colón en la Rábida* (de Eduardo Cano)

Unos años más tarde de la edición del Primer Álbum Gallina Blanca (y de sus tres primeras ediciones), se cambiaron las series por otras, entre las que destacamos³⁸:

Serie 2.- Dante. Muestra diversas escenas de la vida de Dante. Imagen de su casa natal en Florencia. Retrato. Dante y Beatriz. Dante es recibido por Fray Hilario. Dante y Virgilio visitan el infierno. Dante y Virgilio en el purgatorio.

Serie 5.- Juana de Arco. Muestra diversas escenas de la vida de Juana de Arco. Casa natal en Domremy, Juana de arco inspirada para salvar Francia, entrada en Orleans, ataque al fuerte de Tournelles por los franceses, Martirio de Juana de Arco en Ruan (1431) y Juana de Arco en el acto de la coronación de Carlos VII.

Serie 6.- La Torre de Londres. Se ilustran con imágenes de la Torre de Londres más algunas escenas de personajes históricos que fueron allí ejecutados como la ejecución del Conde de Strafford. La encarcelación de Tomas Moro. La muerte de los hijos de Eduardo IV o La ejecución de Juana Grey.

Serie 13.- Independencia EE.UU. Se ilustran con diversas escenas de la Guerra de la Independencia de Estados Unidos. Un total de seis cromos componen la serie. Se puede observar desde el ambiente prerrevolucionario, la muerte del general Montgomery, A Washington atravesando el río Delaware o la recepción del presidente Washington en New York.

En cuanto a la serie 1, la que se dedica a Dante, para los referentes visuales de los galliicromos, se han elegido cuadros y grabados clásicos imágenes prácticamente literales. Mostramos un retrato de Dante realizado por Giotto y un par de grabados de Gustav Doré. La siguiente de las series que ponemos de ejemplo es la serie 5, la de Juana de Arco, para la cual se escogen cuadros de J. E. Lenepveu y de Ingres. Para la serie 6 se actúa igual, se escogen algunos cuadros de referencia, como el conocido de Paul Delaroche titulado *Ejecución de Lady Jane Grey*. De la serie 13, la de la *Independencia EE.UU.* se escogen cuadros de John Trumbull o ilustraciones de Howard Pyle.

El 2.º Álbum de Gallina Blanca cambió las ilustraciones por fotografías en blanco y negro o con

201



Fig. 8. Gallicromos de la serie *Independencia de EE.UU.* 1er Álbum *Gallina Blanca*. Barcelona. España. © Biblioteca Nacional de España.



Fig. 9. Gallicromos de la serie *Independencia de EE.UU.* 1er Álbum *Gallina Blanca*. Barcelona, España. © Biblioteca Nacional de España.

algún duotono y redujo el número de series de 150 a 87, tal como aparece mencionado en la página del índice, debido a la escasez del papel a finales de la década de los años cuarenta. “Este 2.º “ÁLBUM” consta de 60 series de temas varios y 27 de temas deportivos. Total 776 cromos” (verso de un cromo del 2.º Álbum *Gallina Blanca*). Ampliare-

mos el análisis de estas series en otra investigación porque contiene un mayor número de cromos, series relacionadas con la historia y porque ya hay un cambio significativo en los recursos, puesto que se emplea la fotografía en vez de la ilustración.

202

4. CONSIDERACIONES FINALES

El texto que presentamos analiza los cromos y álbumes coleccionables como *ephemera* desde el enfoque disciplinar de la historia del arte. Son numerosas las bibliotecas que cuentan con abundante material y el trabajo presentado es una pequeña demostración de lo que puede ofrecer el conocimiento, análisis y contextualización de estos objetos efímeros en un ámbito concreto. Además, insistimos en que el tema de los cromos y álbumes coleccionables es un objeto de estudio que puede ser analizado desde distintas disciplinas, de modo que los enfoques y acercamientos ayudan y favorecen la investigación de unos objetos banales y populares, fruto de una de las estrategias de marketing más relevantes desde el siglo XIX, muy empleada en todo el mundo y que caló pronto en numerosas empresas españolas desde la segunda mitad del siglo XX. Estas colecciones ofrecen miles de imágenes para poder estudiar y comparar con otras manifestaciones culturales y medios de masa vigentes.



Fig. 10. Portada del 2.º Álbum *Gallina Blanca*. 1949. Barcelona, España. Fotografía: Autora.

NOTAS

- ¹ BERGADÀ, Eloi y VÉLEZ, Pilar. *El Cromo a Catalunya: 1890-1936*. España: Molins de Rei, 1998.
- ² GARCÍA LOIZAGA, Miguel. *El cromo victoriano como medio de comunicación de masas (1800-1920)*. Málaga: Universidad de Málaga, 2015. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10630/11635>. [Fecha de acceso: 28/01/2024].
- ³ DE VOS, Thierry. *Chromos, Les premieres publicités*. París: Armonía, 2007.
- ⁴ CONDE, Javier. *Lo tengo no lo tengo. Los cromos: historia de una ilusión*. Madrid: Espasa, 1998.
- ⁵ CACHÁN CRUZ, Roberto y FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, Óscar. "Deporte o religión: un análisis antropológico del fútbol como fenómeno religioso". *Apunts: Educación física y deportes* (Barcelona), 52 (1998), págs.10-15.
- ⁶ GRANADOS, Alex. *NFT, qué son, para qué sirven y cómo van a cambiarlo todo*. Madrid: La esfera de los libros, 2022. MEDINA AMORES, María y MEDINA, Miguel Ángel. "El arte NFT y su irrupción en el mercado del arte". *Boletín de Arte* (Málaga), 43 (2022), págs. 207-220. Disponible en: <https://doi.org/10.24310/BoLArte.2022.vi43.14377>. [Fecha de acceso: 15/02/2024].
- ⁷ COLOMER, Teresa; KÜMMERLING-MEIBAUER, Bettina y SILVA-DÍAZ, Cecilia. (Eds.). *Cruce de miradas: nuevas aproximaciones al libro-álbum*. Barcelona: Banco del Libro, Grupo Gretel, 2010.
- ⁸ CORRERO IGLESIAS, Cristina. *Los libros infantiles en el siglo XXI: caracterización de las obras infantiles destinadas a los primeros lectores*. Tesis Doctoral. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2018. Disponible en: <https://hdl.handle.net/10803/665173>. [Fecha de acceso: 05/02/2024].
- ⁹ MARTÍNEZ-REINA, Marlon y AMADO-GONZÁLEZ, Eliseo. "Historia y didáctica de la química a través de sellos postales: un ejemplo con Marie Curie". *Educación química* (México), 24 (2013), págs. 71-78. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4186479>. [Fecha de acceso: 10/02/2024].
- ¹⁰ ILLANA-ESTEBAN, Carlos. "Los cromos de setas de Nestlé". *Yesca* (Maliaño), 32 (2020), págs. 21-26.
- ¹¹ SANTOLARIA CASTELLANOS, Ana Isabel y RAMOS ALDERETE, Jaime. "La colección como método de conocimiento". *Constelaciones. Revista De Arquitectura De La Universidad CEU San Pablo*, (Madrid), 10 (2022), págs. 15-30. Disponible en: <https://doi.org/10.31921/constelaciones.n10a1>. [Fecha de acceso: 15/02/2024].
- ¹² FONT-COMPANY, Enric. "No es arte, pero me produce la misma sensación: la colección, herramienta de aprendizaje". *Educación artística: revista de investigación (EARI)* (Valencia), 13 (2022), págs. 65-76. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.7203/eari.13.20732>. [Fecha de acceso: 12/02/2024].
- ¹³ FONT-COMPANY, Enric. "No es arte...". Op. cit., pág. 67.
- ¹⁴ ILLANA-ESTEBAN, Carlos. "Los cromos de hongos de la chocolatería Aigubelle". *Yesca* (Maliaño), 33 (2021), págs. 13-19.
- ¹⁵ ILLANA-ESTEBAN, Carlos. "Los cromos Liebig de setas y trufas". *Boletín de la Sociedad Micológica de Madrid* (Madrid), 43 (2019), págs. 203-212.
- ¹⁶ ILLANA-ESTEBAN, Carlos. "Los cromos de setas...". Op. cit., pág. 25.
- ¹⁷ GANCHO HERNÁNDEZ DE LA HUERTA, Claudio. *Gallina Blanca ya es de Oro, 1937-1987*. Barcelona: Gallina Blanca, 1987.
- ¹⁸ HURTADO NAVARRETE, Jesús. "Martín Collado y sus cromos". *Boletín de la sociedad de amigos de la cultura de Vélez-Málaga* (Málaga), 13 (2014), págs. 85-88.
- ¹⁹ *Collections of Printed materials. John Bagford*. Disponible en: <https://www.bl.uk/collection-guides/harley-manuscripts>. [Fecha de acceso: 10/02/2024].
- ²⁰ *New-York Historical Society/*. Disponible en: <https://cutt.ly/1tFmyRK>. [Fecha de acceso: 11/02/2024]. *Bella C. Landauer Collection of Business and Advertising Ephemera/*. Disponible en: <http://dlib.nyu.edu/findingaids/html/nyhs/landauer/>. [Fecha de acceso: 10/02/2024].
- ²¹ LEWIS, John. *Printed Ephemera. The changing uses of type and letterforms in English and American printing*, Suffolk: Woodbridge. 1990 [1962].

- ²² CLINTON, Alan. *Printed ephemera. Collection organization, access*. London: Clive Bingley, 1981.
- ²³ RAMOS, Rosario. *Ephemera: la vida sobre papel: colección de la Biblioteca Nacional*. Madrid: Biblioteca Nacional, 2003.
- ²⁴ CONDE, Javier. *Lo tengo no lo tengo...* Op. cit.
- ²⁵ LÓPEZ PÉREZ, Fátima. "Picture card collecting". En: SALA, Teresa (Coord.). *Considering and interpreting leisure. Pastimes, entertainments, hobbies and addictions in the Barcelona of 1900*. Barcelona: Publicaciones y Ediciones Universidad de Barcelona. Colección Singularidades, 2013, págs. 87-101. Disponible en: <http://www.publicacions.ub.edu/ficha.aspx?cod=07727>. [Fecha de acceso: 16/02/2024].
- ²⁶ LÓPEZ PÉREZ, Fátima. "El lenguaje de las flores en el Modernismo de Barcelona: precedentes e influencias francesas". En: INMACULADA OSUNA, Ana Martínez e INFANTES, Víctor (Eds.). *Palabras, símbolos, emblemas. Las estructuras gráficas de la representación*. Madrid: Turpin Editores, 2013, págs. 313-321. Sociedad Española de Emblemática. Disponible en: <http://emblematica.es/anejo-2>. [Fecha de acceso: 17/02/2024].
- ²⁷ TRENC BALLESTER, Eliseo. *Les arts gràfiques de l'època modernista a Barcelona*. Barcelona: Gremi d'Indústries de Barcelona, 1977.
- ²⁸ BERGADÀ, Eloi y VÉLEZ, Pilar. *El Cromo a Catalunya...* Op. cit.
- ²⁹ FONTBONA, Francesc. "El cromo, un gènere genuí de les acaballes del segle XIX". *Serra d'Or* (Barcelona), 349 (1998), págs. 67-74.
- ³⁰ RAL BOLET, Juan. *Catálogo del cromo antiguo en España*. Barcelona: CopiArt, 1986.
- ³¹ GARCÍA LOIZAGA, Miguel. *El cromo victoriano como medio de comunicación de masas (1800-1920)*. Málaga: Universidad de Málaga, 2015. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10630/11635>. [Fecha de acceso: 28/01/2024].
- ³² RAL BOLET, Juan. *Cromos para recordar*. Barcelona: Creaciones Graf.32, 2007.
- ³³ MORENO-LAZARO, Javier. "Estrategias de expansión de una empresa familiar catalana: Agrolimen", 1937-2007". *Revista de Historia Industrial* (Barcelona), 41 (2009), págs. 49 -89.
- ³⁴ MORENO-LAZARO, Javier. "Estrategias de expansión...". Op. cit., pág. 51.
- ³⁵ GANCHO HERNÁNDEZ DE LA HUERTA, Claudio. *Gallina Blanca ya es de Oro, 1937-1987*. Barcelona: Gallina Blanca, 1987, pág. 30. Citado en MORENO-LAZARO, Javier. "Estrategias de expansión...". Op. cit., pág. 55.
- ³⁶ RAMOS, Rosario. *Ephemera: la vida sobre papel...* Op. cit., pág. 312.
- ³⁷ 1.- *Una visita a Gallina Blanca*. Por Dr. Walter Peneke (Ingeniero Químico – Exprofesor de la Universidad de Gratz. Jefe de producción de Gallina Blanca, I.A.), Claudio Jorba (Director general de Hacienda Gallina Blanca, I.A.) y José Rondisoni (Profesor de cocina de Gallina Blanca, I.A.); Serie 2.- *La Guerra Moderna*. Por José Cotrina (Coronel de artillería – Abogado); Serie 3.- *Estrellas de la Pantalla*; Series 4 y 5.- *Civilización*. Por Carlos Soldevila (Novelista). Dibujos a color y versos de J. Junceda); Serie 6.- *El vino (de la viña a la mesa)*. Por Miguel de Mata (Ingeniero agrónomo- Jefe de la Jefatura Agronómica de Tarragona); Serie 7.- *Los viejos castillos de España*. Por Alejandro Satorras (Catedrático de Filosofía del Instituto Nacional de Tarragona); Serie 8.- *Pajarillos que anidan nuestro huerto*. Por Juan Centellas Catedrático de Ciencias Naturales del Instituto Nacional de Bilbao); Serie 9.- *La casa rural en España*. Por J. de M. Ferrés Puig (Arquitecto); Serie 10.- *El fútbol, deporte de todos los tiempos*. Por Carlos Pardo (Reportero de fútbol de El Mundo Deportivo de Barcelona); Serie 11.- *Cristóbal Colón*. Por Fernando Giménez Artigas (Prof. A de Derecho Internacional de la Facultad de Derecho de Barcelona); Serie 12.- *Lana (de oveja al vestido)*. Por José Arbós Batista (Ingeniero de Industrias Textiles); Serie 13.- *Flores*. Por Simón Dot (Rosalista); Serie 14.- *La vida en el puerto*. Por José Estrader Botey (Capitán de la Marina Mercante. Práctico del Puerto de Barcelona); Serie 15.- *Fabricación del acero*. Por José Campabadal (Ingeniero Industrial); Serie 16.- *Frutos de España*. Por Eladio Morales Fraile (Ingeniero Agrónomo – Jefe de "relaciones Agronómicas con el Extranjero" del Ministerio de Agricultura; Serie 17.- *Cuentos clásicos de la Abuelita*. Por María Luz Morales (Novelista); Serie 18.- *Fauna submarina*. Por M.ª de los A. Ferrer Sensat (Catedrática de Ciencias Naturales del Instituto Nacional de Reus); Serie 19.- *Lucha en el reino animal*. Por José M.ª Séculi (Inspector Nacional Veterinario); Serie 20.- *Pesca del bacalao y de la sardina*. Por Francisco Español (Farmacéutico Conservador del Museo de Ciencias Naturales de Barcelona)
- ³⁸ Serie 1.- *Año Santo*; Serie 2.- *Dante*; Serie 3.- *Mariposas*; Serie Serie 4.- *Cervantes*; 5.- *Juana de Arco*; Serie 6.- *La Torre de Londres*; Serie 7.- *Molinos de viento*; Serie 8.- *Dirigibles*; Serie 9.- *Paracaidistas*; Serie 10.- *Artillería Moderna*; Serie 11.- *Hulla Blanca*; Serie 12.- *Guerra en la Selva*; Serie 13.- *Independencia EE.UU.*; Serie 14.- *Oro Negro*; Serie 15.- *Observación y vigilancia*; 16.- *Radio y Televisión*; Serie 17.- *Cobre*; Serie 18.- *Construcciones navales* y Serie 19.- *Suiza*.

Quiroga
Revista de Patrimonio
Iberoamericano

