

[http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vinetas\\_de\\_cristal\\_las\\_historietas\\_de\\_las\\_placas\\_de\\_linterna\\_magica\\_en\\_el\\_ambito\\_domestico\\_1850-1920.html](http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vinetas_de_cristal_las_historietas_de_las_placas_de_linterna_magica_en_el_ambito_domestico_1850-1920.html)

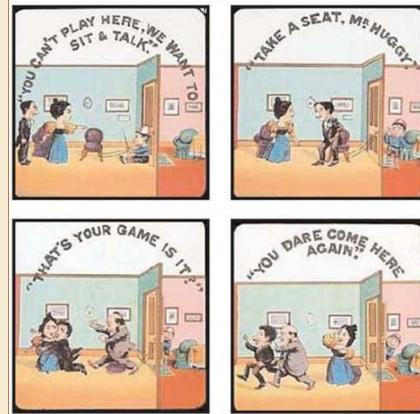
TEBEOSFERA / DOCUMENTOS / DOCUMENTOS

## VIÑETAS DE CRISTAL. LAS HISTORIETAS DE LAS PLACAS DE LINTERNA MÁGICA EN EL ÁMBITO DOMÉSTICO (1850-1920) (TEBEOSFERA, Madrid, 31-VII-2009)

Autor: FRANCISCO JAVIER FRUTOS ESTEBAN, CARMEN LÓPEZ SAN SEGUNDO

Publicado en: TEBEOSFERA 2ª EPOCA 4

**Notas:** Este documento forma parte de la tesis doctoral de los autores, se reproduce tal y como lo han cedido a Tebeosfera. Las imágenes que se van insertando a lo largo de este ensayo están descritas en el anexo final, con la relación de sus títulos, que pueden leerse al hacer clic sobre cada grupo de tres.



Fragmento de Willie's Revenge,

### RESUMEN

A lo largo del siglo XIX, las proyecciones audiovisuales mediante linterna mágica reflejaban una fértil actividad industrial dirigida a dos sectores bien definidos: el profesional, que apostaba por productos y servicios dirigidos a instituciones y espectáculos públicos, y el doméstico, que suministraba al mercado aficionado e infantil. El mercado doméstico trascendía la mera construcción de aparatos, pues los fabricantes vendían en el interior de cajas lujosamente decoradas, no sólo la linterna mágica, sino también un cierto número de "viñetas de cristal", es decir, de colecciones de historietas listas para proyectar.

## Viñetas de cristal. Las historietas de las placas de linterna mágica en el ámbito doméstico (1850-1920)



### Una breve historia sobre la linterna mágica

A pesar de la dificultad que supone reconstruir la cultura audiovisual previa al siglo XVIII, hay testimonios que demuestran cómo se prodigaron en Europa las sesiones públicas de linterna mágica, un medio audiovisual basado en la proyección de imágenes y uso sincrónico de sonidos que alcanzó entre los siglos XVII y XIX una significativa trascendencia cultural. El jesuita alemán Atanasio Kircher ha sido durante mucho tiempo considerado el inventor de la linterna mágica al describir en el libro décimo de su *Ars magna lucis et umbrae* cómo los principios ópticos de la linterna mágica y la cámara oscura eran reversibles. Según autores como Millingham (1945), Cuenca (1948), Ceram (1965) o Staehlin (1981), desde mediados del siglo XVII Kircher pudo emplear la proyección de imágenes en sus clases del Centro de Estudios Superiores de los Jesuitas en Roma, mediante un aparato que tenía forma cilíndrica y una lente a modo de condensador que proyectaba, ampliadas sobre una pantalla, imágenes pintadas con colores translúcidos sobre delgados trozos de vidrio. Esta hipótesis tan extendida no ha podido ser confirmada por ninguna

fuerza, ya que la primera publicación de *Ars magna lucis et umbrae* es de 1646, y hasta la edición de 1671 no aparece la descripción antes citada.

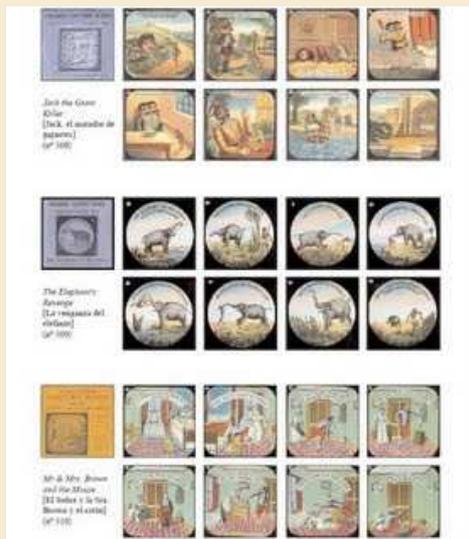
En cualquier caso y a la espera de la posible confirmación documental de la 'hipótesis Kircher', antes de 1671, año de publicación de la edición de *Ars magna lucis et umbrae* en la que aparece la 'primera' descripción de una linterna mágica, existe un testimonio que confirma el empleo de dicho medio técnico en Europa. El astrónomo, físico y matemático holandés Christiaan Huygens pudo manejar la linterna mágica, al menos, desde 1659, ya que en uno de sus manuscritos aparecen dibujadas diez figuras



macabras que podrían haber servido como bocetos para fabricar una placa animada por el sencillo método de superponer dos láminas de vidrio: una fija, representando el esqueleto sin el cráneo, ni el brazo derecho; y otra móvil, con el dibujo del cráneo y el brazo solamente.

De la invención de una tecnología, en pocas décadas, se pasó a la emergencia pública de un dispositivo, que de forma genérica se denominó «linterna mágica», y que fue definido en 1734 por el Diccionario de Autoridades de la Real Academia Española (DRAE) en los siguientes términos:

Machina catóptrico-dióptrica, dispuesta no sólo para la diversión de la gente, sino también para mostrar la excelencia del arte. Reducese a una caja de hoja de lata o de otro cualquier metal, donde está oculta una luz delante de un espejo cóncavo, enfrente del cual hay un cañón con dos lentes convexas, y pasando por ellas la luz forma un círculo lúcido en una pared blanca hacia donde se dirige. Introdúcense entre la luz y las lentes unas figuras muy pequeñas, pintadas en vidrio o calco con colores transparentes, y se ven representadas con toda perfección en la pared, sin perder la viveza de los colores, y en mucho mayor tamaño, aumentándole o disminuyéndole lo que se quiere, con acortar o alargar el cañón (DRAE, 1734, pp. 413-414).



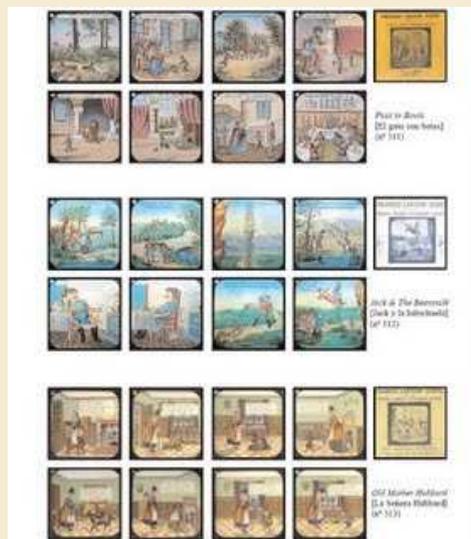
En el siglo XVIII y en los primeros tres cuartos del siglo XIX, la linterna mágica se institucionalizó como medio de comunicación, y tras su industrialización y comercialización en serie, acaecida en el último cuarto del siglo XIX, las proyecciones audiovisuales mediante linterna mágica se acabaron consolidando como un medio sumamente versátil, que ocupó todos los ámbitos sociales, como refleja el folleto del fabricante Walter B. Woodbury, *Science at Home. A series of Experiments in Chemistry, Optics, Electricity, Magnetism etc. Adapted for the Magic Lantern*:

La linterna mágica se ha convertido, o se está convirtiendo a toda velocidad, en uno de nuestros mejores profesores particulares: además de entretener a nuestros pequeños, puede transformarse en un instrumento para la divulgación de la ciencia entre nuestras amistades cuyos límites en absoluto los marca la colección de transparencias fotográficas o coloreadas que quizás poseamos (Woodbury, 1874, pp. 2).

Y es que, como también afirmaba el constructor británico Charles A. Parker:

Hay pocos instrumentos de naturaleza científica calculados para entretener e instruir mejor que la linterna óptica... Puede decirse que mientras otros instrumentos, como el microscopio o el telescopio, no atraen sino al ojo educado, los efectos de la linterna son de tal naturaleza que se pueden apreciar y entender por un gran número de personas al mismo tiempo (Parker, 1890, p. 19).

Según la lista de fabricantes y comerciantes de linterna mágica activos en Gran Bretaña durante el siglo XIX, confeccionada por John Barnes y publicada en *Magic Images* (Magic Lantern Society, 1990, pp. 19-30), existieron en aquel país hasta un total de 112 fabricantes o comerciantes, la mayoría de ellos activos en los últimos treinta años del siglo XIX, y entre los que cabe citar a Acher & Sons, Newton & Co., Perken, Son & Rayment, Riley Brothers, Theobald & Co., W. Wasson & Son y otros. En el resto de los países europeos fabricantes aún no se han confeccionado listas tan exhaustivas. En Francia, Laurent Mannoni (1994), a partir de datos obtenidos en *L'Annuaire du commerce* de París, entre 1800 y 1900, cita más de una veintena, entre los que destacaban las famosas casas de Louis Aubert, la saga Lapiere -Auguste y Édouard Virgile-, Alfred Molteni, Elie Xavier Mazo o Jules Duboscq. Por su parte, Ernst Hrabalek (1985) menciona como las más importantes casas alemanas a la Gebrüder Bing, Georg Carette, Max Dannhorn, Johann Falk, Carl Müller, Ernst Plank y Jean Schoenner. En España sólo se tienen algunos datos preliminares, a partir del trabajo de rastreo realizado en la *Investigación de los factores que propiciaron la animación de la imagen, así como de la recepción de este fenómeno en España (1871-1896)*, dirigida por Gilles Multigner y financiada por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales en 1994.



El apogeo industrial que demuestra esta relación de casas fabricantes corresponde al final de un proceso de simplificación y mejora técnica, llevado a cabo en un contexto de mercado muy heterogéneo y competitivo, sujeto a una demanda diversificada. De esta manera, lo que empezó

siendo un mecanismo producto de artesanos o del propio linternista, acabó alumbrando una actividad industrial enormemente fértil dirigida a dos sectores bien definidos: el doméstico, que suministraba al mercado aficionado e infantil, y el profesional, que apostaba por productos y servicios dirigidos a instituciones y espectáculos públicos.

Una industria que trascendía la mera construcción de aparatos, pues habitualmente, los fabricantes vendían en el interior de cajas lujosamente decoradas, no sólo la linterna mágica, sino también accesorios, un cierto número de colecciones de transparencias, elaboradas por la propia casa, y pequeñas publicaciones o catálogos, que incluían desde instrucciones de uso a lecturas para acompañar las proyecciones. Incluso se editaron publicaciones que revelaban trucos y secretos de los grandes proyccionistas, para los aficionados deseosos de deleitar a sus invitados en las sesiones privadas, como por ejemplo, *The Magic Lantern: Its Construction and Management, an Illustrated Manual Showing How To Make a Magic Lantern and How To Produce Many Beautiful and Startling Effects*, editada por Lock & Co., en 1888.

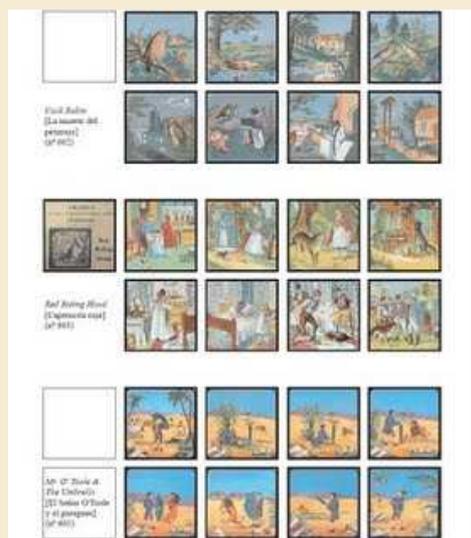
La casa alemana Gebrüder Bing (G.B.N.), por ejemplo, ofrecía con sus modelos infantiles, y en cinco idiomas, los siguientes consejos prácticos que aparecían en las instrucciones que acompañaban a sus linternas mágicas:

Colocar la linterna sobre una mesa, a una distancia de 1 m. o 1.50 m. de una pared muy blanca, o de una tela o papel bien estirados; enciéndase la mecha, iguálase bien y levántese lo más posible, pero sin producir humo. Poner la lámpara en su sitio, cuidando que la llave quede de lado, de manera que se pueda regular la llama desde fuera. Introducir las vistas al revés en la abertura practicada al efecto, o portavistas, y enfocar hasta que la proyección sea bien visible. Cuanto menor sea la distancia a la pared, tanto menores serán las proyecciones, pero lo que pierden en tamaño lo ganarán en claridad y detalle; lo contrario ocurre cuando la distancia aumenta, y el efecto obtenido es en ambos casos proporcional a la oscuridad que reina en la habitación.

En muchas ocasiones, si las placas no tenían el texto grabado en el cristal, se comercializaban textos que reforzaban aún más su poder evocador. La casa francesa Mazo editó un volumen titulado *Les narrations*, escrito para acompañar a 106 series de transparencias dibujadas, alrededor de 1.086 vistas en total.



### Las historietas de las transparencias domésticas



Las transparencias domésticas vendidas en esta época, tanto por los fabricantes de linternas como por los artesanos especializados, recogían los motivos que tradicionalmente habían formado parte de las veladas de linterna mágica. Imágenes que ilustraban todo tipo de temas documentales – monumentos o viajes–, educativos – fábulas, obras de autores famosos, mitología o reproducciones de obras de arte–, religiosos o alegóricos, cuentos populares e infantiles, historias cómicas, series de personajes grotescos o acontecimientos de actualidad.

En muchas ocasiones las fuentes de inspiración partían de la ilustración impresa, un medio que se estaba desarrollando paralelamente a la linterna mágica y con la que tendría muchos puntos en común. Mucho antes de que el New York World publicara, en 1896, la serie protagonizada por el travieso *Yellow Kid*, firmada por Richard F. Outcault y considerada por muchos como el primer cómic moderno de la Historia, la ilustración seriada e impresa llevaba bastantes páginas de andadura. Concretamente desde 1827, año en que Rodolphe Töpffer hizo el borrador de su primera historieta, uniendo un determinado número de viñetas para expresar una

idea bastante más elaborada que las requeridas por aquel entonces por los periódicos o los libros ilustrados. Ese momento, que marcó un nuevo avance en la independencia de la imagen gráfica frente a su tradicional sumisión al texto, fue un paso decisivo, que tendría continuación en 1840, al empezar a imprimirse las historietas en revistas, en la prensa periódica y, definitivamente, ya en la década de los ochenta, en libros monográficos.

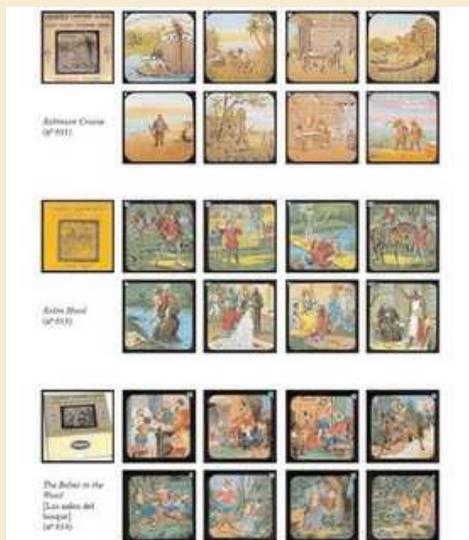
Por tanto, desde mediados del siglo XIX la ilustración –que engloba desde la tarjeta postal hasta la caricatura, pasando por el grabado periodístico y la tira cómica, directamente



relacionada con la expansión de una cultura popular, industrial y alfabetizada— contará con la misma audiencia que disfrutaba la linterna mágica. Congregaban en el salón de lectura al mismo público de todas las edades para hojear las revistas cómicas, o para escuchar la lectura en voz alta de literatura familiar, publicada por entregas y debidamente ilustrada.

A la vista de todos estos paralelismos, se entiende perfectamente que ilustradores de la talla de Wilhelm Busch o Gustave Doré prestaran sus imágenes para que fueran proyectadas en las pantallas. Hay noticias de que el francés Henri Robin, el 17 de julio de 1863, pidió permiso al editor francés Louis Hachette para reproducir los grabados realizados por Doré para L'enfer de Dante. El linternista quería ofrecer unas fantasmagorías en su sala, empleando para ello los motivos incluidos en aquella publicación. No se sabe cuál fue la respuesta de Hachette, pero sí se conoce la autorización concedida a finales de siglo por su colega Alfred Mame para utilizar imágenes de La sainte Bible, ilustrada también por Doré y editada en 1866, en una colección de cristales de la firma francesa Mazo.

La evolución de las técnicas de producción y registro de placas de linterna mágica pueden sintetizarse mediante la siguiente secuencia: las transparencias pintadas a mano mediante técnicas pictóricas que dieron paso durante el siglo XIX a las técnicas de estampación y fotográficas. Al propio tiempo, los temas y motivos tomados de la literatura popular fueron cambiando paulatinamente. Cabe suponer que los temas tradicionales se usaron en el siglo XVIII para el entretenimiento general de adultos y niños por igual, pero con la institucionalización gradual del uso de la linterna en el siglo XIX (aplicado cada vez más a las charlas 'serias' y al evangelismo) los temas populares se empezaron a considerar más bien como entretenimiento infantil (cuentos fantásticos y canciones para niños). En este sentido, las vistas de linterna inspiradas en temas de la literatura popular experimentaron un desarrollo parecido al del propio género literario.



A partir de 1880 la producción cada vez más abundante de linternas y transparencias litográficas de bajo precio constituyó un factor adicional que convirtió a las linternas en artefactos asequibles para el ocio familiar y aumentó la demanda de temas infantiles. Por ejemplo, las familias inglesas que poseían un equipo doméstico podían adquirir las transparencias litográficas de la serie Primus — comercializadas en Gran Bretaña en torno al año 1900 por la firma Butcher & Son. Mientras tanto, las numerosas linternas de juguete producidas por fabricantes alemanes a finales del siglo XIX solían suministrarse con juegos de transparencias en miniatura que recogían imágenes de cuentos fantásticos y canciones infantiles. Para finalizar este breve recorrido por el mercado generado en torno a la linterna mágica, conviene profundizar en dos aspectos más: las marcas comerciales registradas (*trademarks*) y la edición de catálogos de venta.

#### Las marcas comerciales registradas

La utilización de marcas comerciales registradas por parte de los fabricantes de linternas y transparencias sigue una pauta muy parecida a la que se da en otros sectores industriales de finales del siglo XIX, con diferencias según los países en función de las distintas legislaciones. Entre los fabricantes de linternas, fueron las empresas alemanas y británicas las que recurrieron de forma más destacada a las marcas registradas. En Gran Bretaña, esta práctica comercial —que existía desde hacía mucho tiempo de un modo informal—, sufrió un proceso de racionalización promovido por una serie de leyes aparecidas en el periodo 1860-1890 que culminaron en la norma denominada Trade Marks Act de 1888, donde se regulaba el registro formal de marcas comerciales. Una vez registradas y publicadas en un diario de marcas comerciales, las marcas se consolidaban como propiedad intelectual de sus dueños, de suerte que su uso o copia no autorizada podía dar lugar a las actuaciones legales pertinentes. Se trataba de una entidad jurídica diferente a la de derechos de autor, una figura a la que también se acogieron varios fabricantes de transparencias en su afán de proteger las imágenes de su creación. En el caso de una marca comercial registrada, la protección jurídica recaía en la utilización de la propia marca, no de su contenido ni del diseño de los artículos a los que identificara.

En la última década del siglo XIX se generalizó el uso de marcas comerciales a medida que los fabricantes se esforzaban por diferenciar sus productos de los de la competencia. En el mundo de la linterna las marcas se aplicaron fundamentalmente en el sector de la fabricación de equipamientos, aunque York & Son, G. W. Wilson y otros fabricantes de transparencias protegieron con marcas comerciales sus vistas y textos para linterna mágica. Tres eran los motivos principales que movían a los fabricantes a registrar sus marcas comerciales: impedir las falsificaciones, diferenciar productos que por lo demás eran similares y establecer una referencia comercial reconocible a la que pudieran acudir una y otra vez sus clientes.

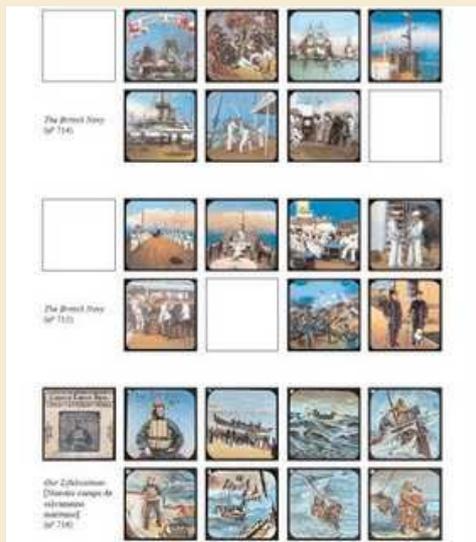
Las marcas comerciales tenían formulaciones diversas: unas



sencillas iniciales –por ejemplo, la denominación G.W.W. del fabricante Wilson–, nombres comerciales de nueva invención –como en el caso de la marca Optimus de Perken & Sons–, logotipos gráficos como el escogido por el fabricante Wrench y consistente en una llave de tuerca y designada en inglés por la misma palabra o la serpiente de la casa York & Son... La obra de Hrabalek (1985) reúne una detallada información gráfica sobre las marcas comerciales fabricantes de linternas mágicas en Alemania.

### Los catálogos de venta

Los catálogos o materiales impresos que describen los equipos y las transparencias ofrecidos por fabricantes y proveedores se encuentran entre las fuentes más importantes para el estudio de la historia de la linterna mágica. Las linternas aparecen ya inventariadas en los catálogos de los fabricantes de instrumentos ópticos en general del siglo XVIII: de especial interés es la serie de catálogos publicados por la empresa Musschenbroek, radicada en Leiden. El Museo Nazionale del Cinema de Turín posee un catálogo publicado en 1758 por el óptico veneciano Biagio Burlini que incluye una lámina donde se representa una linterna junto con un zoogoscopio, una imagen anamórfica y una cámara oscura.

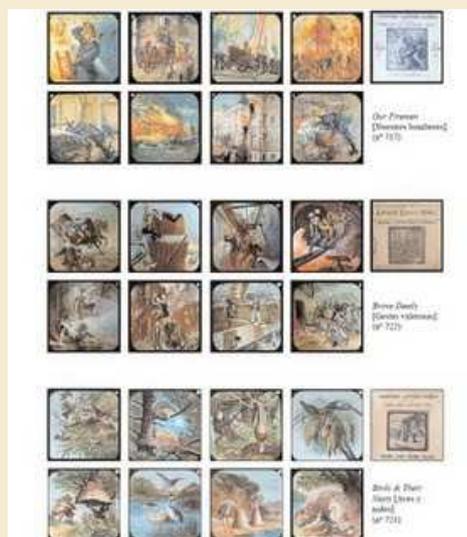


A partir del segundo cuarto del siglo XIX, Philip Carpenter transformó el negocio de la linterna mágica en una actividad industrial organizada, sobre todo gracias a la producción múltiple de vistas mediante la utilización de láminas de cobre. Entre las diversas publicaciones de la firma Carpenter & Westley algunas incluían inventarios sistematizados de los materiales suministrados por dicho fabricante. Hacia 1850 otras firmas, sobre todo Horne & Thornwaite y Negretti & Zambra publicaban pequeños folletos donde se catalogaban sus suministros de linterna mágica. Este tipo de materiales ocupaban también una porción importante de otros catálogos generales, más amplios, publicados por los fabricantes de instrumentos ópticos Horne y Thornwaite, cuyo socio E. G. Wood se establecería por su cuenta con una empresa de importancia dedicada a la venta de linternas y cristales (como se cita en Crangle, Herbert & Robinson, 2001, p.221).

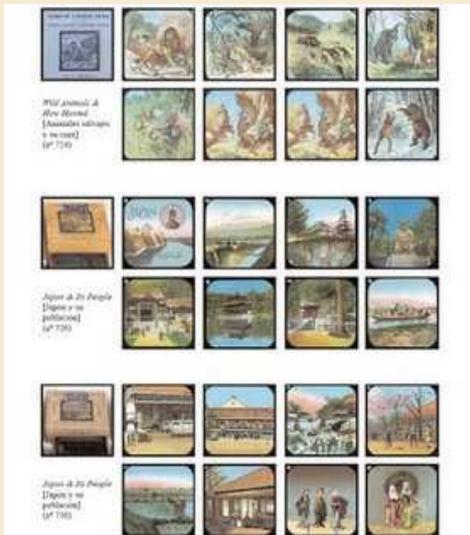
A finales de la década de los setenta del siglo XIX los proveedores y fabricantes al por menor eran conscientes de la necesidad de publicar un catálogo que sus clientes pudieran obtener por correo a cambio de una módica cantidad. El precio oscilaba, por lo general, entre los ocho y

diez peniques en sellos de correos. Por aquellas fechas los empresarios británicos J. Valentine y G. W. Wilson presumían de un catálogo compuesto por más de 3000 temas ilustrados y 2000 fotográficos, respectivamente. Con la rápida expansión del sistema de alquiler de placas y de linternas mágicas durante la década de los ochenta del siglo XIX, no tardaron en verse eclipsados aquellos catálogos de modesta extensión. El catálogo de la firma Hughes correspondiente al año 1882, por ejemplo, constaba de 176 páginas generosamente ilustradas, de las que 130 estaban dedicadas a las placas de linterna mágica. Los catálogos publicados en los últimos años del siglo XIX por proveedores como Newton, Woods o el denominado Ejército de la Iglesia (Church Army) eran obras monumentales de dimensiones enciclopédicas que siguieron empleándose hasta bien entrado el siglo XX. De hecho, el catálogo del Ejército de la Iglesia seguía circulando a finales de los años 40 con una etiqueta adhesiva en su portada en la que se pedían disculpas por el incremento del 25% en el precio de transparencias y filminas a partir del 1 de enero de 1947.

De particular interés son los catálogos publicados por mayoristas en las dos últimas décadas del siglo XIX. Se trataba de publicaciones anónimas en pasta dura, sólidas y plenamente ilustradas. Unas obras cuyo anonimato les confería un cierto carácter enigmático. En ellas se ofrecía una amplia gama de aparatos y transparencias en las cuales no se identifica a los fabricantes de los artículos, ni se indica el procedimiento a seguir o el lugar al que hay que dirigirse para hacer la adquisición de los materiales. De hecho, ni siquiera aparecen los nombres de los editores o impresores de los volúmenes o sus fechas de publicación. Con frecuencia, sin embargo, resulta fácil identificar determinados artículos, como productos de un fabricante concreto. Es de suponer que este tipo de publicaciones eran el resultado de la colaboración entre varios fabricantes, que se suministraban a los minoristas junto con una separata en la que figuraba un código indicador del procedimiento a seguir para adquirir tal o cual artículo. De este modo, el minorista podía invitar a sus clientes a escoger productos del catálogo sin tener que revelar la identidad de sus proveedores. Este modo de operar se derivaba de la desconfianza mostrada por los comerciantes del siglo XIX a la hora de revelar el origen de sus artículos, todo esto por miedo a que los clientes intentaran comprar directamente a un precio más bajo del proveedor original.



Pocas publicaciones igualaron las dimensiones y el alcance de los catálogos de vistas de linterna mágica de las firmas británicas Newton & Co. y J. Theobald & Co. Las distintas ediciones del primero llegarían a superar las 1.200 páginas –en dos volúmenes– y a inventariar entre 100.000 y 200.000 transparencias. El usuario de Newton & Co. se servía de un índice recortado para localizar las principales secciones: imágenes sacras, moralizantes, de arte, de literatura, de ciencias, sobre el estudio de la naturaleza, de geografía, de historia o de industria. Los contenidos no eran tan austeros como pudiera pensarse a partir de estas clasificaciones, por ejemplo, en el capítulo dedicado a la literatura se incluían imágenes de entretenimiento y relatos cómicos infantiles, así como vistas disolventes y transparencias con efectos especiales.



A partir de las páginas preliminares (a, b y c) de uno de los catálogos de la casa londinense J. Theobald & Co. –*Illustrated Catalogue of Magic Lanterns, Slides and Apparatus*, sin fecha de publicación, pero presumiblemente de la última década del siglo XIX–, se pueden estudiar sus prácticas comerciales:

Al publicar nuestro nuevo catálogo de linternas mágicas y transparencias para la presente temporada, deseamos llamar la atención sobre el gran número de nuevas placas que incluye y, en particular, el conjunto de modelos móviles. Contiene descripciones de casi 100.000 transparencias, lo que lo convierte en uno de los más amplios y detallados que se hayan editado nunca (p. a).

La empresa, que calificaba sus precios como «ajustados», advertía, en el caso de las placas, de los peligros de comprar «otras a menor precio», lo que representaría «una calidad inferior, no siendo adecuadas para ser mostradas en una exhibición ordinaria». Ya eran conscientes del mercado altamente competitivo en el que se movían:

Si compara nuestro catálogo con el de otras casas fabricantes, verá que nuestros precios son, en la mayoría de los casos, más bajos que los suyos, pero si, en uno o dos casos, encontrase que alguno de los objetos mencionados en esta lista pueden adquirirse más baratos en otro fabricante, nos remitiremos a su catálogo y, si es cierto, estaremos encantados de suministrarle los productos al mismo precio (p. b).

En este contexto de gran rivalidad, Theobald & Co. ofrecía a sus clientes desde un servicio de alquiler de equipos, con sus limitaciones, hasta un mercado de segunda mano:

Para el encargo de transparencias de alquiler es aconsejable avisarnos con la mayor antelación posible: no podemos garantizar la disponibilidad de todas las placas catalogadas para alquilar, dado que esto significaría tener un inmenso stock. Generalmente contamos con una cierta cantidad de linternas y transparencias de segunda mano, que son similares, a efectos de exhibición, a cualquiera de las contenidas en este catálogo, pero no lo suficientemente buenas como para venderlas como nuevas (p. b).

Además, ofrecía descuentos e importantes sistemas de financiación:

A los compradores de grandes cantidades estamos dispuestos a hacerles descuento; también se lo haremos a los sacerdotes que trabajen en misiones... Hemos comenzado un sistema de intercambio para personas que viven en el extranjero, en los términos que siguen: al pagar el precio ordinario de las transparencias, se les permitirá conservarlas durante doce meses; si las devuelven en ese plazo, se las recompraremos a mitad de precio, restando ese valor en otras placas (p. c).



La firma proporciona incluso una atención personalizada:



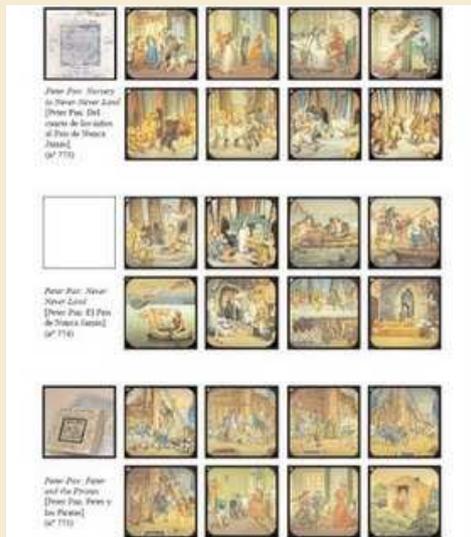
Si se necesitase cualquier clase especial de linterna mágica, o si se quiere una linterna hecha a medida, estaremos encantados de suministrarla. También estamos preparados para abastecer de transparencias fotográficas o pintadas a mano, de cualquier tema o materia, del que se nos entregue un grabado o ilustración, o para copiar transparencias de cualquier negativo que nuestros clientes puedan desear ver reproducido en una placa de linterna mágica (p. c).

## La decadencia

La próspera industria que refleja la actividad comercial descrita hasta aquí, entrará en crisis a partir de 1910. Algunas compañías se reconvirtieron, al fabricar los accesorios necesarios para construir equipos fotográficos y cinematográficos; otras, como la inglesa Bemforth, famosa por sus *Life Models*, se dedicarán a producir películas. La mayoría de las empresas fabricantes de linternas y placas, sencillamente, desaparecieron.

Los ejemplos de las compañías Lapiere y Liesegang pueden ilustrar este dispar devenir de las marcas fabricantes de linternas mágicas. La primera compañía fue fundada en París por el hojalatero Auguste Lapiere en 1848, un artesano que empezó vendiendo en su local linternas mágicas, además de herramientas como niveles de hierro y de agua o escuadras de agrimensor. Inspiradas en los modelos originales de la ya por entonces prestigiosa casa de Louis Aubert. Sus linternas copiaron el característico estilo recargado, abundante en adornos y policromía de Aubert. El interés por la ornamentación de las linternas fue muchas veces en detrimento de la perfección técnica de sus aparatos, muy al contrario de lo que ocurría con los modelos de aspecto sobrio de Jules Duboscq y Alfred Molteni, dedicados al mercado profesional y cuyos aparatos estaban dotados de excelentes ópticas acromáticas.

A partir de 1875, la firma Lapiere fue administrada por el hijo de Auguste, Édouard V. Lapiere, que en 1885 adquirió la prestigiosa fábrica de Aubert y culminó el proceso de equipamiento industrial, al incorporar a sus instalaciones los últimos adelantos técnicos: máquinas de vapor, martillos hidráulicos, hornos, cepilladoras, etc. En 1908, la sociedad Lapiere, entonces dirigida por los dos hijos de Édouard Virgile, se fusionó con la empresa de Jules Demaria, dedicada a la construcción de cámaras fotográficas y cinematográficas. En este momento, las cifras de ventas de equipos de linterna mágica habían empezado a descender progresivamente aunque eran todavía más que aceptables. Ese mismo año los grandes almacenes franceses La Maison de la Bonne Presse vendieron 1.405 linternas y 183.646 transparencias.



Liesegang es un apellido alemán asociado a la fabricación y venta de linternas, transparencias y aparatos ópticos, que aún da nombre a una empresa del sector. La casa original fue fundada en 1854, por Friedrich Wilhelm Eduard Liesegang, en la ciudad de Elberfeld, llamada en la actualidad, Wuppertal. En un principio Friedrich se dedicó a la comercialización de productos fotográficos, pero fue el hijo del fundador, Johann Paul Eduard, quien asumió el control de la misma en 1871, tras la muerte de su padre, y se la llevó a Düsseldorf en 1873. Para entonces la firma también manufacturaba aparatos de proyección y vendía un amplio surtido de transparencias de linterna. Además de dirigir la firma Liesegang, Johann Paul Eduard editó la revista trimestral *Laterna Magica*, que se publicó desde marzo de 1877 hasta octubre de 1899. A su muerte fueron sus hijos Raphael y Franz los encargados de continuar con la empresa.

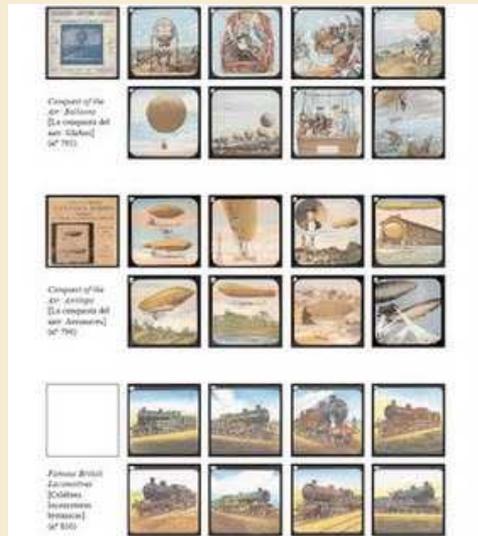
Raphael, químico de profesión, estuvo al frente del departamento de productos químicos encargado de fabricar el papel fotográfico, convirtiéndose posteriormente en un conocido científico, sobre todo tras su descubrimiento de los 'anillos de Liesegang' y su participación en el desarrollo de la

fotografía tricolor y la televisión. Por su parte, Franz, se formó como físico en Estrasburgo y se ocupó de la dirección del departamento científico de la empresa; allí sus responsabilidades incluían la producción de aparatos de proyección. En 1896, Franz refundó la revista *Laterna Magica* y reunió una oferta de transparencias que acabó rondando las 250.000 unidades cuando se abandonó la distribución de estos artículos a mediados de los años treinta. Franz también llevó a cabo investigaciones sobre la historia de la linterna mágica cuyos resultados publicó en una serie de libros y en más de setenta artículos relativos a sistemas de proyección, cinematografía y asuntos afines. De hecho, su figura fue recuperada en 1986, cuando The Magic Lantern Society of Great Britain publicó *Dates and Sources: A Contribution To the History of the Art of Projection and To Cinematography* -traducción del libro escrito por Franz en 1926, *Zahlen und Quellen: zur Geschichte der Projektionskunst und Kinematographie*-, una obra repleta de datos históricos apoyados en referencias bibliográficas y valiosas contribuciones al estudio de la linterna mágica en todas sus dimensiones. En la actualidad, la empresa



Liesegang, cuyo lema es «el poder detrás de la imagen», curiosamente está empleado grandes recursos en el desarrollo de la tecnología de proyección LCD y de videoproyectores de datos ultraligeros, portátiles y compactos.

Para concluir con este breve repaso al universo de la linterna mágica y sus aplicaciones domésticas, quizás sólo reste mencionar al nuevo artilugio que ocupó su lugar en los salones familiares. Efectivamente, antes de que finalizara la segunda década del siglo XX, las cámaras y proyectores cinematográficos redujeron su tamaño, en aras de una mayor funcionalidad, lo que facilitó que un amplio número de sus patentes –de marcas como Pathé o Kodak– fueran asequibles para el mercado doméstico de consumo audiovisual. De esta manera, el cine 'amateur' fue sustituyendo paulatinamente a todas aquellas linternas mágicas que habían servido al aficionado para disfrutar con sus



imágenes.

A partir de 1915, todos los tipos de linterna mágica dejaron de fabricarse salvo uno: la 'linterna cinematográfica'. La cual dominó el mercado de los más pequeños hasta bien entrada la tercera década del siglo XX. Construida en chapa y con una manivela que accionaba un tambor de intermitencia con cruz de Malta y obturador de paleta, la linterna cinematográfica utilizaba, junto a las transparencias clásicas unas pequeñas bandas de acetato en formato de 35 mm. que contenían películas de dibujos animados. Mediante el uso de este sencillo sistema que integraba la linterna mágica y el cinematógrafo -sólo apto para proyecciones infantiles-, la linterna cinematográfica fue quizás el último eslabón de esa larga cadena iniciada por los ingenios de Kircher o Huygens.

#### ANEXO SOBRE LAS IMÁGENES

##### PRIMUS JUNIOR LECTURERS' SERIES

La serie 'Junior Lecturers' la produjo la firma londinense W. Butcher & Sons (1870-1906) bajo la denominación comercial 'Primus'. Las transparencias se vendían en juegos de ocho unidades que se guardaban en una caja de cartón. El precio inicial de cada uno de estos juegos era de unos dos chelines, si bien al término de la Primera Guerra Mundial dicho precio se había incrementado en más del cien por cien.

El tamaño de las transparencias era de 8,3 x 8,3 cm y la serie completa se divide en otras tres, a saber: A, B y C (LUIKERWAAL).

La serie A (**Figuras 1252-1413**) contiene relatos cómicos y cuentos infantiles, con textos impresos en las propias transparencias. Las series B y C (**Figuras 1414-1755**) incluyen comentarios impresos en papel a modo de notas para una charla. Los relatos más extensos requerían dos o más capítulos y, por ende, las correspondientes tandas de ocho placas por capítulo. Los cristales iban cubiertos por un vidrio de protección y encuadernadas con cinta de papel negra. Las imágenes eran circulares o cuadradas con las esquinas redondeadas.

A continuación aparecen los títulos y figuras de las diferentes series. Los títulos destacados en azul no han sido localizados, y por tanto, no se incluyen en el anexo.

##### SERIE A. COLECCIÓN 'JUNIOR LECTURERS'

- 500 Sweep & Whitewasher
- 501 Willie's Revenge
- 502 Never Ride a Strange Horse
- 503 Nursery Rhymes
- 504 [How Jing Jing Bagged His Quarry](#)
- 505 [Gag Jag, the Rejected](#)
- 506 Where There's a Will There's a Way
- 507 Foolish Bird & Artful Hedgehog
- 508 Jack the Giant Killer
- 509 The Elephant's Revenge
- 510 Mr & Mrs. Brown and the Mouse
- 511 Puss in Boots
- 512 Jack & The Beanstalk
- 513 Old Mother Hubbard
- 514 The Tiger and the Tub
- 515 Ten Little Nigger Boys
- 516 The Frog He Would a Wooing Go
- 517 Hey Diddle Diddle
- 518 There Was an Old Woman Who Lived in a Shoe
- 519 [Sing a Song of Sixpence](#)
- 520 The Queen of Hearts

##### SERIE B. COLECCIÓN 'JUNIOR LECTURERS'

- 600 Tom Thumb
- 601 [A Country Courtship](#)
- 602 Cock Robin
- 603 Red Riding Hood

##### 1.4. INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN SERIE

- 528
- 604 [The Honey Stealers](#)
- 605 Mr. O' Toole & The Umbrella
- 606 [Living Statuary](#)

- 607 Caudle's Curtain Lectures
- 608 Comical Cats & Dogs
- 609 Every-day Street Sounds
- 610 John Gilpin
- 611 Robinson Crusoe
- 612 Dick Whittington
- 613 Robin Hood
- 614 The Babes in the Wood
- 615 Ali Baba and the 40 Thieves
- 616 The Pied Piper of Hamelin
- 701/705 Boer War (5 chapters)
- 706/710 Queen Victoria (5 chapters)
- 712/713 The British Army (2 chapters)
- 714/715 The British Navy (2 chapters)
- 716 Our Lifeboatmen
- 717 Our Firemen
- 718/721 South African Heroes (4 chapters)
- 722 Brave Deeds
- 723 Birds & Their Nests
- 724 Wild Animals & How Hunted
- 725/726 Views of London (2 chapters)
- 727/728 Russo Japanese War (2 chapters)
- 729/731 Japan & Its People (3 chapters)
- 732/733 Gullivers Travels (2 chapters)
- 740 Our Colonies Canada
- 741 Our Colonies New Zealand
- 742 Our Colonies Australia
- 743 Our Colonies India
- 744 Our Colonies South Africa

#### ANEXO M. PRIMUS JUNIOR LECTURERS' SERIES

- 529
- 745/750 Animals (6 chapters)
- 751/753 Birds (3 chapters)
- 754/756 Reptiles (3 chapters)
- 757/759 Butterflies & Moths (3 chapters)
- 760/762 Sea Animals (3 chapters)
- 763 The House That Jack Built
- 764 The Three Bears
- 765 Cinderella
- 769/770 Aesop's Fables (2 chapters)

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CERAM, C.W.: *Arqueología del Cine*. Barcelona, Destino, 1965.
- CUENCA, C.F.: *Historia del Cine: I, la edad heroica*. Madrid, Afrodiseo Aguado, 1948.
- CRANGLE, R. HERBERT, S. & ROBINSON, D.: *Encyclopaedia of the Magic Lantern*. London: The Magic Lantern Society, 2001.
- CROMPTON, D., HENRY, D. & HERBERT, S.: *Magic Images: The Art of Hand-Painted and Photographic Lantern Slides*. London: The Magic Lantern Society, 1990.
- GOODWIN, C. "The Rival Merits of Single and Double Lanterns", en *The Optical Magic Lantern Journal and Photographic Enlarger*, vol. 4, nº 54, 1893. Facsimile: Magic Lantern Society of Great Britain, London, 1998.
- HRABALEK, E.: *Lanterna Magica*. Munich: Keyser, 1985.
- MILLINGHAM, F.: *¿Por qué nació el cine?* Buenos Aires, Nova, 1945.
- MANNONI, L.: *Le grand art de la lumière et de l'ombre: archéologie du cinéma*. Paris, Nathan, 1994.
- PARKER, C. "The Triunial optical lantern: How to make it", en *Work. An Illustrated Magazine of Practice and Theory*, vol. 2, nº 83, 1890, pp. 18-30.
- STAEHLIN, C.: *Historia genética del cine: de Altamira al Wintergarten*. Valladolid, Universidad de Valladolid, 1981.
- THEOBALD & CO, J. *Illustrated Catalogue of Magic Lanterns, Slides and Apparatus* [Folleto, sin fecha].
- WOODBURY, W. B. *Science At Home. A Series of Experiments in Chemistry, Optics, Electricity, Magnetism etc. Adapted For the Magic Lantern*, 1874. Facsimile: Magic Lantern Society of Great Britain, London, 1988.

**Modo de citar el presente documento:**

FRUTOS, F., LÓPEZ, C. (2009): "VIÑETAS DE CRISTAL. LAS HISTORIETAS DE LAS PLACAS DE LINTERNA MÁGICA EN EL ÁMBITO DOMÉSTICO (1850-1920)". *TEBEOSFERA 2ª EPOCA 4*. MADRID. TEBEOSFERA. Disponible en línea en: [http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vinetas\\_de\\_cristal\\_las\\_historietas\\_de\\_las\\_placas\\_de\\_linterna\\_magica\\_en\\_el\\_amb-1920.html](http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vinetas_de_cristal_las_historietas_de_las_placas_de_linterna_magica_en_el_amb-1920.html)

© 2009 F.Frutos Esteban y C.López San Segundo, con edición de Manuel Barrero y Oscar De Majo

© 2009 Los autores y editores de las imágenes expuestas y sus herederos legales. Las imágenes se utilizan únicamente con afán divulgativo y sin ánimo de lucro.

