

La producción de tarjetas postales de J. Lacoste

Maite Díaz Francés

Universidad Pública de Navarra (España)  <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.94973>

Recibido: 03/03/2024 • Revisado: 24/04/2024 • Aceptado: 17/05/2024

ES Resumen. En febrero de 1900, Joseph Jean Marie Lacoste Borde adquirió tanto el negocio como la prestigiosa colección de vistas de ciudades, monumentos, costumbres y obras de arte de la antigua Casa Laurent. Con esta acción, José Lacoste no sólo se convirtió en el continuador de un gran archivo, sino también en el renovador de la producción comercial de la antigua firma. Todo ello lo hizo a través de la apuesta por un formato de moda: la tarjeta postal, tanto en su versión en fototipia como en fotografía. A través de una revisión bibliográfica y documental, el principal objetivo de este estudio es trazar un panorama general de la producción de tarjetas postales creadas, producidas y editadas por José Lacoste entre 1900 y 1914, con el objetivo de conocer cómo fue la evolución de la producción, cuál fue el *modus operandi* de Lacoste, de qué manera afectó y se reflejaron los cambios de la firma comercial en las tarjetas postales y hasta qué punto influyó en la elección de las temáticas partir de la prestigiosa producción de la Casa Laurent. Ahondar en todos estos aspectos han permitido establecer cronologías, descubrir nuevas producciones y ediciones y conocer nuevas facetas de José Lacoste como fotógrafo, editor y productor. En definitiva, observar cómo una pequeña estrategia comercial, como es la introducción de un nuevo formato, pudo no sólo renovar y consolidar en el mercado fotográfico a Lacoste, sino también devolver el esplendor y prolongar en la memoria la obra de la Casa Laurent.

Palabras clave. José Lacoste, casa Laurent, tarjeta postal, fototipia, fotografía, tipografía artística.

ENG The production of postcards by J. Lacoste

ENG Abstract. In February 1900, Joseph Jean Marie Lacoste Borde acquired both the business and the prestigious collection of city views, monuments, customs, and works of art from the Casa Laurent. In so doing, José Lacoste became not just the successor of a great photographic archive, but the restorer of the old firm's commercial production. He did this by focusing his efforts on a fashionable format: the postcard, both in its phototype and photographic versions. Through a bibliographic and documentary review, this study aims to provide a general overview of the production of postcards created, produced, and edited by José Lacoste between 1900 and 1914, shedding light on the evolution of such production. The study focuses on Lacoste's *modus operandi*, how it led to changes in the commercial enterprise, how these changes were reflected in the postcards, and to what extent the prestigious production of Casa Laurent influenced the choice of themes. Delving into these aspects allows us to establish new chronologies, discover new productions and editions, and learn about José Lacoste's facets as a photographer, editor, and producer. In essence, highlighting how a small change in the commercial strategy, such as the introduction of a new format, could not only renew and consolidate Lacoste in the photographic market but restore the splendor and prolong the memory of Casa Laurent's work.

Keywords. José Lacoste, casa Laurent, postcard, phototype, photography, artistic typology.

Sumario. 1. Introducción. 2. La obra de la Casa Laurent como tentativa comercial (febrero de 1900-marzo de 1901). 3. La fototipia Laurent (1901-1904). 4. La Fototipia J. Lacoste (1904-1913). 5. La Tipografía artística (1913-1914). 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Díaz Francés, M. (2024) La producción de tarjetas postales de J. Lacoste, en *Revista General de Información y Documentación* 34 (1), 11-24, e(ID doi). <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.94973>

1. Introducción

El siglo XX despertó con una magnífica noticia para el ámbito fotográfico matritense: la antigua Casa Laurent lograba mantener su continuidad bajo la dirección de un nuevo propietario, el francés Joseph Jean Marie Lacoste Borde (1872-¿?), más conocido por sus coetáneos como José Lacoste. Atrás quedaban los problemas económicos que arrastraban los sucesores del gran fotógrafo Laurent y los múltiples lamentos de artistas, intelectuales, aficionados a la fotografía o escritores, como Enrique Rodríguez Solís¹, que clamaban ante la posible e inminente desaparición de este icónico, aunque no oficial, punto de reunión y centro artístico de la capital.

Asumir la continuidad del negocio, ocasionó que tanto el nombre como la obra de Lacoste quedaran indisolublemente unidas y bajo la sombra del acreditado fotógrafo Laurent. Ciertamente, él mismo se autodenominó su sucesor, ya no sólo por la reputación que desde el mismo inicio este título le otorgaba, sino también por cuestiones económicas y comerciales y, muy probablemente, por la conciencia y el respeto a la obra de la que a partir de entonces quedaba como máximo responsable: más de 15 000 clichés de la prestigiosa colección de vistas de ciudades, monumentos, costumbres y obras de arte de España y Portugal tomadas durante la segunda mitad del siglo XIX².

Esta circunstancia ha provocado que la propia producción de Lacoste se haya abordado desde un punto de vista secundario en la historiografía. Sin embargo, se trata de una producción interesante, porque más allá de suponer la continuación, renovación e incremento de un gran archivo, muestra un excelente retrato de lo que supusieron política, económica y socialmente las dos primeras décadas de la España del siglo XX. Una panorámica del país, y en concreto de su capital, Madrid, que Lacoste ofreció a través de la comercialización de un formato en boga: la tarjeta postal, que produjo tanto en su versión impresa, en fototipia, como en su versión fotográfica. La apuesta comercial por este producto no fue fortuita, ya que se produjo en un momento en el que este formato estaba viviendo su Edad de Oro, concretamente entre 1901 y 1905, aunque algunos autores dilatan su auge hasta 1918 (López Hurtado, 2013: 47).

Partiendo de esta premisa, el principal objetivo del estudio es trazar un panorama general de las tarjetas postales creadas, producidas y editadas por José Lacoste entre 1900 y 1914, con el fin de conocer cómo fue la evolución de esta producción, cuál fue el *modus operandi* de Lacoste con respecto al incremento y comercialización de las tarjetas postales, de qué manera afectó y se reflejaron en la misma los cambios que vivió durante esta etapa la firma comercial y hasta qué punto influyó en la continuación o renovación de las temáticas, así como en su posicionamiento en el mercado, partir de la antigua colección de la Casa Laurent, un establecimiento con una fuerte identidad y cuya producción, en 1900, ya se encontraba estrechamente vinculada a la memoria social y cultural matritense.

A fin de lograr estos objetivos, la metodología seguida ha tomado como punto de partida una exhaustiva revisión bibliográfica. En primer lugar, sobre su trayectoria biográfica, para la que se han consultado los estudios de Pérez Gallardo (2002), Gutiérrez Martínez (2005) y Díaz Francés (2019). En segundo lugar, sobre la obra propiamente de tarjetas postales de Lacoste, para la que se han revisado especialmente los trabajos de Teixidor (1983), Carrasco Marqués (2013) y Casas Desantes (2020), quienes se han centrado principalmente en la producción de la etapa de la Fototipia Laurent. Igualmente, el análisis de estos trabajos se ha completado con una revisión de la documentación del Archivo Histórico de Protocolos de Madrid o del Archivo del Museo Nacional del Prado y con una búsqueda hemerográfica de noticias tanto en medios a nivel nacional, entre los que destaca *La Correspondencia de España*, *El Imparcial* o *el ABC*, como a nivel regional, donde se han encontrado noticias en publicaciones periódicas como *El Cantábrico* o *El Eco de Santiago*. En cuanto al estudio propiamente de la obra, se han analizado diversos fondos de instituciones públicas y colecciones particulares, que se citan a lo largo del texto, y que han permitido no sólo analizar la producción conocida, sino también localizar nueva. Además de situarla cronológicamente, gracias al cruce de datos proporcionado por las postales circuladas. Finalmente, toda esta información se ha visto completada por la revisión bibliográfica de otros estudios dedicados a la producción de los autores más importantes y coetáneos a Lacoste como los trabajos de Sánchez-Vigil y Olivera (2017) y Sánchez-Vigil (2021a) sobre Cánovas del Castillo o la obra coordinada por Carrasco Marqués (1992) o la publicada por Morán (2023) sobre los trabajos de la firma Hauser y Menet, así como estudios generales relativos a la historia de la tarjeta postal en España entre los que destacan las obras de Teixidor (1999), López Hurtado (2000), Guereña (2005) o la coordinada por Riego (2010).

2. La obra de la Casa Laurent como tentativa comercial (febrero de 1900-marzo de 1901)

El 3 de febrero de 1900, José Lacoste adquirió el negocio de fotografía y fototipia de la Casa Laurent a sus legítimos herederos, Catalina Melina Dosch y Alfonso Roswag, quienes, además de pertenecer a su círculo de amistades, se encontraban en una situación económica complicada debido al pago de los costes de un proceso judicial sobre la propiedad del establecimiento fotográfico (Gutiérrez Martínez, 2005a: 92-93). Una circunstancia que, además, se vio agravada por la incipiente enfermedad que aquejaba a Roswag, y por la que terminaría falleciendo en noviembre del mismo año (Gutiérrez Martínez, 2005b: 282).

Los primeros pasos de José Lacoste al frente del negocio comenzaron en el antiguo taller de fototipia que se situaba en la calle del Pacífico, número 7. Al que, a lo largo de 1900, sumaría la apertura de un punto de venta en el centro de la capital, en concreto en la plaza de las Cortes, número 2, con entrada por la antigua

1. *El Cantábrico*, 18 de febrero de 1896.

2. *El Heraldo de Madrid*, 16 de marzo de 1899.

calle del Turco, número 18³. En el taller de fototipia guardaba, tal y como habían hecho sus antecesores, la colección de negativos en veintitrés armarios. Igualmente, además de material fotográfico, poseía la maquinaria necesaria para comenzar su primera producción: tres máquinas para la impresión de fototipia, dos del fabricante Alauzet de París, las 2545 y 2325, y una máquina Minerva de la empresa J. Collot⁴.

A pesar de contar con material fotográfico, su primera apuesta no fue la fotografía, sino que prefirió comercializar la obra con la que ya contaba en tarjetas postales impresas en fototipia. Teniendo en cuenta la difícil situación económica en la que se encontraba el matrimonio Roswag, era lógico que Lacoste, antes de producir un nuevo material, necesitara comprobar la viabilidad del negocio, más aún cuando el panorama comercial se mostraba desfavorable, ya no sólo por el riesgo económico que conllevaba la inversión en nuevos materiales sin una clientela fija (Sánchez-Vigil, 2013: 116), sino también por el vertiginoso incremento de los aficionados a la fotografía, animados por las facilidades técnicas y agrupados en nacientes sociedades (Olivera Zaldúa, 2022: 40-44). A lo que se sumó la predominancia en el mercado de grandes maestros fotógrafos de dilatada trayectoria como Franzen, Compañy, Debas o Alviach (Sánchez-Vigil, 2020: 23-34; Rodríguez Mateos, 2023: 147-148), así como el liderazgo en el comercio de fototipia de la firma editora Hauser y Menet (Teixidor, 1999: 11-21; Guereña, 2005: 45).



(fig.1) Fototipia Laurent. Serie B. N.º 55. Córdoba. La lechera. Impresa hacia marzo de 1901. Tarjeta postal. BNE, n.º inv. 17/TP/149.

No obstante, la primera producción de tarjetas postales se hizo esperar hasta finales de 1900, ya que Lacoste durante los primeros meses prefirió no arriesgar y continuar explotando la colección de negativos, tal y como lo habían hecho sus antecesores (Sánchez y Villena, 2011: 16). La conocida como *Serie A*, dedicada a los lienzos de artistas españoles, se anunció en medios como *El Imparcial* a partir de mediados de diciembre de 1900 (Díaz Francés, 2019: 214). Esta en sí misma significó una primera tentativa comercial. De todas las obras de arte incluidas en el archivo de la Casa Laurent, Lacoste eligió los 160 lienzos más representativos de la temática costumbrista de autores coetáneos⁵ con el objetivo de utilizarlos como un reclamo comercial dirigido explícitamente a la antigua y fiel clientela de la Casa Laurent. La serie gozó de un éxito considerado⁶ y provocó que tres meses más tarde, en marzo de 1901, sumara a este inicial repertorio dos series más, las denominadas B y C (Díaz Francés, 2019: 214). La primera de ellas, la *Serie B* se dedicó a la temática de tipos españoles. Esta estuvo compuesta de más de 100 tarjetas postales e incluyó las escenas de la boda de Alfonso XII, tomadas por Laurent en enero de 1878, así como una selección de las escenas costumbristas más conocidas, que fueron publicadas por primera vez en el catálogo comercial de 1872, y alguna reproducción de obras costumbristas de artistas coetáneos. En cambio, la *Serie C*, compuesta de 20 tarjetas, estuvo dedicada a una minuciosa selección de lienzos y esculturas sobre escenas religiosas⁷.

Estas primeras tiradas de tarjeta postal se caracterizaron por ser publicadas en cartón de color ocre y en formato horizontal. La imagen impresa sólo ocupaba la mitad de la parte izquierda, dejando la mitad derecha libre para la escritura, lo que iba en detrimento del lucimiento de la imagen y más en favor de su uso. Igualmente, junto a la imagen, además de especificar el nombre de la serie, el número de tarjeta y el título con una tipografía con *serifas*, se introdujo la marca comercial, que en estas primeras series figuró como "Fot. LAURENT. Turco, 18. Madrid", alternando letras versales y redondas con una tipografía sin *serifas*. Aunque la calidad no fue la óptima, según el crítico Francisco Carreras y Candi (Teixidor, 1999: 16), estas primeras

3. *El Imparcial*, 14 de diciembre de 1900.

4. Archivo Histórico de Protocolos de Madrid (en adelante AHPM), tomo 40420, n.º 60, f. 448 r-453v.

5. Biblioteca Nacional de España (en adelante BNE), n.º inv. 17/TP/148.

6. *La Correspondencia de España*, 2 de enero de 1901.

7. BNE, n.º inv. 17/TP/149 y 17/TP/150.

postales sí que gozaron de aceptación, tal vez, porque el tipo de presentación imitaba, en cierto modo, a algunas de las series ya editadas por Hauser y Menet entre 1897 y 1898⁸. No obstante, sí que Lacoste estuvo atento a la crítica, ya que unos meses más tarde, en mayo de 1901, presentó una segunda edición de la *Serie A* con una selección de sólo ochenta cuadros (Carrasco Marqués, 2013: 128), pero con una imagen más grande en el anverso, lo que definiría en adelante este tipo de producción.

3. La Fototipia Laurent (1901-1904)

La aceptación comercial de las primeras series de tarjetas postales le llevó no sólo a tomar la decisión de inscribir definitivamente el negocio en el Registro mercantil el 11 de abril de 1901 (Gutiérrez Martínez, 2005a: 95), sino también a seguir incrementando su actividad comercial para consolidarlo. Este incremento, durante los primeros meses, se produjo: por un lado, en las reproducciones de obras de arte, dado que consiguió, por Real Orden del 26 de junio de 1901⁹, el derecho de venta y reproducción de todas las obras del Museo Nacional del Prado. Por otro lado, en la producción de tarjetas postales basadas en la obra realizada por la antigua Casa Laurent.

Así, inmediatamente a la producción anterior, probablemente entre abril y septiembre de 1901, publicó las siguientes series: primero, la *Serie D*, titulada *Residencias Reales de España*, que se bifurcó, a su vez, en cinco subseries temáticas: la primera sobre el Palacio Real de Madrid, compuesta por 12 tarjetas postales, que se agotó para finales de año; la segunda con únicamente dos vistas del palacio del Pardo; la tercera con 15 vistas del palacio de Aranjuez; la cuarta sobre el Monasterio de El Escorial, del que desconocemos por el momento el número total de tarjetas comercializadas; y la quinta con 15 vistas sobre el palacio de La Granja de San Ildefonso. Después, continuó con la *Serie E*, que dedicó a las literas y coches reales, de la que comercializó veinte tarjetas postales. A esta le siguió la *Serie F* sobre el balneario del Monasterio de Piedra, del que publicó dos partes de diez tarjetas cada una. La última fue la *Serie G* sobre las obras de Goya en el monasterio de El Escorial¹⁰.

A partir de octubre de 1901, a las ya publicadas sumó las siguientes: en primer lugar, la *Serie H*, sobre los cuadros de artistas españoles coetáneos de don Quijote de la Mancha¹¹, una gran iniciativa comercial por parte de Lacoste, ya que su figura en estos años gozó de gran popularidad, sobre todo en la literatura de los denominados noventayochistas para los que el triste caballero andante simbolizaba la situación decadente del país (Herrero, 1998: 273). En segundo lugar, la *Serie I* dedicada a diversos desnudos artísticos, que competían en el mercado con las tarjetas postales eróticas de artistas francesas; la *Serie J* de vistas de Segovia; la *Serie K* sobre Andalucía, que abordó en una primera y segunda parte las vistas y monumentos arquitectónicos de Granada y la *Serie L* sobre el monasterio de Montserrat de Cataluña¹². Algunas de estas series de tarjetas postales tuvieron bastante éxito, como las dedicadas a las Residencias Reales de España, en concreto a las del Palacio Real y Aranjuez, así como las de don Quijote de la Mancha, de las que llevó a cabo una segunda edición.

Paulatinamente, el interés de Lacoste por editar las obras de la Casa Laurent fue decayendo en beneficio de la creación de una producción originaria. No obstante, hasta mediados de 1902, Lacoste siguió publicando series de la Casa Laurent bien por cuestiones de índole benéfico, como ocurrió con la serie de tarjetas postales de una selección de los cuadros del pintor Eduardo Rosales, que editó de modo altruista para la Asociación de Escritores y Artistas con el objetivo de contribuir a los gastos de la construcción del Panteón de los Hombres ilustres en junio de 1902 (Díaz Francés, 2019: 215), bien por cuestiones meramente comerciales entre las que destacan la serie de diez tarjetas titulada *Corrida de toros*, que circuló hacia mediados de 1902; la denominada *Serie A* con cinco tarjetas de obras de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando o la serie titulada *Galerías Artísticas de España. Museo del Prado*, que circularon a finales de 1902 (Carrasco Marqués, 2013: 130, 132 y 137).

A diferencia de las tres primeras series temáticas, las tarjetas postales posteriores mostraron una modificación en su presentación, ya que la imagen ocupa mayor espacio, como se ha comentado, y la firma comercial pasó a denominarse únicamente "FOT. LAURENT. MADRID", en tipografía con *serifas* y con letras versales. Además, otra de las características que introdujo a la antigua producción de la Casa Laurent, fue la incorporación del color. Una de las primeras series que adaptó al color durante 1902 fue la *Serie B* de tipos, de la que comercializó sólo una veintena de tarjetas postales¹³, probablemente las relativas a los tipos fotografiados en la boda de Alfonso XII en 1878.

Coetáneamente a la publicación de las series de tarjetas postales basadas en la obra de la Casa Laurent, Lacoste publicó una de las series más singulares de esta etapa, titulada *Historia del pan* en la que a través de diez tarjetas postales narró todo el proceso de producción y elaboración del pan, desde la siembra, pasando por su amasado y horneado, hasta su venta¹⁴. Son imágenes tomadas en los alrededores de Madrid, probablemente en Alcalá de Henares, ya que en la número 7 de la serie se observa un cierto parecido a través de otras imágenes con su antiguo molino. A diferencia de las anteriores, supone una temática muy novedosa: en primer lugar, porque nunca se publicaron estas tomas dentro de la temática costumbrista de los catálogos de la Casa Laurent, por lo que supone la primera producción conocida hasta la fecha originaria del establecimiento de Lacoste. En segundo lugar, porque la temática en sí se alejaba de lo que ofrecían otros

8. Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla, n.º inv. DJ11546; DJ11981 y DJ11978.

9. Archivo del Museo Nacional del Prado (en adelante Archivo MP), Fondo Museo del Prado, caja 930, legajo 11215, exp. 16, doc. 1.

10. BNE, n.º inv. 17/TP/151, 17/TP/152, 17/TP/154 y 17/TP/156; Museo Cerralbo (en adelante MC), n.º inv. FF06745 y FF06756. Cit. en Casas Desantes (2020: 200).

11. MC, n.º inv. FF06798.

12. *El Coleccionista de Tarjetas Postales*, n.º 6, octubre de 1901.

13. *El Imparcial*, 2 de julio de 1903; Museo del Traje (en adelante MT), n.º inv. FD039762.

14. *El Coleccionista de Tarjetas Postales*, n.º 7, noviembre de 1901.

editores en ese momento como Hauser y Menet, lo que le hizo gozar de un gran éxito y agotarse rápidamente, hasta el punto de tener que publicar una segunda edición antes de finalizar el año.



(fig.2) FOT. LAURENT. MADRID. N.º 10. *El panadero*. Serie *Historia del pan*, 1ª edición.

Enero de 1902. Tarjeta postal. Colección particular.

Tras esta primera producción propia del establecimiento, Lacoste fue introduciendo paulatinamente otro tipo de trabajos durante la primera mitad de 1902. Por un lado, comenzó a reproducir un repertorio propio, que sumó al archivo de Laurent, sobre reproducciones de obras de arte contemporáneo. En ese sentido, destacan las series de tarjetas postales de los dibujos sobre baturros de Gárate y las reproducciones de trabajos de artistas japoneses¹⁵. De las dos, según la crítica, destacaron las de los baturros, que mostraban una nueva presentación de la tarjeta postal y un avance de la técnica de la fototipia, algo que por el contrario no debió ocurrir con las de artistas japoneses, donde se percibía un descuido en las medias tintas. Por el otro, comenzó a realizar reportajes gráficos de acontecimientos, como ocurrió con las fiestas reales celebradas con motivo de la coronación de Alfonso XIII el 17 de mayo de 1902 (Díaz Francés, 2019: 215). De este señalado evento publicó cuatro series, compuestas cada una de ellas de diez tarjetas postales. La primera y segunda trataron el acontecimiento en sí, la coronación. Sin embargo, ambas fueron diferentes, ya que una de ellas se publicó para la *Revista Blanco y Negro*, en el mes de julio¹⁶. La tercera serie estuvo dedicada al desfile militar que acompañó la coronación. La última, en cambio, mostró el ambiente festivo de la capital, en concreto se basó en la denominada Batalla de las flores, que tuvo lugar en el parque del Retiro (Carrasco Marqués, 2013: 133-136).

A finales de 1901, en el mismo momento en el que Lacoste comenzó a realizar su propia producción, decidió, a su vez, convertirse en el productor de la obra de otros fotógrafos. Una de las facetas más características de su establecimiento, que consistió básicamente en realizar diferentes acuerdos económicos con los autores para producir y editar su obra. Todo ello lo hizo respetando siempre su autoría, tal y como regulaba la Ley de 10 de enero de 1879 de Propiedad Intelectual (Casas Desantes, 2020: 193), y bajo el sello comercial de la Casa Laurent. Una práctica muy habitual entre los editores de la época, como fue el caso de Hauser y Menet, y que les permitía aumentar producción e ingresos. Además, el acuerdo en ocasiones permitía a los productores inscribir esta producción concreta en el Registro General de la Propiedad Intelectual e Industrial¹⁷.

Los primeros trabajos que Lacoste desarrolló como productor fueron los de los fotógrafos Cánovas del Castillo, Muñoz Baena, y Jiménez. Del prestigioso fotógrafo Cánovas del Castillo anunció producción ya en octubre de 1901¹⁸. Las primeras series producidas fueron: *Todo Madrid*, donde especificaba "Por Cánovas"; una primera parte de *Les coulisses de la place de toureaux*, que apareció acompañada por "Cliché Cánovas"; la serie *Un herradero en Aranjuez*; y diez tarjetas de *¡Quién supiera escribir!* y otras diez de *Todo es uno y lo mismo. A lo real por lo irreal*, pertenecientes a la serie de los poemas de *Las Doloras* de Ramón de Campoamor, publicadas en 1901 (Sánchez Vigil, 2021a: 125, 127-128). En estas últimas series comenzó a figurar la denominación "Colección Cánovas". Estas denominaciones permiten observar una evolución dentro de la propia producción de Lacoste hasta que por fin seleccionó la palabra "Colección" seguido del autor, que utilizaría en adelante para identificar todas las colecciones de fotógrafos ajenos a la firma comercial. Asimismo, de todas las series mencionadas, curiosamente, sólo existe constancia en el Registro de la Propiedad Intelectual e Industrial de *Les coulisses de la place de toureaux* y *Un herradero en Aranjuez*, que fueron inscritas durante el cuarto trimestre de 1901¹⁹.

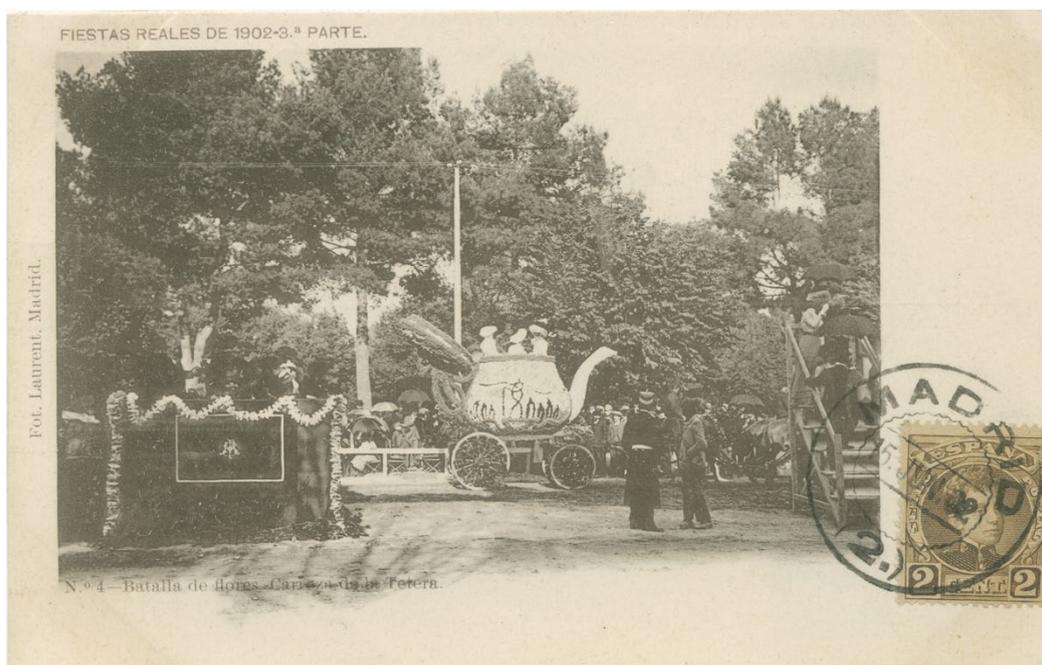
15. *El Coleccionista de tarjetas postales*, n.º 11, marzo de 1902.

16. *Blanco y Negro*, 5 de julio de 1902.

17. *Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual e Industrial*, 16 de julio de 1902.

18. *El Coleccionista de Tarjetas postales*, n.º 6, octubre de 1901.

19. *Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual e Industrial*, 16 de julio de 1902.



(fig.3) FOT. LAURENT. FIESTAS REALES DE 1902. 3ª PARTE. N.º 4. *Batalla de las Flores. Carroza de la Tetera.* 1902. Tarjeta postal. Comunidad de Madrid. Archivo Regional de la Comunidad de Madrid. ES.28079. ARCM//0251..



(fig.4) FOT. LAURENT. COLECCIÓN BAENA. MADRID. SERIE C. N.º 1. MADRID. *En el estanque del Retiro.* Hacia noviembre de 1901. Comunidad de Madrid. Archivo Regional de la Comunidad de Madrid. ES.28079. ARCM//0237.

En cuanto a la obra de Muñoz Baena, publicó la denominada *Colección Baena*, que se compuso de varias series publicadas a lo largo del tiempo. Las primeras fueron las *Serie A* y *B*, publicadas hacia octubre de 1901. La *Serie A* versó sobre escenas de la vida cotidiana, en cambio, la *Serie B*, que dividió en dos partes de cinco tarjetas postales cada una, presentó temas como la caída de la hoja y la poda en el parque del Retiro de Madrid (Carrasco Marqués, 2013: 18-19). A estas primeras, pronto, en noviembre de 1901, le siguió la *Serie C* con diez tarjetas con escenas de tipos y costumbres madrileñas²⁰. Igualmente, las tarjetas postales de Baena dominaron la oferta de la Fototipia Laurent durante la primera mitad de 1902. Así, en marzo produjo tres series más: la *Serie D*, con diez tarjetas sobre escenas de golfos y chiquillos²¹; la *Serie E* que le sirvió para difundir la imagen de algunos personajes del ámbito intelectual y literario de Madrid (Carrasco Marqués, 2013: 22); y la *Serie F* con diferentes escenas de caza²².

20. Museo de Historia de Madrid (en adelante MHM), Colección Baena, n.º inv. 25316-25325 y 34287.

21. *El Coleccionista de tarjetas postales*, n.º 11, marzo de 1902; BNE, n.º inv. 17/TP/174.

22. *Alrededor del mundo*, 13 de marzo de 1902.

Con respecto a la obra de Jiménez, sólo se conoce que produjo una serie de tarjetas sobre la Alcarria, entre las que destacaban las vistas de la Puerta del Corazón, el río Tajuña o el castillo de Torija²³. Además de estos autores, también comercializó durante esta etapa obras de otros, como es el caso del joven Luis Ramón Marín Vilaseca del que produjo una serie de la Batalla de las Flores con motivo de las fiestas reales de 1902²⁴. Otra serie sobre las fiestas reales fue la del marqués de Marín, que se distingue del anterior por la denominación *Colección Marín* y del que difundió una serie sobre el desfile real. Más allá de las fiestas reales, Lacoste también produjo otro tipo de reportajes como la serie de la Academia de Artillería del fotógrafo Francisco de A. Delgado; la serie de diez postales de las obras del escultor Aniceto Marinas y García, las dos últimas editadas hacia finales de 1901; o la *Colección Alcántara*, conformada por diez tarjetas postales con escenas de la unidad de Artillería, que circuló hacia julio de 1902 (Carrasco Marqués, 2013: 14, 59).

Todas estas postales se caracterizaron por comercializarse sobre un soporte secundario de color bien salmón, bien ocre, dependiendo la serie, con la imagen recuadrada por una orla blanca, con lo que Lacoste cambió por completo el estilo con el fin de diferenciar este tipo de producción con respecto a su producción original.

A pesar de que, como hemos visto, durante los dos primeros años, Lacoste tuvo un intento por producir una serie de trabajos fotográficos propios, aún no figuraba como fotógrafo en el *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración*, publicado en 1901, sino más bien como editor y productor. De hecho, aparecía posicionado como uno de los tres editores de fotografía existentes en Madrid, junto a las empresas Bailly-Baillière e hijos y, por supuesto, Hauser y Menet²⁵. Esta circunstancia y el hecho de que necesitara incorporar nueva producción a su negocio son probablemente las razones que le llevaron, unos meses más tarde, en julio de 1902, a asociarse con el fotógrafo aficionado Ángel Redondo de Zúñiga, con quien constituyó la sociedad colectiva "Laurent. Sucesor J. Lacoste y Compañía" (Gutiérrez Martínez, 2005a: 96). Las competencias que ejercieron Lacoste y Redondo de Zúñiga quedaron perfectamente definidas en la escritura de conformación de la sociedad: el primero como director comercial, mientras que el segundo ejerció como director técnico (Gutiérrez Martínez, 2005a: 96), ya que para entonces contaba con un amplio reconocimiento en el ámbito fotográfico por la obtención de premios en certámenes y por ser el secretario de la Real Sociedad Fotográfica de Madrid y jefe redactor de la revista ilustrada *La Fotografía* (Sánchez-Vigil, 2021a: 62, 171).

La asociación entre ambos fotógrafos provocó una transformación del negocio que afectó primeramente a su ubicación con el traslado: primero, entre abril y mayo de 1903, del taller de fototipia, que instaló en el número 28 de la calle Cervantes, y para el que buscó maquinista o preparador²⁶; y, luego, entre abril y noviembre de 1903, del establecimiento comercial, que ubicó en el número 53 de la Carrera de San Jerónimo y en el que habilitó un estudio fotográfico²⁷. Asimismo, durante el primer trimestre de 1903, también incluyeron para las comunicaciones comerciales el Apartado de Correos, número 78, de Madrid²⁸. La segunda de las transformaciones se materializó en el considerable incremento de productos que pusieron a la venta relacionados con la producción de tarjetas postales, como es el caso de los catálogos en los que anunciaban las diferentes series o la venta de álbumes de lujo destinados a guardar este formato²⁹.

La nueva producción fotográfica se realizó entre Redondo de Zúñiga y el propio Lacoste, pues se sabe que este último también realizaba diferentes reportajes por la capital, según *El Imparcial*, como las vistas que tomó de la Real Colegiata de San Isidro en la calle de Toledo de Madrid el 19 de diciembre de 1902 (Díaz Francés, 2019: 216). De hecho, es en estos años cuando surgió una de las series originarias más importantes del establecimiento con diferentes vistas de Madrid. Aunque para mediados de 1902, ya había comercializado algunas imágenes de los principales monumentos de la capital, en la denominada *Serie C*, que se caracterizó por estar adornada con una orla modernista (Carrasco Marqués, 2013: 132), ahora es cuando realmente comienza a crear una serie general de la capital, que contó con más de 140 vistas y al menos tres ediciones publicadas entre mediados de 1902 y 1904, según los estilos de las tipografías y las imágenes publicadas. Estas ediciones se caracterizaron por alternar en sus tipografías con *serifas* los colores azul y negro (Carrasco Marqués, 2013: 138-142). Asimismo, siempre presentaron el lugar, número de postal y título en aquellos espacios con menor presencia de tinta en la imagen o en todo caso habilitaba, según la edición, una franja en blanco en la parte inferior o en el lado derecho de la tarjeta.

A la serie general de Madrid, pronto en julio de 1903, Lacoste y Redondo de Zúñiga decidieron sumar la producción sobre vistas de ciudades y monumentos, ofreciendo la *Serie Historia y Arte* en fototipia en color (Díaz Francés, 2019: 216). Esta serie, conformada por diez tarjetas postales³⁰, se destinó principalmente a destacar lugares emblemáticos de la historia de España como el monasterio de El Escorial, la catedral de Burgos o la Puerta del Sol de Toledo. A esta serie también se sumaron los mejores cuadros de las obras de Francisco de Goya³¹.

Igualmente, no faltaron en esta etapa los reportajes realizados con motivos de celebraciones de eventos, caso del XIV Congreso Internacional de Medicina, celebrado en Madrid en abril de 1903, para la que se elaboró una serie de tarjetas sobre los principales hospitales, acompañados de los retratos de sus directores (Díaz Francés, 2019: 217). Tampoco faltó dentro de la producción de tarjetas postales la publicación de una serie

23. *El Coleccionista de Tarjetas Postales*, n.º 7, noviembre de 1901.

24. Archivo Regional de la Comunidad de Madrid (en adelante ARCM), n.º inv. 0410 y 0411.

25. *Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración*, 1901.

26. *El Heraldo de Madrid*, 24 de mayo de 1903.

27. *Mercurio*, 4 de marzo de 1903; *ABC*, 13 de noviembre de 1903.

28. *ABC*, 23 de abril de 1903.

29. *ABC*, 13 de noviembre de 1903.

30. *El Imparcial*, 2 de julio de 1903.

31. *ABC*, 21 de julio de 1903.

general sobre las principales obras del Museo del Prado, que fue reproduciendo de nuevo con el procedimiento del gelatinobromuro (Díaz Francés, 2019: 215), y que le permitió presentar diferentes series monográficas en tarjeta postal de las obras de grandes pintores, como fue el caso de Goya, Velázquez, Murillo o Rubens, o la obra de artistas coetáneos como ocurrió con la *Colección Querol*, dedicada a las esculturas de Agustín Querol (Carrasco Marqués, 2013: 146-149). Asimismo, y como novedad, también incorporó diferentes reportajes de establecimientos comerciales, como el suyo propio, o el de la Vaquería de las Flores, en los que incorporaba diferentes referencias publicitarias del negocio (Carrasco Marqués, 2013: 217).



(fig.5) FOT. LAURENT. MADRID. 123. *Fuente de las cuatro estaciones y salón del Prado*. Hacia 1902. Tarjeta postal. Comunidad de Madrid. Archivo Regional de la Comunidad de Madrid. ES.28079. ARCM//0291.

No obstante, si una de las producciones más características de la firma hasta el momento fue la producción de la obra de otros autores, esta lo seguirá siendo durante la presencia en el negocio de Redondo de Zúñiga. De hecho, él mismo produjo su propia obra desde el establecimiento, la denominada Cliché A con diversas tomas de los edificios más emblemáticos que fotografió para la obra *Monumentos de Ávila* (Romanillos y Cid, 1900; Teixidor, 1983: 21). Además, a partir de abril de 1903, a través de diferentes anuncios en la prensa, la firma se ofrecía para comprar clichés de otros fotógrafos sobre importantes poblaciones de España con clara intención de explotarlos en sus series de tarjetas postales, dado que los formatos que solicitaban eran 9x12 y 13x18 cm³². Tal vez, a esta llamada acudieron fotógrafos como el marqués de Marín, del que publicó la *Serie 5ª*, sobre vistas de monumentos de Madrid (Carrasco Marqués, 2013: 166) o la *Serie III* con cinco vistas de Asturias³³, el fotógrafo Julio García de la Puente con su *Serie G. Rincones montañoses*, sobre paisajes de Cantabria³⁴ o las vistas de Zafra en la denominada *Colección Calderón*³⁵. Igualmente, a las vistas de los diferentes rincones de España, también se unieron la comercialización de reproducciones de obras de arte, como la *Colección Ximénez*, o reportajes de acontecimientos y de escenas costumbristas como la *Colección Segura* o la *Colección Crepúsculo* sobre la Casa de Campo de Wien (Carrasco Marqués, 2013: 166, 201).

Por último, la Fototipia Laurent no fue la única que produjo en tarjeta postal la antigua colección del archivo Laurent. De hecho, Lacoste y Redondo de Zúñiga cedieron en alguna que otra ocasión ciertos derechos de reproducción a otras firmas editoras como Hauser y Menet o la Casa Thomas de Madrid. El caso más notable fue el del establecimiento de la Casa Thomas, que hacia 1903 actuaron como editores, aunque Lacoste y Compañía fueron los impresores, no sólo de varias series de vistas de Madrid, tanto monocromas como en color, sino también de una serie de corridas de toros (Casas Desantes, 2020: 204-205).

4. La Fototipia Lacoste (1904-1913)

El 9 de marzo de 1904, José Lacoste y Ángel Redondo de Zúñiga decidieron de mutuo acuerdo disolver la sociedad mercantil (Gutiérrez Martínez, 2005a: 96). Ante esta circunstancia, Lacoste asumió de nuevo y en solitario la dirección tanto del establecimiento de fotografía ubicado en la Carrera de San Jerónimo, número 53, como del taller de fototipia situado en la calle Cervantes, número 28. La disolución de la sociedad trajo consigo también una nueva etapa marcada por una desvinculación identitaria con respecto a la antigua Casa Laurent y el posicionamiento de la marca Lacoste en el mercado fotográfico y editorial. Esta circunstancia se vio reflejada, igualmente, en el cambio de denominación de la firma comercial, que pasó a ser únicamente "J. Lacoste" para la producción fotográfica del establecimiento y "Fototipia Lacoste" para la producción derivada

32. ABC, 23 de abril de 1903.

33. BNE, n.º inv. 17/TP/182.

34. MT, n.º inv. 23138, 22302, 23409, 23410 y 24102.

35. Archivo de la Diputación Provincial de Cáceres, n.º inv. POS 01224 y POS 01226.

del taller, que también se vio acompañada de la aparición de un logotipo de estilo modernista, formado por las iniciales del propio José Lacoste entrelazadas, una "J" y una "L", y encerradas dentro de un semicírculo, en cuya parte inferior en letras versales con una tipografía sin *serifas* se señalaba la ubicación del taller, "MADRID". Este fue colocado habitualmente en los reversos de las tarjetas postales de vistas de ciudades, monumentos, costumbres y obras de arte producidas desde 1904 hasta 1914.

La tarjeta postal continuó siendo una de las principales producciones y fuentes de ingreso del establecimiento, junto a las reproducciones fotográficas de obras de arte y ediciones de catálogos para el Museo Nacional de Pintura y Escultura, en su condición como fotógrafo oficial (Díaz Francés, 2019: 217). Por tanto, no es extraño que comercializara el retrato en tarjeta postal fotográfica, más aún cuando este formato fue bastante reclamado por la sociedad por ser la forma más económica de difundir y enviar los retratos.

La faceta de Lacoste como retratista es una de sus menos conocidas, principalmente por la dificultad que existe para localizar este tipo de producción. No obstante, es muy probable que esta actividad la comenzara a practicar hacia finales de 1903, tras el traslado del establecimiento a la Carrera de San Jerónimo, número 53. Los escasos ejemplos de retratos, que se han podido consultar por el momento, son en su mayoría tarjetas postales. Estos retratos se caracterizaron por una puesta en escena sencilla, con un atrezo escaso, a lo sumo uno o dos muebles, y la utilización bien de fondo liso, bien de panorama, del que se sabe que utilizó al menos dos: el primero, un jardín con un palacete blanco al fondo, el más frecuente; y, el segundo, un camino en medio de un bosque.

Además, la mayoría de estos retratos tuvieron una característica en común, la utilización de luz de artificial, que en el caso de Lacoste debió de basarse, al menos a partir de 1907, en la utilización de lámparas reflectoras (Sánchez-Vigil, 2016: 130), un procedimiento por el cual, en diciembre de 1908, presentó una patente de invención, que le fue concedida en 1909 (Díaz Francés, 2019: 218).

Más allá de la producción en retrato, y al igual que ocurrió en la época de la Fototipia Laurent, una de las temáticas que mayores pasiones levantó por el interés que despertaba en la sociedad fueron los reportajes de eventos y acontecimientos sociales y culturales, con los que narraba perfectamente el panorama político, social y cultural de Madrid. De este tipo de tarjetas postales se puede distinguir: por un lado, los reportajes realizados por el propio José Lacoste o algún otro operador que trabajaba para el establecimiento; y, por el otro, el trabajo de Lacoste como productor de la obra de otros fotógrafos.



(fig.6, 7 y 8) J. LACOSTE. Retrato de una mujer y un niño. Tarjeta postal fotográfica. Entre 1904-1913. Colección particular.

J. LACOSTE. *Exposición Industrias Madrileñas. La Alcohólera Española*. 1907. Tarjeta postal. Comunidad de Madrid. Archivo Regional de la Comunidad de Madrid. ES.28079. ARCM//0426.

J. LACOSTE. *Cercedilla. En el cuarto de los Siete picos a 2200 metros*. 3 de noviembre de 1912. Tarjeta postal. Colección particular.

En lo que se refiere a la producción originaria de tarjetas postales, es difícil calcular su magnitud, pues las series editadas en esta etapa presentan unas temáticas muy heterogéneas, desde acontecimientos reales, pasando por corridas de toros o exposiciones industriales, hasta romerías o excursiones. Así, entre las primeras que llevó a cabo en esta etapa destacan: en primer lugar, la denominada Colección Lidia, con escenas de grandes diestros como Ricardo Torres Reina "Bombita", cuyas tarjetas circularon ya a finales de 1904, y en las que aún mantiene la marca comercial "Fototipia Laurent", pero van acompañadas del logotipo de Lacoste en su reverso (Carrasco Marqués, 2013: 150). En segundo lugar, los festejos reales en torno a la boda de Alfonso XIII con Vitoria Eugenia de Battenberg, en mayo de 1906, entre los que destaca la corrida regia, el concurso aerostático, el tiro pichón en la Casa de Campo y muy especialmente las tomas que realizó

en la calle Mayor del desfile posterior al enlace, celebrado el 31 de mayo de 1906³⁶, aunque probablemente por su situación no pudo captar el momento del atentado. A estos importantes reportajes se sumaron otros sobre las exposiciones de Industrias madrileñas o el primer Salón del Automóvil, ambos celebrados en 1907; la tarjeta postal sobre el monumento conmemorativo de las víctimas del atentado, obra de Repullés Vargas y Aniceto Marinas en 1908; la salida de los obreros de los talleres de la Compañía de ferrocarriles MZA hacia 1908³⁷; el XII Congreso Eucarístico Español, celebrado en Madrid en 1912, para una serie de *El Correo Español*; u otro tipo de reportajes llevados a cabo para particulares, sobre excursiones, en especial sobre una de las actividades de moda a comienzos del siglo, el montañismo, como es el ejemplo de una serie de tomas que se llevaron a cabo en una subida a los Siete Picos en Cercedilla el 3 de noviembre de 1912.

En cuanto a la producción de otros autores sobre eventos o acontecimientos destacan: primeramente, la serie de tarjetas postales de algunos festejos de la Boda Real realizadas por Luis Ramón Marín Vilaseca, en concreto del concurso de globos aerostáticos que se celebró en el parque del gasómetro, cuyas tomas se distinguen de las que el propio Lacoste llevó a cabo en formato estetoscopio en el concurso de 1905 por la indumentaria del público y los edificios (Díaz Francés, 2019: 218). Después, la serie que produjo de “J.C. Madrid” con motivo de la Segunda Guerra de Marruecos o del Rif en 1909 (Díez Sánchez, 2010: 30-31; Sánchez-Vigil, 2021b: 556).

No obstante, si una temática fue característica del establecimiento de la Fototipia Lacoste, entre 1904 y 1913, al igual que ocurrió en la etapa anterior, fueron las vistas de ciudades, monumentos y costumbres. De todos los lugares de España, Madrid, sin duda, fue la que contó con una producción más abundante. Por todo ello, esta es precisamente la que se ha tomado como punto de referencia para establecer una aproximación preliminar de las cronologías en las que las diferentes ediciones de la serie general de Madrid circularon con mayor frecuencia entre 1904 y 1913, con el último objetivo de acercarnos lo máximo posible al momento de su publicación y su auge comercial. Todo ello se ha llevado a cabo a través de una selección de tarjetas postales pertenecientes a varios fondos y colecciones³⁸, que nos han permitido cruzar la información de los matasellos encontrados con los colores y los tipos de tipografías. Así, en líneas generales se han identificado las siguientes cinco ediciones, que son las más representativas de su producción (tabla 1):

1. Primeras ediciones con tipografía en azul, circuladas con mayor intensidad entre 1904 y 1906. Estos presentan el número de vista, la localidad en negrita con tipos decorativos, próximos al modernismo, y el título en versales con tipos sin *serifa*. Este último iba bien inmediatamente seguido, bien en un salto de línea. En este grupo de tarjetas el tipo de presentación de la imagen fue variando con el tiempo: primeramente, la imagen sólo ocupaba un medio o tres cuartas partes de la postal, que se veía acompañada, a su vez, en el anverso del número junto a la marca comercial “Fototipia Lacoste. Madrid” o únicamente de la marca comercial, como podemos observar en varias vistas de la Carrera de San Jerónimo³⁹. Después, la imagen fue ocupando la totalidad del anverso de la tarjeta postal y posicionaban el número de la tarjeta, el lugar y el título en el espacio con una menor carga de tinta⁴⁰.
2. Primeras ediciones con tipografía en negro, circuladas probablemente entre 1906 y 1908. Al igual que en el anterior se perciben dos estilos: el primero presenta el número y lugar en negrita con *serifa*, mientras que el título va en redonda con *serifa*. En cambio, en el segundo, Lacoste regresa al uso de los tipos decorativos en negrita para el número de vista y la localidad y el título en letras versales.
3. Edición con tipografía en rojo, mayormente circulada hacia 1908. En este tipo, siguió el mismo estilo que el primero de las ediciones en azul y el segundo de las de tipografía en negro. Este color fue también utilizado para otras series temáticas como, por ejemplo, las de las Bodas Reales de 1906.
4. Segundas ediciones con tipografía en azul, circuladas aproximadamente entre 1908 y 1911. Presentaron una tipografía con *serifas*. En estas ediciones el título aparece en redonda, sin embargo, la localidad presentó variaciones: en primer lugar, apareció en redonda y negrita, posteriormente pasó a letras versales.
5. Segundas ediciones con tipografía en negro, circuladas mayormente entre 1912 y 1914. Estas presentan dos momentos: el primero, la localidad en versales y el título en redonda con una tipografía *serifa*. En cambio, el segundo, aunque seguirá el mismo esquema de presentación, la tipografía será sin *serifas*. Estas últimas aparecieron especialmente en los blocs de tarjetas postales que comercializó en forma de talonario y que patentó el 23 de agosto de 1912 (Pérez Gallardo, 2016: 211).

Curiosamente, estas cronologías provisionales establecidas para las distintas ediciones que circularon de la serie general de Madrid entre 1904 y 1913, se pueden extrapolar a las producciones de las otras localidades que comercializó el propio Lacoste. Este es el caso de la producción de Valencia y de las islas Baleares, que ya circulaban con tipografía azul o negra, iguales que las primeras ediciones de la serie de Madrid, entre 1904 y 1908⁴¹. Esta circunstancia nos indica, además, que la visita de Lacoste o de alguno de sus operarios a Valencia y las islas Baleares pudo haberse efectuado en el mismo momento y probablemente con anterioridad a 1904, a pesar de que, hasta el momento, debido a la introducción de la producción de Lacoste en la reedición de los catálogos de Laurent, publicados hacia 1912, ha provocado que habitualmente se sitúe la producción

36. ARCM, n.º inv. 0405, 0406 y 0408.

37. ARCM, n.º inv. 0415.

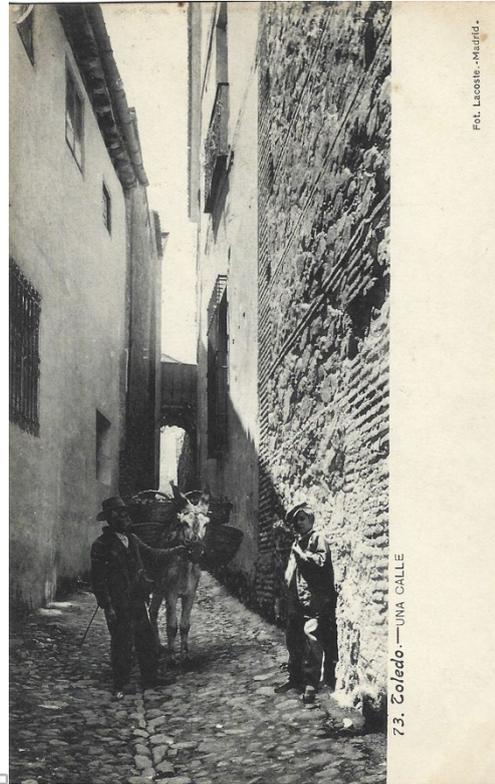
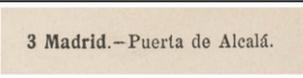
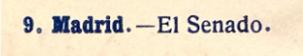
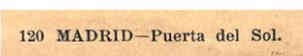
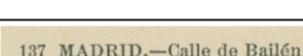
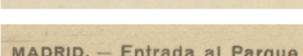
38. Los marcos cronológicos aproximados se han establecido a partir del análisis de las tarjetas postales pertenecientes a la serie general de Madrid que se encuentran en los siguientes fondos y colecciones: la Colección Postales de Madrid del Archivo Regional de la Comunidad de Madrid; Museo de Historia de Madrid; Biblioteca Nacional de España; Museo Cerralbo; Museo del Traje; Instituto de Patrimonio Cultural de España; así como colecciones particulares, algunas de ellas publicadas como la de Carrasco Marqués (2013) o Carlos Teixidor Cadenas (1999).

39. ARCM, n.º inv. 0352 y 0353.

40. ARCM, n.º inv. 0329.

41. Biblioteca Valenciana, colección José Huguet, n.º inv. JH1/509 y JH1/504.

fotográfica hacia este punto cronológico (Díaz Francés, 2019: 221). Otro ejemplo de este tipo ocurre con la producción de Toledo, de la que se pueden encontrar tarjetas postales tanto de la primera edición en azul como del segundo tipo de la primera edición en negro. En concreto, en varias colecciones personales se han encontrado tarjetas con una tipografía igual que la primera edición en negro circuladas hacia 1907, como es el caso de la tarjeta postal número 73, titulada *Toledo. Una calle*, lo que coincide cronológicamente con la serie de Madrid. Teniendo en cuenta esta circunstancia, se puede decir que o bien Lacoste tuvo un alto control sobre las ediciones y para ello cambiaba los tipos de tipografía, en especial el color, o bien simplemente estos cambios fueron provocados por el desgaste o pérdida de los tipos de las máquinas de impresión, que hizo que las diferentes ediciones mostraran cambios en sus tipografías.

Primeras ediciones con tipografía en azul Mayor circulación: 1904-1907 aprox.		
Primeras ediciones con tipografía en negro Mayor circulación: 1906-1907 aprox. Mayor circulación: 1906-1908 aprox.	 	
Edición con tipografía en rojo Mayor circulación: hacia 1908		
Segundas ediciones con tipografía en azul Mayor circulación: 1908-1912 aprox. Mayor circulación: 1911-1912 aprox.	 	
Segundas ediciones con tipografía en negro Mayor circulación: 1912-1913 aprox. Mayor circulación: a partir de 1912. Presentación postal con sistema de bloc.	 	
Logotipo de la firma en los anversos		

(tabla 1 y fig.9) Tabla 1. Aproximación cronológica de las tipografías y logotipo de las diferentes ediciones de la serie general de Madrid, publicadas entre 1904 y 1913. Elaboración propia.

J. LACOSTE. 73. *Toledo. Una calle*. Hacia 1907. Tarjeta postal. Colección particular.

Paralelamente a las producciones de las series generales de diferentes localidades de España como Madrid, Valencia o Toledo, fue creando distintas series temáticas en torno a las vistas y monumentos, como fue el caso de las tomas que realizó por la noche del Palacio Real posiblemente hacia 1904 y de la serie denominada *Nueva Catedral de Madrid*, es decir, de la catedral de la Almudena, tomadas probablemente hacia 1905 (Carrasco Marqués, 2023: 122). Además, aunque con menor frecuencia que en las etapas anteriores, Lacoste continuó produciendo obra publicada por otros fotógrafos y editores como Castañeira y Álvarez o la fotógrafa Alejandra Sorreluz en Zarautz⁴².

Por último, en esta etapa tan intensa no nos podemos olvidar de otra de sus series más icónicas, las reproducciones de obras de arte. Si anteriormente ya había comercializado algunas series del Museo del Prado, entre 1904 y 1913, continuó con la publicación de manera paulatina de la serie general del museo hasta que alcanzó más de 2119 ejemplares de tarjetas postales de obras de arte, cuyo número conocemos a través de la traducción al francés de la décima edición del Catálogo del Museo del Prado elaborado por Pedro de Madrazo y publicado e impreso por Lacoste en 1913, en donde figuran junto a las obras los mismos números que se encuentran junto al título de la serie, *Museo del Prado*, en las tarjetas postales. De la edición de esta serie general, se utilizaron, según Carrasco Marqués (2013: 121), más de diez reversos diferentes.

Todas estas producciones, además de en su propio establecimiento fotográfico y en el taller de fototipia, fueron comercializadas y difundidas por toda España a través del método de los representantes comerciales. Un ejemplo de ello se puede apreciar en un anuncio del 20 de julio de 1906, publicado en *El Cantábrico*, donde el representante comercial de Lacoste, y de otras casas como Sennhauser de Madrid o BruderKohn de Viena, anunciaba a la venta una serie de tarjetas postales de las bodas reales.

En general, las tarjetas de Lacoste de esta etapa, a pesar de llevar tipografías diferentes que les otorgaba también su propia seña de identidad, tuvieron una presentación muy distinta a la de la etapa Fototipia Laurent. De hecho, a diferencia de las postales editadas con anterioridad a 1904, las imágenes comenzaron a ocupar toda la superficie de la tarjeta y en los espacios más claros incorporaba la identificación de la vista, monumento, escena u obra de arte. Asimismo, si entramos en aspectos propiamente estéticos, las fotografías

42. Archivo Histórico Provincial de Álava, n.º inv. POS,00411 y POS,03036; MC, n.º inv. FF04836.

de Lacoste, sobre todo aquellas que realizó en los primeros momentos a pie de calle, son imágenes propias de un *amateur*, no controla bien los encuadres, es habitual la presencia de personas mirando a cámara y, de hecho, algunos de ellos aparecen con algún miembro cortado porque se encuentran transitando y justo saliendo de escena. No obstante, conforme fue avanzando en la práctica fotográfica cuidó y mejoró estos aspectos. En ese sentido, se produjo una diferencia en la producción con respecto a sus antecesores, que intentaron evitar la presencia de personas por cuestiones técnicas de exposición y también porque el objetivo en sí era retratar los monumentos arquitectónicos como únicos protagonistas.

5. La Tipografía Artística (1913-1914)

A partir de 1913, el negocio de fotografía y de edición en fototipia de Lacoste tendió a especializarse hacia una producción más “artística” tanto en el aspecto del retrato en estudio como en los tipos de productos ofertados en catálogos y tarjetas postales. Esta circunstancia quedó reflejada en el cambio de la denominación comercial. De hecho, “artística” fue el adjetivo que dominó tanto el nuevo nombre del taller de fototipia que se ubicaba en el 28 de la calle Cervantes, que a partir de entonces pasó a ser “Tipografía artística”, como el establecimiento fotográfico ubicado en el 53 de la Carrera de San Jerónimo, que pasó a denominarse “Fotografía artística P◊L”, logotipo con el que se hacía referencia a las palabras *Photographie* y Lacoste. De hecho, el logotipo “P◊L” se convertiría al poco tiempo en la única referencia identificadora del estudio de Lacoste. Asimismo, esta tendencia hacia una producción más enfocada en el ámbito de las exposiciones y el arte se vio reflejada en la apertura del “Salón Lacoste” en una parte del establecimiento fotográfico, en diciembre de 1913, que tuvo como objeto dar a conocer la obra de artistas coetáneos mediante su exhibición y comercialización en fotografía de sus obras. La primera de las exposiciones fue la del pintor aragonés Gárate, inaugurada el 15 de diciembre de 1913, de quien ya había comercializado su obra (Díaz Francés, 2019: 223).

En lo que que refiere a la producción de tarjeta postal, es una etapa en la que por el momento se han encontrado más retratos en postal fotográfica que vistas de ciudades en fototipia. Los retratos de esta etapa van acompañados en su reverso del logotipo de la nueva marca comercial (figura 10), que con el tiempo irá reduciéndose únicamente a “Fotografía P◊L”. Estos siguen el mismo tipo de composición que la etapa anterior, produciéndose una continuidad tanto en los panoramas encontrados como en la forma de presentar al retratado. Sí que se percibe, en cambio, una modificación ligera en los tonos de la luz, que se tornan más cálidos, que probablemente se encuentren relacionados con una mejora de la patente que presentó el propio Lacoste en septiembre de 1909. No existe una gran variedad de este tipo de tarjetas, pero sí se puede observar mayor presencia de retratos de niños, sobre todo reportajes de estudio de niños ataviados para su Primera comunión.



(fig.10) Marca comercial Fotografía artística. Hacia 1913. Colección particular.

En cuanto a lo que respecta a su propia producción, se conoce el hecho de que visitó Santiago de Compostela a comienzos de julio de 1913⁴³. Allí llevó a cabo más de 200 clichés, que pudo poner a la venta en su establecimiento en formato tarjeta postal. Otros trabajos que realizó en estos momentos, además de volcarse en su proyecto editorial *Referencias fotográficas de las obras de arte de España* (Díaz Francés, 2019: 223), fueron los reportajes de algunos eventos que acontecieron en la capital como la Jura de Banderas en Madrid, celebrada en abril de 1913⁴⁴.

La orientación hacia una producción editorial de catálogos sobre obras de arte, el aumento de la actividad como retratista y las exposiciones en el Salón Lacoste provocaron un decrecimiento de la producción de tarjeta postal, que coincidió cronológicamente con la finalización de la Edad de Oro de este producto. Sin embargo, no tenemos constancia de si Lacoste finalmente la hubiera ido apartando en favor de la introducción de otro tipo de productos, ya que, en agosto de 1914, le ordenaron, como ciudadano francés, movilizarse a su país natal con motivo de la Primera Guerra Mundial. Ante las posibles circunstancias que pudieran presentarse, Lacoste decidió ceder los derechos sobre las ediciones de catálogos del Museo del Prado al librero Esteban Dossat y Beaupuy⁴⁵, y el negocio de fotografía, el taller de fototipia y el Salón de exhibiciones a la mallorquina Juana Roig Villalonga (1877-1941), quien se puso al frente del mismo hacia finales de 1914 (Gutiérrez Martínez, 2005a: 99).

43. *El Eco de Santiago*, 5 de julio de 1913.

44. ARCM, n.º inv. 0301.

45. Archivo MP, Fondo Museo del Prado, caja 269, legajo 198, exp. 8, n.º doc. 90.



(fig.11, 12 y 13) J. LACOSTE. Retrato de un hombre. Tarjeta postal fotográfica. Hacia 1913. Colección particular.

J. LACOSTE. Retrato de una niña. Tarjeta postal fotográfica. Hacia 1913. Colección particular.

J. LACOSTE. 37. Santiago (Galicia). *Catedral: vista parcial del claustro*. 1913. Tarjeta postal. Museo do Pobo Galego. Colección Familia de la Riva. n.º inv. URP/Postal-01/0184.

6. Conclusiones

Uno de los productos que mejor identificaron la firma de José Lacoste fueron las tarjetas postales, que pronto se bifurcaron en tres grandes líneas de producción: las obras de la antigua Casa Laurent; la obra originaria del propio Lacoste; y la producción de otros grandes fotógrafos coetáneos. Sin embargo, la intensidad con la que trabajó cada una de estas líneas fue variando conforme fue consolidando su posición en el mercado fotográfico matritense y español. En un inicio, únicamente comercializó la obra de Laurent, que le sirvió como carta de presentación y como medio para recuperar la antigua clientela del prestigioso fotógrafo. Sin embargo, obró con bastante astucia a la hora de seleccionar sus temáticas, pues únicamente otorgó valor a aquellas que le permitieron abrir poco a poco un nicho comercial en el Madrid de la época. A esta primera tentativa, pronto sumó la producción de otros fotógrafos de reconocido prestigio en la capital como Cánovas y Baena. No obstante, tímidamente comenzó a producir sus propios trabajos fotográficos. Este panorama continuó durante toda la etapa de la Fototipia Laurent e incluso con la asociación de Redondo de Zúñiga, que fue, sin duda, muy beneficiosa desde el punto de vista del avance técnico y, sobre todo, desde la perspectiva comercial, pues le permitió ampliar el repertorio de productos, como, por ejemplo, con la introducción de álbumes para este formato. No obstante, en 1904, tras la disolución de la sociedad, la situación anterior fue invirtiéndose paulatinamente. De hecho, la obra de la Casa Laurent e incluso la comercialización de la producción de otros autores pasaron a un plano completamente secundario, asumiendo el mayor protagonismo la propia obra de José Lacoste. A pesar de ello, el fotógrafo no renunció al sello de Laurent, pero sí intentó equiparar su trabajo al nivel del anterior e incluso lo repitió como ocurrió con las reproducciones de las obras del Museo del Prado, bajo el pretexto de los beneficios que otorgaba el gelatinobromuro.

En definitiva, la producción de tarjeta postal se convirtió en uno de los baluartes desde los que intentó superar al gran maestro Jean Laurent. Tal vez, por la trayectoria emprendida y con el paso de los años lo hubiera logrado. Sin embargo, no pudo burlar al cruel destino y su esfuerzo y obra pasaron a mimetizarse con la de sus antecesores, lo que fue en detrimento de su fama, pero a favor del incremento de la grandeza del archivo fotográfico de la Casa Laurent, completando y renovando el itinerario artístico y cultural de España que inició su fundador a mediados del siglo XIX.

7. Referencias bibliográficas

- Carrasco Marqués, M. (Coord.) [1992]. *Catálogo de las primeras tarjetas postales de España: impresas por Hauser y Menet, 1892-195*. Madrid: Casa Postal.
- Casas Desantes, C. [2020]. "Laurent en las tarjetas postales. Un caso de derechos de explotación en fotografía histórica", en *J. Laurent: un pionero en las colecciones españolas*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte. Museo del Romanticismo, 188-208.
- Díaz Francés, M. [2019]. "Los sucesores de J. Laurent (1881-1915): del declive de Roswag al resurgimiento de Lacoste", en *La España de Laurent (1856-1886): un paseo fotográfico por la historia*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte, 208-225.
- Díez Sánchez, J. [2010]. "Imágenes lúdicas de una Campaña: Melilla, 1909". *Akros: Revista de Patrimonio*, 9, 30-36
- Guereña, Jean Louis (2005). "Imagen y memoria. La tarjeta postal a finales del siglo XIX y principios del siglo XX". *Berceo*, nº 149, pp. 35-58.
- Gutiérrez Martínez, A. [2005a]. "J. Laurent, creador, innovador y maestro de la fotografía", en *Jean Laurent en el Museo Municipal de Madrid. Retratos. Artistas plásticos*. Madrid: Museo Municipal de Madrid, pp. 23-128.

- Gutiérrez Martínez, A. [2005b]. "Anexos", en *Jean Laurent en el Museo Municipal de Madrid. Retratos. Artistas plásticos*. Madrid: Museo Municipal de Madrid, 273-312.
- Herrero, M. [1998]. "La imagen de España a través del Quijote en la Generación del 98". *Anuario Filosófico*, 31, 269-328.
- Lacoste, J. [h. 1912]. *1er Supplément au catalogue de la Collection Photographique "Laurent". Les Isles Baléares*. Madrid: J. Lacoste.
- Lacoste, J. [h. 1912]. *L'Espagne et le Portugal au point de vue Artistique, Monumental et pittoresque. Catalogue de la collection photographique « Laurent ». Serie C. Vues de villes, monuments, architecture, types, scènes populaires, etc.* J. Lacoste. Photographe Éditeur et photographe officiel du Musée National de Peinture et sculpture du Prado, avec privilège exclusif pour la vente. Magasin: Carrera de San Jerónimo, 53, Ateliers: Calle de Cervantes, 28, Madrid.
- Ley de 10 de enero de 1879, de Propiedad Intelectual. *Gaceta de Madrid*, 12, de 12 de enero de 1879. <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1879/012/A00107-00108.pdf>
- López Hurtado, M. [2013]. *La tarjeta postal como documento. Estudio de usuarios y propuesta de un modelo analítico. Aplicación a la colección de postales del Ateneo de Madrid* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Madrazo, P. de [1913]. *Catalogue des Tableaux du Musée du Prado*. Madrid: Imprimerie de J. Lacoste. Photographe Editeur et Photographe Officiel du Musée du Prado.
- Morán García, M. P. [2023]. "España Ilustrada: Hauser y Menet y la imagen arquitectónica de España (1890-1900)", en *IV Jornadas sobre Investigación en Historia de la Fotografía, 1839-1939: Un siglo de fotografía*. Zaragoza: Diputación Provincial de Zaragoza. Institución "Fernando el Católico", 201-209.
- Olivera Zaldúa, M. [2022]. "Paseando por la fotografía. Del 98 a la Segunda República", en *Káulak: fotógrafo, pintor y escritor*. Madrid: Biblioteca Nacional de España, pp. 39-63.
- Pérez Gallardo, H. [2002]. "La fotografía comercial y el Museo del Prado". *Boletín del Museo del Prado*, nº 38, 129-147.
- Riego, B. (Coord.) [2010]. *España en la tarjeta postal: un siglo de imágenes*. Barcelona, Lunwerg.
- Rodríguez Mateos, A. [2023]. "Ocio, cultura y sociedad en los salones del Madrid decimonónico: Franzen y la imagen de la aristocracia", en *IV Jornadas sobre Investigación en Historia de la Fotografía, 1839-1939: un siglo de fotografía*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 147-155.
- Romanillos, F.; Cid, F. [1900]. *Monumentos de Ávila. Guía para visitar la ciudad*. Ávila, El Diario de Ávila.
- Sánchez Sánchez, I. Villena Espinosa, R. [2011]. "La tarjeta postal en la historia de España", en *España en la tarjeta postal: un siglo de imágenes*. Barcelona, Lunwerg, 11-31.
- Sánchez-Vigil, J. M. [2013]. *La fotografía en España: otra vuelta de tuerca*. Gijón, Trea.
- Sánchez-Vigil, J. M. [2020]. *Compañy. Maestro de la fotografía*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Grupo Fotodoc.
- Sánchez-Vigil, J. M. [2021a]. *Káulak. La fotografía como arte y documento: proyectos culturales de Antonio Cánovas del Castillo Vallejo*. Gijón, Trea.
- Sánchez-Vigil, J. M. [2021b]. "La fotografía de la Guerra de África a la Guerra del Rif (1859-1927)", en *A cien años de Annual: La Guerra de Marruecos*. Desperta Ferro Ediciones, 531-582.
- Sánchez-Vigil, J. M.; Olivera Zaldúa, M. [2017]. "El estereotipo y la tradición en las tarjetas postales de Káulak", en *Imaginarios en conflicto: "lo español" en los siglos XIX y XX: XVIII Jornadas Internacionales de Historia del Arte*, celebradas del 14 al 16 de septiembre de 2016. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 61-78.
- Teixidor Cadenas, C. [1983]. "Las tarjetas postales de la Fototipia Laurent", en *La documentación fotográfica de la Dirección General de Bellas Artes y Archivos. J. Laurent I*. Madrid, Ministerio de Cultura, 19-21.
- Teixidor Cadenas, C. [1999]. *La tarjeta postal en España, 1892-1915*. Madrid, Espasa-Calpe.