



Exposiciones ambulantes: campañas propagandísticas estadounidenses en Europa (1949-1959) Exhibitions on Wheels: USA Propaganda Campaigns in Europe (1949-1959)

Héctor García-Diego Villarías, Rubén A. Alcolea Rodríguez
Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra

Traducción [Translation](#) Rubén A. Alcolea Rodríguez

Palabras clave [Keywords](#)

Exposiciones, propaganda, ambulante, Guerra Fría, Peter Harnden, Cedric Price, Archigram
[Exhibitions, propaganda, itinerant, Cold War, Peter Harnden, Cedric Price, Archigram](#)

Resumen

En una Europa convertida en territorio de disputa ideológica en la década de los cincuenta, las campañas propagandísticas jugarían un papel determinante. El conocido plan de auxilio económico estadounidense —Plan Marshall— pondría en marcha, además, un ambicioso programa expositivo. Dada la devastación general del Viejo Continente, el modelo de exposición ambulante, aquel en el que continente y contenido se trasladan conjuntamente de un lugar a otro, emergió como sistema propagandístico de enorme eficiencia y mayor capacidad de impacto. Una práctica que venía siendo ensayada con anterioridad en el propio país americano, pero que se desarrollaría con mayor intensidad de la mano de Peter G. Harnden, el principal actor y diseñador de estas campañas propagandísticas. En el texto que sigue se tratará de describir este episodio, con el fin de desgarnar sus particularidades ya que, como concluye el artículo, algunos de los rasgos que definen el fenómeno acompañarán algunas de las prácticas más notables de la disciplina a lo largo de la década posterior.

Abstract

In a Europe that became a territory of ideological dispute in the fifties, propaganda campaigns would play a decisive role. The well-known American economic relief plan —The Marshall Plan— would also launch an ambitious program of exposition. Given the general devastation conditions of the Old Continent, the model of itinerant exhibition, in which continent and content are moved together from one place to another, emerged as a propaganda system of enormous efficiency and greater capacity for impact. A practice that had been rehearsed before in the American country itself, but that would be developed with superior intensity by Peter G. Harnden, the main actor and designer of these propaganda campaigns. The text that follows tries to describe the episode, in order to shed its particularities because, and as the article concludes, some of the features that define the phenomenon will accompany some of the most notable practices of the discipline throughout the subsequent decade.

En octubre de 1956, el SS Orcades (1) partió del puerto de la bahía de Sidney con dirección a San Francisco, previa escala en Auckland, Honolulu y Vancouver. Una ruta inusual, toda vez que la nave fue construida en 1947 con el propósito de facilitar el flujo de inmigrantes entre el Reino Unido y Australia y Nueva Zelanda tras la devastadora Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, la carga de esta emblemática y lujosa embarcación no se componía únicamente de pasajeros: el barco transportaba una gran colección de arte australiano contemporáneo, la *Pacific Loan Exhibition*, que lo transformó en un auténtico museo flotante. Tanto es así que el mismo barco sirvió de área expositiva, incorporando nuevo mobiliario y acondicionando diversos espacios, en especial la pista de baile que serviría de sala de exposiciones principal.

De modo que esta pinacoteca improvisada recorrió el Pacífico con una carga que contenía algunas de las pinturas contemporáneas más valiosas del arte australiano, en un momento para el país de transición hacia la modernidad. Un esfuerzo enorme para mostrar al gigante americano, en su propio territorio, el estado y vigor de su pintura. Pero los Estados Unidos de mediados de los cincuenta albergaba pintores como Willem de Kooning, Arshile Gorky, Robert Motherwell, Ad Reinhardt, Mark Rothko, Clyfford Still o Jackson Pollock, quienes ya habían desarrollado gran parte de su trabajo más brillante. De modo que, en términos de vanguardia, la esforzada muestra australiana podría palidecer en comparación con el brillante momento de la pintura americana, (2) recién enfundada en la bandera del expresionismo abstracto. (3)

Sin embargo, además del contenido de la exposición, resulta de gran interés atender a la operación en su conjunto. La Australia del año 56 acaparaba los focos de la escena internacional debido a la celebración de los Juegos Olímpicos en Melbourne, lo que pudo servir de acicate a la hora de poner en marcha semejante iniciativa que, a pesar del riesgo evidente de que el mundo del arte americano pudiera no interesarse demasiado por la muestra, sabía del poder propagandístico de la iniciativa. Más allá de la heroicidad que supone recorrer más de 6.000 millas náuticas con semejante cargamento a bordo —y con la incertidumbre de no conocer el grado de aceptación que

In October 1956, the SS Orcades departed from Sidney Bay to San Francisco, via Auckland, Honolulu and Vancouver. (1) It was an unusual route, as the ship was built in 1947 to facilitate the emigration from the United Kingdom to Australia and New Zealand after the war. Nevertheless, in this occasion, the cargo of this luxurious and emblematic liner was more than just passengers: the boat carried a big art collection of contemporary Australian art, the *Pacific Loan Exhibition*, converting the ship into a real floating Museum. Literally, the boat served as a museum, it incorporated furniture and transformed some of its decks and inner spaces, and in special the dancing saloon into exhibition rooms.

This odd art gallery crossed the Pacific with some of the more valuable contemporary Australian artworks, as that country was starting its transition to modernity. Australia made a big bet to show its art to the American public in its own territory. The undertaking was maybe a little bit naïve, as the United States were already producing the best work of great artists as Willem de Kooning, Arshile Gorky, Robert Motherwell, Ad Reinhard, Mark Rothko, Clyfford Still or Jackson Pollock. The Australian fair could ruddy in comparison to the shining momentum of American painting, (2) producing the best works of the abstract expressionism. (3)

The truth is that, in 1956, Australia was a very active country in the international scene, mostly because of the celebration of the Olympics in Melbourne that really pushed the floating museum idea, even at the evident risk that the Americans did not get interested at all in its content. Nevertheless, more that its content, it's interesting the whole

alcanzará la exposición en otros lugares—, la operación se valía de algunas ventajas propias que trascendían a su propio contenido.

Parece obvio que el principal beneficio consistiría en poder alcanzar un público que muy probablemente nunca tendría la oportunidad de entrar en contacto con ese arte de otro modo. Además, los organizadores contaban con la ventaja de diseñar la exposición de manera completa desde el lugar de origen, lo que les permitía un control completo sobre la muestra. Así, el espacio expositivo formaba parte integrante de la propia exposición, sirviendo como elemento de atracción añadido. Por otro lado, la llegada de un fastuoso barco a puerto suponía una operación publicitaria difícilmente igualable por cualquier campaña de difusión. Y su condición efímera, extraordinariamente acentuada por la lejanía del puerto de origen, garantizaba captar el máximo interés en el lugar de destino. En resumen, la operación en su conjunto demostraba un notable poder propagandístico, por lo que no es de extrañar que las exposiciones ambulantes proliferaran en un periodo concreto del siglo xx, como se verá a continuación.

Exposiciones ambulantes. Tal vez, una de las primeras exposiciones ambulantes merecedora de esta denominación sea la protagonizada por el SS Orcades. La escala y singularidad del caso lo convierte en uno de los ejemplos seminales más paradigmáticos, quizá solo comparable a aquellas otras estrategias semejantes de *agitprop*, de escala colosal, puestas en marcha por el gobierno ruso. (4) Pero probablemente lo más destacable del episodio histórico, y que lo distingue de otras exposiciones itinerantes es el hecho de que el barco es específicamente acondicionado —como si de una verdadera pinacoteca se tratase— a miles de kilómetros de distancia del público que lo visitará. La operación no era en absoluto ingenua, pues el mayor control sobre la muestra que se alcanza con este formato expositivo, generalmente se traduce en una personalidad y carácter más acentuado respecto a la operación más habitual de desplegar los mismos contenidos en una sala prestada en el lugar de destino. No es de extrañar, por tanto, que el fenómeno haya tenido un cierto recorrido, y haya alcanzado a lo largo de la historia momentos de especial brillantez. Tras los fascinantes

operation. Is more than worthy the odyssey of travelling more than 6.000 nautical miles with so strange cargo, especially with the uncertainty of disregarding the possible acceptance of the exhibition abroad.

The main aim was to get to the people who, in any other circumstances, will never have the chance to get close to those artworks. The peculiarity of this exhibition allowed the organizers to design the exhibition as a whole and designing the exhibition space from their departure country, giving complete control of the way the public will interact with the artworks. The exhibition space acted as a slogan, even more than its content, and the arrival of this luxurious vessel-museum was an advertising campaign not easy to overcome. In addition, its ephemeral condition was emphasized by its itinerant condition, guaranteeing the success in any of the cities where it docked. In short, the whole business showed an important propaganda effort, so it is not strange that moving exhibitions started to appear in this period of the 20th Century.

Exhibitions on Wheels. Perhaps, one of the first itinerant exhibition to be called as such was the show on the SS Orcades. The scale and specificity of this event makes it really important, relating it somehow to the strategies developed by the Russian government, the *agitprop*. (4) What was really distinct, which made the Orcades really different to any other moving exhibitions, is the fact that the boat was completely conditioned —as if it were a real museum—, even thousands of miles away from the public. The exhibition was not at all naïf, as it allowed a complete control of the show and, also, a defined character, as the setting had nothing to do with the idea of un-packing and setting up an exhibition on place. After the early Russian experiments, western culture started to see how trains, boats or trucks were eventually transformed into real museums. (5)



experimentos soviéticos de *agitprop* de principios del siglo xx (5) la cultura occidental del siglo pasado contempló cómo navíos, trenes, camiones o furgonetas fueron transformados en auténticos museos ambulantes.

De hecho, el fenómeno de las exposiciones ambulantes experimentó un importante auge en las décadas de los años 1950 y 1960 en los Estados Unidos. Se trataba de un evidente contexto de prosperidad para todo tipo de exposiciones. (6) Y no fue diferente para aquellas concebidas para circular por el vastísimo territorio norteamericano, y que trataban de acercar contenidos y fines a un público no habituado a viajar por fines culturales. Datan de este periodo, por ejemplo, las iniciativas de los museos estatales estadounidenses, en los que diferentes vehículos viajaban de un estado a otro para diseminar contenidos en lugares remotos, en especial en áreas rurales. Es el caso del Nevada State Museum, que utilizó una pequeña casa móvil que fue mostrada en todos los colegios del estado; o el del Florida State Museum, que convirtió varios autobuses escolares en pequeños museos con objetivos similares. (Fig. 1) Precisamente lo mismo que el Museum of International Folk Art, que adaptó un camión como espacio expositivo itinerante. (7)

Sin embargo, los museos no fueron los únicos en beneficiarse de las ventajas de las exposiciones ambulantes. Su poder de seducción, su viabilidad y facilidad de organización, así como su valor como arma de propaganda bien

Fig. 1. Exposición ambulante promovida por el Florida State Museum en Gainesville, 1956. Carmel, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. Nueva York: Reinhold Publishing Corporation, 1962, p. 156
 Fig. 2. 'Civilization Through Tools', The DoAll Company Exhibit. Carmel, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. Nueva York: Reinhold Publishing Corporation, 1962, p. 154.

The concept of exhibitions on wheels boomed through the fifties and sixties, and especially at the States. It was a clear context of prosperity for every kind of exhibition, flourishing all around the world, but specially for the ones which were conceived for moving around trying to get to a public not used to travel for cultural purposes. (6) From this period are, for instance, the initiatives from several north American museums, in which different vehicles travelled from one state to another to show its content to remote places and, in special, in rural areas. This is the case of the Nevada State Museum, that regularly used a small mobile home to tour all the schools within the area. Or the Florida State Museum, that converted several school buses into museums for a similar purpose. (Fig. 1) So did also the Museum of International Folk Art, in New Mexico, that adapted a truck as an itinerant exhibition space. (7)

Nevertheless, the museums were not the only one to profit from the characteristics of the traveling exhibitions. Its seduction power and its value as a powerful propaganda weapon generated interest in many other public and private institutions. That's why many of the more flourishing companies of the moment started didactic exhibitions that, far from its original didactic aim, act as mere advertising. For example, the DoAll Company promoted the exhibition *Civilization through Tools*, in which a lecturer travelled in a small truck full of panels and stopping in any of the more populated cities in several states. (Fig. 2) More ambitious were the parade by the Henry Ford Museum and twenty other associated companies in 1952: several big trucks moved the exhibition 'Industrial Progress USA', and visited some of the biggest cities in the country in a road tour that lasted more than three years. (8) (Fig. 3)



Fig. 3. 'Industrial Progress', U.S.A., The Henry Ford Museum, Dearborn, Michigan, 1952. CARMEL, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. Nueva York: Reinhold Publishing Corporation, 1962, p. 154.

calibrada suscitó el interés en muchas otras instituciones, tanto públicas como privadas. Seguramente sea esa la razón por la que florecieron muchas otras exposiciones didácticas en el periodo y que, más allá de un posible interés pedagógico, ponían en valor su potencialidad publicitaria. Por ejemplo, la DoAll Company impulsó la muestra *Civilization through Tools*, en el que un conferenciante viajaba a bordo de una furgoneta cargada de paneles informativos y con paradas programadas en algunas de las ciudades más populosas de los Estados Unidos. (Fig. 2) Más ambiciosa fue la caravana puesta en las carreteras norteamericanas por el Henry Ford Museum —junto a una veintena de instituciones más— en 1952: varios camiones de grandes dimensiones trasladaban la exposición *Industrial Progress USA* en una gira que incluía las ciudades más grandes del país durante un periodo de tres años. (8) (Fig. 3)

Con todo, la sucesión exposiciones de este tipo generaron una base fértil que supo aprovechar el gobierno americano. Con el estreno de la Guerra Fría comenzó un choque entre dos maneras antagonistas de entender la sociedad y el mundo. En este contexto de confrontación, a todos los niveles, el gobierno americano puso en marcha una campaña propagandística destinada a 'combatir' la visión del bloque comunista. Y dado que el frente de batalla se encontraba en Europa, lejos del país americano, las exposiciones ambulantes se convertirán en una de las armas más efectivas para contrarrestar la influencia soviética en un continente arrasado. Por este motivo, y

The public institutions exceeded the possibilities of this kind of exhibitions. With the beginning of the Cold War, the clash between two antagonistic ways of perceiving the world started. In this situation, the American government initiated a new campaign using not weapons but media propaganda. As the front line was in Europe, far from the American soil, traveling exhibitions resulted into one of the more effective way to battle the soviet influence in the continent. The exhibitions became real and effective weapons, and it is important to have them into consideration to fully understand the phenomenon.

The Cold War: Peter Graham Harnden. The 3rd of April 1948, Truman signed the law defining the European Recovery Program. The economic help to Europe were at last on its way, broadly known as the Marshall Plan. (9) The project for recovering Europe included an exhibition program to show itself and promoting the American ideals. The booklet of the program included its aims: "The *Exhibition Program* will present to the public various and detailed aspects of U.S. cultural, social and scientific life stressing those developments which have been taking place in the United States during the last twelve years, a period in which the German public was systematically restricted from free information. [...] Material which will serve to interpret the United States to Germany, as well as to provide assistance in the rebuilding of a German life along democratic principles". (10)

Several campaigns were due in the following years, traveling the sixteen countries included in the plan. (11) Also, a director committee was created, the ECA's Visual Information Unit, located in Paris, in the same building as the American Embassy. In this first exhibitions program for Europe, the main aim was promoting the American ideals, and broadcast an optimistic message with an accentuated eager for democracy. Jack Masey, who directly worked with the coordination team of the ex-

como se verá a continuación, parece conveniente atender a lo singular del episodio histórico y a sus protagonistas, con el fin de tratar de comprender algunas de las claves del fenómeno.

Guerra Fría: Peter Graham Harnden. El 3 de abril de 1948 Truman firmaba la ley que establecía el European Recovery Program. De este modo, se aprobaban las ayudas al viejo continente establecidas en el conocido Plan Marshall. (9) El ambicioso proyecto de recuperación europea incluía un programa expositivo con el que dar publicidad al propio plan, al tiempo que se difundía el ideario americano. Así era presentado: “El *Exhibition Program* presentará al público diversos y detallados aspectos de la vida cultural, social y científica de los Estados Unidos, destacando aquellos acontecimientos que han tenido lugar en los Estados Unidos durante los últimos doce años, un período en el que el acceso a la información por público alemán había sido sistemáticamente restringido. [...] El material servirá para que Alemania pueda comprender a los Estados Unidos, así como para prestar asistencia en la reconstrucción de la vida alemana según principios democráticos”. (10)

Las diferentes campañas emprendidas en los siguientes años recorrerían los dieciséis países incluidos en el citado plan. (11) Para la correcta gestión del programa de exposiciones se crearía el ECA's Visual Information Unit, un órgano director de las campañas que se ubicaría en París, en el mismo edificio ocupado por la Embajada Americana. En el primer programa de exposiciones organizado en Europa, el objetivo sería la difusión del ideario americano y la divulgación de una imagen optimista y de gran vitalidad con un acentuado afán democratizador. Jack Masey, quien participó directamente en la organización de todas estas exposiciones, recuerda los diferentes temas que se abordaron en todas ellas en este período en Centro Europa: “Los temas de las exposiciones del Plan Marshall estaban destinados a combatir la influencia del comunismo en la Europa de posguerra, y estaban centrados en gran medida, en promover los beneficios de la reconstrucción de los países europeos devastados por la guerra como sociedades modernas capitalistas, con buenos lazos económicos con los Estados Unidos”. (12)

hibitions, remembers the different themes showed in that period: “The themes of the Marshall Plan exhibits were meant to combat the influence of communism in post-war Europe and were largely focused on promoting the benefits of rebuilding Europe’s war-torn nations as modern capitalist societies with good economic ties to the United States”. (12)

The decade of fifties was one of the moments of major exhibition activity for the American government, and Peter G. Harnden was the director of the team to develop the strategy. (13) Harnden was born in London in 1913, son of an American diplomat. He grew in Europe, basically in Germany, Switzerland and Spain. He discontinued studied architecture in Lausanne, Yale and Georgetown, and after working as a furniture designer in Italy in the early thirties, in 1936 moved to California, where he founded the professional office Design Project. Nevertheless, in 1941 he enrolled the army and was sent to Europe, though he never entered in direct combat. His work in the American army was basically in administrative tasks, as he worked for the information service, especially for the Nuremberg process in 1945 and 1946. In that year he married Marie Vassiltchikov, a Russian aristocrat refugee in Berlin. (14)

The next year, 1947, saw his promotion, and he was commissioned to lead the organization of the Exhibition Programme. (15) The activity of the unit was very intense, and Lanfranco Bombelli also joined the team, produced the ‘crazy number’ of 385 exhibitions, which travelled through Europe visiting more than 200 cities from 1949 to 1959. (16) (Fig. 4) In a devastated continent with no proper communications, the only way to effectively disseminate the American propaganda was by making the content to travel along the exhibition space. The condition of the ground roads was a



Fig. 4. Mapa de las 385 exposiciones organizadas por la oficina dirigida por Peter G. Harnden desde 1949 a 1959. Archivo de Harnden y Bombellu, Arxiu Historic Col·legi d'Arquitectes de Catalunya.

La década de los cincuenta fue casi con toda seguridad el momento de mayor actividad expositiva para el gobierno americano. Para ello, Peter G. Harnden sería designado como director (13) del equipo internacional que debería tensar el músculo propagandístico estadounidense. Hijo de un diplomático estadounidense, nació en Londres en 1913. Harnden fue criado en Europa, fundamentalmente en Alemania, Suiza y España. Cursó estudios de arquitectura en Lausanne, Yale y Georgetown. Tras trabajar como diseñador de mobiliario en Italia

major issue, and that actively forced to take radical decisions. Masey stated that, in certain occasion, given the size of the trucks and the bad condition of the roads, it was necessary to even fix the pavement as the trucks went along. It determined that the exhibitions needed to be designed to be packed within small vehicles and then fully expand on the destination sites.

Travelling Propaganda. The first of the exhibitions on wheels had the pompous name of *Europe Builds*, and settled the principles of the many others that will come later. The show was a convoy of five trucks with the *Deplirex System* technology that allowed them to fully and automatically unfold. Once in every major city, the trucks parked in the more symbolic spaces, as the *Espanade des Invalides* in Paris, the nearby of the Olympic Stadium in Athens [see Fig. 4] or *Piazza Piebiscito* in Naples. Once there, the trucks aligned in a predefined exhibition path. In this first motorized expedition, he visited France, Belgium, Holland, Denmark, Sweden, Germany and Italy. The exhibition trip was very successful and welcomed more than one and a half million visitors.

It is worth noting how this propaganda troupe staged in every place. The entry of this special entourage in the main European cities had all the attention. (Fig. 5) The arrival of the trucks was a show *per se*. They were covered with big signs that completely covered any surface, and announced in local language a mysterious and exotic content which came from abroad. The trucks got to the city centre by the main avenues, guarded by local police or even the army. Once there, settled in a piazza or representative open space, the trucks unfolded in less than four minutes and pioneered the exterior. (Fig. 6)

a principios de los años 30, se trasladó a California, donde fundó el estudio profesional Design Project. En 1941 se enroló en la armada y fue destinado a Europa, si bien nunca llegaría a entrar en combate directo. En aquellos años, su cometido en el ejército consistió, fundamentalmente, en tareas administrativas para el servicio de inteligencia, con especial dedicación al proceso de Nuremberg entre los años 1945 y 1956. En este último año contraería matrimonio con Marie Vassiltchikov, una aristócrata rusa afincada en Berlín. (14)

Al año siguiente sería nombrado encargado de la organización del 'Exhibition Programme', (15) actividad que acometería meritoriamente y con gran esfuerzo, pues el estudio liderado por el californiano junto a Lanfranco Bombelli —con toda probabilidad el equipo más implicado en la tarea propagandística expositora—, alcanzó la abultadísima cifra de 385 exposiciones por toda Europa, visitando más de doscientas ciudades entre 1949 y 1959. (16) (Fig. 4) En una Europa arrasada e incomunicada, parece que una de las escasas opciones de hacer llegar el mensaje estadounidense a sus habitantes pasaba por el modelo ambulante, en el que continente y contenido viajan juntos. De hecho, el estado de sus vías de comunicación fue un asunto no menor y que tuvo mucho que ver con la elección de este tipo de exposición. Así lo refleja el testimonio de Masey cuando cuenta la anécdota de que incluso, en alguna ocasión, dado el tamaño de los tráileres y el estado de las carreteras, fue necesario modificar o reparar las mismas sobre la marcha. Con lo que resulta más que razonable el diseño de un tipo de exposición concebida para viajar en vehículos pequeños y con capacidad para ampliarse en los lugares de acogida.

Troupé propagandística. Con el título *Europe Builds* arrancarían la primera de las exposiciones ambulantes, que sentaría las bases de muchas otras que se sucederían con similares características. La muestra se componía de un convoy de cinco camiones extensibles, equipados con la tecnología *Deplirex System* que, al llegar a cada ciudad, se instalaban en los principales y más emblemáticos espacios públicos, como la parisina Esplanade des Invalides, los alrededores del Estadio Olímpico de Atenas [ver Fig. 4] o la Piazza Piebiscito de Nápoles. Una vez allí se ordenaban conforme a un determinado recorrido

Fig. 5. La exposición ambulante *Europe Builds* instalada junto al Estadio Olímpico de Atenas con la Acrópolis al fondo. Masey, Jack. *Cold War Confrontations: US Exhibits and their Cultural Role in the Cultural Cold War*. Baden: Lars Müller, 2008, p. 29.



This metamorphosis did not only multiply the exhibition space by three, thanks to the electrical and telescopic cabins. The trailers, once airtight, were now fully transparent and opened from the exterior by several staircases strategically located to ease the visit. Once inside any of them, up to thirty-two small ceiling hatches guaranteed the perfect light conditions for the exhibition atmosphere. The panels hung from metal elements inserted into the floor and ceiling, and giving extra rigidity to the entire structure. (Fig. 7)

In the exterior, big masts in every corner supported flags and, even, screens where some films were projected. Part of the exhibition content was also placed outdoor, transforming the public space prior to the entry to the show. Usually, a big tent was assembled close to the trucks. Inside it, under the textile environment ornamented with many flags, the Marshall Plan and the benefits it will produce were fully described. It is also interesting to note the use of this kind of constructions, and specially its similarities to the circus, as the function developed under the immaterial tent of the pavilion by Harnden and Bombelli was not so distant from the circus shows. This was maybe just one more example of the fascination of the architects in that period for this kind of constructions, taken to the extreme by the couple Eames. (17)

Trucks, Trains and Boats. This expedition was followed by a similar one, presented with the name *Caravan of Peace* and opened in Naples in February 1952. (Fig. 8) The same exhibition system, made of several trucks, would be used again, but the contents would be really different. The commitment will come from the NATO, and the show focused in spreading the economic objectives of this recently founded organization. A new travelling exhibition would start that same year, 1952. In



expositivo. Para esta primera expedición motorizada se diseñó un amplio recorrido que visitaría Francia, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suecia, Alemania e Italia. El éxito de la muestra sería notable, ya que llegaría a recibir más de un millón y medio de visitantes.

Merece la pena detenerse en la cuidada puesta en escena de esta *troupe* propagandística. Parece muy probable que la entrada de este singular séquito a las principales ciudades europeas fuera capaz de captar la mayor de las atenciones. (Fig. 5) La visión de varios camiones idénticos, cubiertos con grandes rótulos —que salpicaban tanto la cabina como el remolque— que anunciaban un contenido misterioso venido de muy lejos, y cuidadosamente escritos en la lengua local, entrando por alguna de las principales avenidas y quizá escoltados por la policía del lugar debía de ser impactante. Una vez allí, instalados en alguna plaza o espacio público representativo de la ciudad, el espectáculo se veía amplificado cuando, una vez completada la coreografía de entrada, en menos de cuatro minutos los tráileres se transformaban por completo. (Fig. 6)

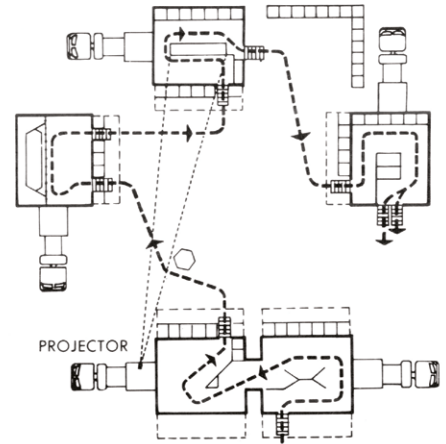


Fig. 6. Cinco camiones equipados con el sistema *Deplirex* recorren la ciudad anunciándose antes de instalarse. Carmel James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. New York: Reinhold Publishing Corporation, 1962, p. 160.

this occasion, Harnden and Bombelli decided to change the roads by railways. So, *Train of Europe* was opened, continuing the European propaganda campaign. (Fig. 9) The office led by Harnden made use of an old military German train, refurbished to carry and exhibit all the exhibition material. The speed, flexibility and qualities of the train as a travelling museum made this exhibition to visit many more cities than any other, in a record number of seventy different locations.

Not long after, the new exhibition called *Productivity* will travel through Belgium, France, Germany and Holland. In this new occasion, it will sail the canals of the European cities in two big barges, refurbished to fit the exhibit programme. (Figs. 10 & 11) It was the more scenic operation because, differing from the trains or trucks, the barges were quite more big and disposed a really impressive inner space that was converted into a wide auditorium to fit more than two hundred people. Also, this traveling exhibition allowed arranging the barges in different relative positions at the docks, making it quite more flexible than the trains.

In all these examples, the staggering was used to catch the attention of the public, that was easy to impress by the spectacularly of the rapid transformation of a truck, a train or a barge. The intentional alternation in the content of the exhibitions maintained the principle of novelty as a much appreciated quality to shock the Europeans, who were lacking events and shows of that magnitude which were also happening without pause.

Towards Action Architecture. We should conclude that all these exhibitions around every country in Europe helped to build the idea of the American stereotype, showed massively with a huge collection of machines, inventions, photographs, graphics and

Metamorfosis que no sólo multiplicaba el espacio expositivo por tres, gracias al sistema de cabinas telescópicas eléctricas. Los remolques, antes herméticos, se mostraban totalmente transparentes y accesibles desde el exterior, gracias a varias escaleras situadas estratégicamente para facilitar el recorrido. En el interior de cada uno de ellos, 32 pequeñas escotillas superiores garantizaban unas buenas condiciones lumínicas para la exposición albergada. Para ello, se utiliza un sencillo, aunque eficaz y versátil, sistema modular: delgadísimos tubos de metal se insertan tanto en suelo como en techo para servir de soporte para los diferentes paneles que unen unos con otros dando rigidez al conjunto. (Fig. 7)

En el exterior se izan grandes mástiles en los extremos de los camiones que ondean banderas y lonas con diferentes mensajes, o bien pantallas sobre las que se proyectarán películas. Además, parte del contenido expositivo se sitúa fuera, transformando el espacio público en antesala de la muestra. La guinda la ponía la erección de una gran carpa circense junto a los camiones. Adentro, bajo la gran cubrición textil ornamentada con diferentes banderas, se describía con profusión el advenimiento del Plan Marshall y su decisivo papel en la reconstrucción europea. Precisamente, se trataba de un momento en el que el circo había fascinado al mundo del diseño y la arquitectura de la época, como ejemplifica el famoso matrimonio norteamericano formado por Charles y Ray Eames . (17)

Camiones, trenes y barcas. A esta expedición le seguiría otra de carácter similar bajo el título *Caravan of Peace*, que sería inaugurada en Nápoles en febrero de 1952. (Fig. 8) Aunque esta nueva exposición emplearía el mismo sistema expositivo mediante grandes camiones de transporte, la temática sería bien distinta. Dado que el órgano responsable de la organización era en esta ocasión la OTAN, la muestra puso el acento en describir la recién fundada organización, abundando especialmente en la razón de su existencia económica sobre la militar. Ese mismo año arrancarían una nueva exposición ambulante, lo que da muestra de la intensidad con la que se alumbró el programa. Con *Train of Europe*, (Fig. 9) la oficina dirigida por Harnden utilizaría



Fig. 7. La exposición 'Europe Builds' instalada en las afueras de París. Gutmann, Robert. *Ausstellungsstände Exhibitionstands Stands d'Exposition*. Stuttgart: Koch, 1964, p. 176.

maps. (18) It is not of course arbitrary that was in through this period of Cold War when the expression 'American Way of Life' (19) got its maximum popularity. All the propaganda machinery was actively working to spread the idea in Europe, invading pavilions and stands in a tour which were to last more than fifteen years and, by close to four hundred exhibitions traveling all around the continent, made possible to bring the Europeans closer to the magical and unreachable daily American modernity. The scope of the propaganda enterprise, and maybe in an unwanted way, contributed to create a new way of making propaganda. The conditions of the context, within devastated countries with no infrastructures, suggested the commissioners to opt for a traveling system better than the traditional itinerant exhibitions. The route was continuously changing, and the system take advantage of it, being able to select the major cities to get to the biggest number of people. Thus, the use of mobile containers avoided the need or mediators, and allowed the absolute control of the timing, the contents and the staggering of every exhibition.

The equilibrium among content and continent was slightly balancing to the second. After the great success of a convoy of nearly magical unfolding trucks, refurbished military trains or barges converted into auditoriums, the spectator was more intensively shock by the staggering than for the contents of the exhibition. And it is really effective if it is due to propaganda. Visiting an itinerant exhibition usually needs some planning: the visitor consciously decides to visit the show and the shock or surprise is limited by this planning exercise. In the other hand, the travelling or 'on wheels' exhibitions are selecting the place by the visitor, with no time for planning. The calling effect is huge and has the ability to summon every individual, converting every exhibition performance in a sort of festive event. As the exhibition departed, the footprint was even bigger. The parade leaved the city surrounded with kinds running on its side and waiting for the next to come.

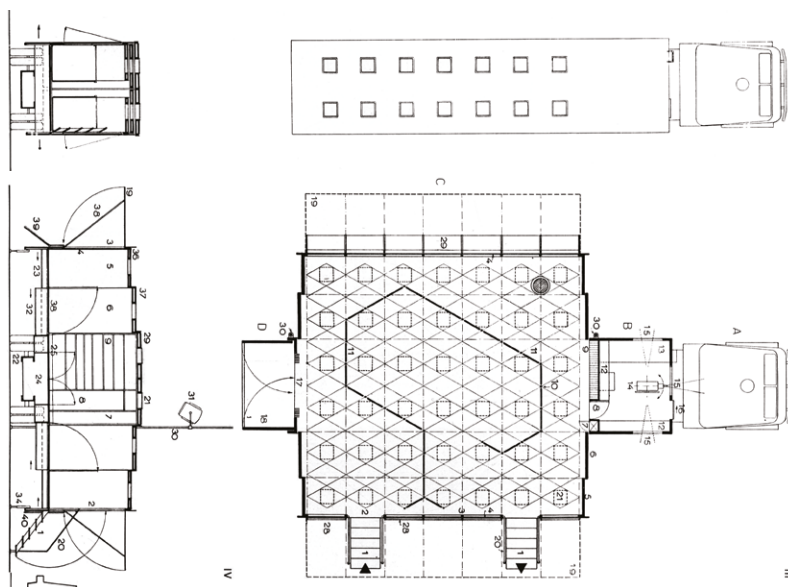
ahora un antiguo tren militar alemán, convertido y habilitado para transportar y exhibir todo el material expositivo. La velocidad, flexibilidad y capacidad espacial que ofrecía transformar un tren en un museo móvil hicieron que esta exposición recalar en más ciudades que ninguna otra, alcanzando unas setenta localizaciones diferentes.

El testigo lo tomaría la muestra *Productivity*, que atravesaría Bélgica, Francia, Alemania y Holanda. Para esta ocasión, se habilitarían dos grandes barcazas convenientemente reformadas para dar cabida a los contenidos expositivos, (Figs. 10 y 11) que atracarían en los diferentes canales de estos países. Quizá fuera esta la operación más teatral, pues, a diferencia de camiones o trenes, las embarcaciones eran de un tamaño considerablemente mayor y ponían a disposición de los diseñadores de la exposición un imponente espacio, que les valió para incluir un generoso auditorio con capacidad para más de doscientas personas. En lo referente al diseño y a diferencia del tren, resulta interesante fijarse en la flexibilidad de este continente móvil expositivo, pues permitía organizar la muestra en diferentes configuraciones en función de las características de cada lugar concreto.

En todos estos casos se daba una calculada puesta en escena, que era utilizada como elemento seductor y captador de atención y que pretendía dirigirse a un público que presuntamente se dejaba impresionar por la espectacularidad de la rápida transformación de un camión, un tren o una barcaza en una rutilante exposición. La intencionada alternancia en los diferentes soportes de las exposiciones, probablemente pretendiera mantener el principio de novedad como una cualidad especialmente apreciada para impactar en el público de la arrasada Europa.

Hacia una arquitectura para la acción. Una visión de conjunto permite concluir, que estas campañas expositivas sirvieron de una manera determinante a construir la idea de un estereotipo americano que apabullaba por su eficiencia, capacidad tecnológica, progreso, modernidad

Fig. 8. Planos del tráiler extensible. Lohse, Richard P. *Neue Ausstellungsgestaltung. Nuevas concepciones de la exposición. New design in exhibitions.* Erlenbach: Verlag für Architektur, 1953, p. 133.



e incluso sentido práctico. El impacto de la muestra masiva de máquinas, inventos, fotografías, infografías, mapas y películas en el contexto de devastación posbélica no debió de ser menor. (18) Y no es casual que el término *American Way of Life* (19) alcanzará su máxima popularidad durante el periodo de la Guerra Fría. Pero más allá del objetivo publicitario, seguramente logrado, merece la pena fijarse en cómo estas campañas contribuyeron a la creación de una nueva manera de hacer propaganda. Las condiciones de contexto, con un público objetivo reo de la escasez y la carencia de infraestructuras, impelieron a los encargados de estas campañas a diseñar formatos ambulantes frente a la alternativa de trasladar contenidos. Así se pudo alcanzar al mayor número de personas posible, al tiempo que se hacían prescindibles los intermediarios y se lograba un control absoluto de los tiempos, contenidos y montaje escénico de cada exposición.

Con el tiempo y la recuperación europea, el equilibrio entre continente y contenido en las exposiciones fue decantándose hacia el segundo. Sin embargo, seguramente, el continente fuera el responsable de lograr el mayor impacto en los primeros años. No resulta complicado imaginar cómo el espectador pudiera ser impactado, de una manera poderosísima, por el despliegue casi mágico de un convoy de modernos camiones, la llegada a una estación desvencijada de un tren militar engalanado o el atraque de varias imponentes barcas. Lo que es aún más efectivo, si se tiene en cuenta el enorme efecto llamada de un evento que modificaba por completo un lugar familiar y reconocible para el visitante. Y su condición efímera apremiaba al visitante a conocer la razón de esta modificación de su paisaje cotidiano.

Por lo que, atendiendo a su formato expositivo, puede entenderse que estas muestras constituyeron un episodio fugaz fruto de las especiales condiciones de contexto ya descritas. No obstante, si se presta atención a la operación de propaganda orquestada por el arquitecto, no es complicado detectar algunas actitudes y estrategias que serán puestas de nuevo en

Fig. 9. Exposición 'Caravan of Peace' instalada en la Piazza Plebiscito de Nápoles (Italia). Masey, Jack. *Cold War Confrontations: US Exhibits and their Cultural Role in the Cultural Cold War*. Baden: Lars Müller, 2008, p. 21.

Fig. 10. 'Train of Europe' en la Esplanade des Invalides en París. Masey, Jack. *Cold War Confrontations: US Exhibits and their Cultural Role in the Cultural Cold War*. Baden: Lars Müller, 2008, p. 17



marcha en los años que siguieron. Baste mencionar la predilección por la acción inmediata y el movimiento; la puesta en valor de las estructuras (dinámico, abierto) frente a la edificación (estático, terminado) o el auge de la cultura popular y de masas (evidenciado en el empleo de códigos gráficos importados) frente al elitismo que había dirigido la disciplina con anterioridad.

Se hace referencia aquí a algunos ejemplos deslumbrantes de la década de los sesenta protagonizados por Archigram, Cedric Price (20) o incluso las propuestas metabolicistas del grupo fundada por Kenzo Tange. El proyecto de Price, Potteries Thinkbelt (21) dotaba de nuevo contenido a una infraestructura ferroviaria en desuso, no solo reutilizando los vagones de los trenes sino revitalizando un área de más de 2.800 hectáreas. También pueden rastrearse similitudes con otros proyectos del mismo arquitecto, como el Westminster Pier, el provocador Pop-up Parliament o incluso los primeros esquemas del Fun Palace. Por su parte, Archigram (22) utilizaría como plataforma propagandística la propia revista, a modo de *comic* de arquitectura, para diseminar proyectos utópicos en los que la misma arquitectura, como tal, se pondría en cuestión en favor de visiones fantásticas, móviles e instantáneas, como los conocidos proyectos Plug-in City, Walking City o Instant City.

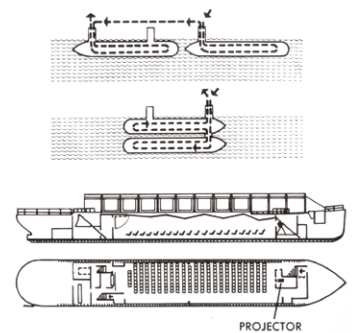
En definitiva, puede concluirse que el fenómeno de las exposiciones ambulantes no puede entenderse en exclusiva como un episodio aislado. Es cierto que su periodo de apogeo es fácilmente identificable. Su auge en el contexto de la Guerra Fría se justificó en la evidente situación de necesidad y supo convertir un entorno precario en una oportunidad para poner en marcha un sistema propagandístico de gran eficiencia y poder de seducción. Con el fin de la contienda ideológica, el fenómeno, como tal, desapareció. Y, sin embargo, no sucedería lo mismo con sus objetivos, estrategias y prácticas encaminadas a la acción y al impacto de masas, pues encontrarían continuidad en algunas de las propuestas radicales de la década que siguió.

So, considering the exhibition layout, those exhibitions were the logical response to a very special context conditions. Nonetheless, considering the intense propaganda strategy designed by the architect, it is not difficult to identify the commonalities which will be reused in the forthcoming years, such as a curated search for the immediate action and movement; the emphasizing of the structures (dynamic and open) against the built environments (static or finished); or the stressing of the popular and mass culture in opposition to more structured or orthodox disciplinary points of view.

It is worth mentioning some of the amazing examples developed in the sixties by Archigram, Cedric Price (20) or the Metabolists, led by Kenzo Tange. Price's project, Potteries Thinkbelt, (21) gave a new meaning to a train infrastructure not in use, not only re-using the train wagons, but also giving life to an area larger than 2.800 ha. Some other similar projects are the Westminster Pier, the Pop-up Parliament or even the first diagrams for the Fun Palace. On their end, Archigram (22) used its own magazine as a propaganda platform, to disseminate its utopian projects and envisioning a mobile and instant future, as in the projects Plug-in City, Walking City or Instant City.

The moving exhibitions are not just a closed world which should be read in perfect isolation. Its fast growing period within the cold war responded to the necessity to quickly define a new exhibition and propaganda mechanism, promoting the effectiveness and its seductive character. At the end of the period, nevertheless, the phenomenon sort of disappeared, although the core strategies and methodologies were preserved and found its continuity in the new and radical proposals in the forthcoming decades.

Fig. 11. Dos grandes barcasas fueron utilizadas para la exposición *Productivity* en 1953. Carmel, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. New York: Reinhold Publishing Corporation, 1962, p. 163



NOTAS

1. El Orcades el zarpó 14 de octubre de 1947 con un total de 1.545.
2. John Olsen, reputado pintor australiano viajó a bordo del Orcades: "these were the 1950s and Australian modernists were very much in learning mode, and also suffering the disadvantages of *The Tyranny of Distance*". En ZIMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007. p. 42.
3. Cfr. ZIMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007. p. 42.
4. La maquinaria propaganda rusa ya había ensayado métodos de propaganda ambulante a principios de siglo, como la puesta en movimiento de los llamados agit-trenes y agit-barcos: Cfr. JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. 'La propaganda rusa en el periodo 1917-1921'. *D'Art*, n. 12, 1986. pp. 223-234. También el campo cinematográfico: Cfr. WAUGH, Thomas. *The Conscience of Cinema*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 2016.
5. Por ejemplo, los trenes propagandísticos *Révolution d'octobre, Cosaque rouge, Caucase soviétique, Lénine y Orient rouge* recorrieron numerosísimas localidades entre 1914 y 1921. JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. *Opus cit.* p. 231.
6. Así lo expresa Mary Anne Staniszewski: "Innovative exhibition design flourished in Europe and the United States from the 1920s through the 1960s, with most experimentation taking place through the 1950s". En STANISZEWSKI, Mary Anne. *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*. Cambridge (MA): MIT Press, 1999. p. 34.
7. Cfr. CARMEL, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. Nueva York: Reinhold Publishing, 1962. pp. 147, 156-157.
8. *Ibidem.* p. 154.
9. Cfr. MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech*, June 5, 1947.
10. MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech. Opus cit.*
11. Cfr. MASAY, J. *Cold War confrontations: US exhibitions and their role in the cultural Cold War*. Lars Müller, 2008.
12. *Ibidem.* p. 28.
13. El organigrama del Marshall Plan's Information in Europe estaba encabezado por el editor del *Washington Post* Alfred Friendly, quien sería reemplazado un año después de su creación, en 1949, por Roscoe Drummond, quien a su vez 'reclutaría' a Peter Harnden y le colocaría al frente de la unidad de exposiciones.
14. Para más información sobre la vida de la esposa de Harnden Cfr. VASSILTCHIKOV, M. *Los Diarios de Berlín: (1940-1945)*. Barcelona: Acantilado, 2004.
15. Cfr. 'Harnden and Bombelli, Architects', en *Arts and Architecture*, June 1966. p. 8; PIZZA, A. 'Dos extranjeros en la España de los años sesenta: el viaje de Harnden y Bombelli desde París a Cadaqués' en AA.VV. *El Cadaqués de Peter Harnden i Lanfranco Bombelli*. Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcación de Girona, 2003. pp. 17-35; PIZZA, A. 'Lanfranco Bombelli Tiravanti: artista, arquitecto, galerista', en AA.VV. *Galería Cadaqués (1973-1997)*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2004. pp. 22-31; GARNICA, J. 'Harnden y Bombelli en España', en *La arquitectura norteamericana, motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)*, Actas preliminares, Pamplona, 16-17 marzo 2006. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, T6 Ediciones, 2006. pp. 133-142.
16. "USIS-ECA-MSA", "Europe Builds", "Train of Europe", "Child Art Exhibition", "Caravan of Peace", "Nato box show", "Maison Sans Frontières", "Food Merchandising Exhibition", "Mobile Nato Exhibits", "Atoms for Peace", "Trade Fairs" y "Miscellaneous". Información recogida de la memoria expositiva de PGHA hallada en el Arxiu Històric del COAC.
17. La fascinación del matrimonio Eames por el Circo ha sido ampliamente analizada. Cfr. COLOMINA, B. 'Reflexiones sobre la Casa Eames', en *Ra Revista de Arquitectura*, n. 9, Junio, 2007. Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. p. 4.
18. Merece mención especial la exposición titulada *La casa sin fronteras* (1954), no solo por ser una de las pocas exposiciones dedicadas a la arquitectura, sino por su original planteamiento.
19. El concepto parece remontarse al siglo XVII, y se sintetiza en la frase alusiva a los principios recogidos en la Declaración de Independencia de los

NOTES

1. The Orcades departed on 14 October 1947 with accommodation for a total of 1,545 passengers over two classes
2. This was stated by John Olsen, a well-known Australian painter, who was on board of the Orcades: "these were the 1950s and Australian modernists were very much in learning mode, and also suffering the disadvantages of *The Tyranny of Distance*". ZIMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007. p. 42.
3. Cfr. ZIMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007. p. 42.
4. The Russian propaganda machine had already tested the itinerant propaganda at the beginning of the Century, such as the so-called agit-trains and agit-boats; Cfr. JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. 'La propaganda rusa en el periodo 1917-1921'; *D'Art*, n. 12, 1986. pp. 223-234. Also, the communist government took advantage of film and its great potential for propaganda after the World War II: Cfr. WAUGH, Thomas. *The Conscience of Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016.
5. It is the case of the propaganda trains: "Révolution d'octobre", "Cosaque rouge", "Caucase soviétique", "Lénine" y "Orient rouge" which travelled extensively from 1914 to 1921. JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. *Opus cit.* p. 231.
6. So argues Mary Anne Staniszewski: "Innovative exhibition design flourished in Europe and the United States from the 1920s through the 1960s, with most experimentation taking place through the 1950s". En STANISZEWSKI, Mary Anne. *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*. Cambridge (MA): MIT Press, 1999. p. 34.
7. Cfr. CARMEL, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*. New York: Reinhold Publishing, 1962. pp. 147, 156-157.
8. *Ibidem.* p. 154.
9. Cfr. MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech*, June 5, 1947.
10. MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech. Opus cit.*
11. Cfr. MASAY, J. *Cold War confrontations: US exhibitions and their role in the cultural Cold War*. Lars Müller, 2008.
12. *Ibidem.* p. 28.
13. The Washington Post editor, Alfred Friendly, headed the organizational structure of the Marshall's Plan Information in Europe. Roscoe Drummond replaced Friendly a year later, in 1949, and then recruited the Californian architect Peter G. Harnden to lead the exhibitions unit.
14. More information on Harnden's wife in VASSILTCHIKOV, M. *Los Diarios de Berlín: (1940-1945)*. Barcelona: Acantilado, 2004.
15. Cfr. 'Harnden and Bombelli, Architects', en *Arts and Architecture*, June 1966. p. 8; PIZZA, A. 'Dos extranjeros en la España de los años sesenta: el viaje de Harnden y Bombelli desde París a Cadaqués', en AA.VV. *El Cadaqués de Peter Harnden i Lanfranco Bombelli*. Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcación de Girona, 2003. pp. 17-35; PIZZA, A. 'Lanfranco Bombelli Tiravanti: artista, arquitecto, galerista', en AA.VV. *Galería Cadaqués (1973-1997)*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2004. pp. 22-31; GARNICA, J. 'Harnden y Bombelli en España', en *La arquitectura norteamericana, motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)*, Actas preliminares, Pamplona, 16-17 marzo 2006. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, T6 Ediciones, 2006. pp. 133-142.
16. A brief of the unit resumes many of these exhibitions, and is held in the Arxiu Històric COAC, Barcelona. The exhibitions were grouped in different main themes: "USIS-ECA-MSA", "Europe Builds", "Train of Europe", "Child Art Exhibition", "Caravan of Peace", "Nato box show", "Maison Sans Frontières", "Food Merchandising Exhibition", "Mobile Nato Exhibits", "Atoms for Peace", "Trade Fairs and Miscellaneous".
17. The fascination for the circus of the couple Eames has been referred many times as, for example: COLOMINA, B. 'Reflexiones sobre la Casa Eames', en *Ra Revista de Arquitectura*, n. 9, junio, 2007. Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. p. 4.
18. The exhibition titled *The House Without Frontiers* (1954) deserves special mention, not only because it is one of the few exhibitions dedicated to architecture, but because of its original approach.
19. The concept seems to go back to the seventeenth Century and is summarized in the phrase alluding to the principles contained in the Declaration of Independen-

Estados Unidos de "life, liberty and the pursuit of happiness". Sin embargo, el término alcanzó su máxima popularización a lo largo de la Guerra Fría.

20. Cfr. AA.VV. *Cedric Price: The Square Book*, Wiley-Academy, Chichester, 2003. Los proyectos mencionados se encuentran en las páginas 20-25, 44-45, 46 y 56-61.

21. Cfr. HERREROS, JUAN. *Potteries Thinkbelt: caducidad, educación y energía*. Madrid: Ministerio de Fomento, Dirección General de la Vivienda, la Arquitectura y el Urbanismo, 2001. El dato sobre las hectáreas se encuentra en la página 21.

22. Cfr. AAVV. *Archigram*. París: Centre Georges Pompidou, 1994.

REFERENCIAS

'Harnden and Bombelli, Architects', en *Arts and Architecture*, June 1966. AA.VV. *Archigram*. París: Centre Georges Pompidou, 1994.

AA.VV. *Cedric Price: the square book*. Chichester: Wiley-Academy, 2003.

AA.VV. *Galería Cadaqués (1973-1997)*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2004.

AA.VV. *El Cadaqués de Peter Harnden i Lanfranco Bombelli*. Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcación de Girona, 2003.

CARMEL, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*, Nueva York: Reinhold Publishing, 1962.

COLOMINA, B. "Reflexiones sobre la Casa Eames", en *Ra Revista de Arquitectura*, n. 9. Junio, 2007. Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra.

Fondos Harnden y Bombelli, Arxiu Històric del COAC, Barcelona.

GARNICA, J. "Harnden y Bombelli en España", en *La arquitectura norteamericana, motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)*, Actas preliminares, Pamplona, 16-17 marzo 2006. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, T6) Ediciones, 2006.

IMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007.

JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. "La propaganda rusa en el periodo 1917-1921". *D'Art*, n. 12, 1986. pp. 223-234.

MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech*, June 5, 1947.

MASAY, J. *Cold War confrontations: US exhibitions and their role in the cultural Cold War*. Lars Müller, 2008.

STANISZEWSKI, Mary Anne. *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*. Cambridge (MA): MIT Press, 1999.

VASSILTCHIKOV, M. *Los Diarios de Berlín: (1940-1945)*. Barcelona: Acatilado, 2004.

WAUGH, Thomas. *The Conscience of Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016.

dence of the United States of "life, liberty and the pursuit of happiness". However, the term reached its maximum popularization throughout the Cold War.

20. Cfr. AAVV. *Cedric Price: The Square Book*, Wiley-Academy, Chichester, 2003. The projects mentioned can be found on pages 20-25, 44-45, 46 and 56-61.

21. Cfr. HERREROS, Juan. *Potteries Thinkbelt: caducidad, educación y energía*. Madrid: Ministerio de Fomento, Dirección General de la Vivienda, la Arquitectura y el Urbanismo, Madrid, 2001. The data on hectares is on page 21.

22. Cfr. AA.VV. *Archigram*. París: Centre Georges Pompidou, 1994.

REFERENCES

'Harnden and Bombelli, Architects', in *Arts and Architecture*, June 1966. AA.VV. *Archigram*. París: Centre Georges Pompidou, 1994.

AA.VV. *Cedric Price: the square book*. Chichester: Wiley-Academy, 2003.

AA.VV. *Galería Cadaqués (1973-1997)*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2004.

AA.VV. *El Cadaqués de Peter Harnden i Lanfranco Bombelli*. Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcación de Girona, 2003.

CARMEL, James H. *Exhibition Techniques: Traveling and Temporary*, New York: Reinhold Publishing, 1962.

COLOMINA, B. "Reflexiones sobre la Casa Eames", en *Ra Revista de Arquitectura*, n. 9. Junio, 2007. Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra.

Fondos Harnden y Bombelli, Arxiu Històric del COAC, Barcelona.

GARNICA, J. "Harnden y Bombelli en España", en *La arquitectura norteamericana, motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)*, Actas preliminares, Pamplona, 16-17 marzo 2006. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, T6) Ediciones, 2006.

IMMER, Jenny; MCGREGOR, Ken. *John Olsen: Journeys Into the 'You Beaut Country'*. Sydney: Macmillan Education, 2007.

JULIÁN GONZÁLEZ, Inmaculada. "La propaganda rusa en el periodo 1917-1921". *D'Art*, n. 12, 1986. pp. 223-234.

MARSHALL, G. *Marshall Plan Speech*, June 5, 1947.

MASAY, J. *Cold War confrontations: US exhibitions and their role in the cultural Cold War*. Lars Müller, 2008.

STANISZEWSKI, Mary Anne. *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*. Cambridge (MA): MIT Press, 1999.

VASSILTCHIKOV, M. *Los Diarios de Berlín: (1940-1945)*. Barcelona: Acatilado, 2004.

WAUGH, Thomas. *The Conscience of Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016.