

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.