

(!) Nota de los autores/as:
las leyes de propiedad intelectual imponen restricciones en el uso de imágenes. Por este motivo el documento carece de ilustraciones.
Para acceder a las imágenes, clicka sobre el icono gris.

DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

00. FUENTES DE REFERENCIA

Nos llaman “creativas” a las personas que nos dedicamos al diseño publicitario. Sin embargo, nuestra actividad no consiste tanto en *crear* sino en *re-crear*. Tomamos como referencia todo aquello que ha pasado frente a nuestra mirada, convirtiéndolo en materia prima para futuras creaciones. Las nuevas mezclas y combinaciones resultantes son infinitas. En todo caso, cuanto más amplio sea nuestro archivo visual, más ricas serán las opciones que manejemos en nuestros diseños.

Así pues, merece la pena echar un vistazo a la evolución de las corrientes estéticas en Occidente. A lo largo del siguiente capítulo podremos adivinar cuáles han sido las fuentes de las que se ha venido nutriendo el diseño del s.XX.

*“El pasado: nuestra cuna, no nuestra cárcel.
El pasado debe ser fuente de inspiración, no de imitación;
para avanzar, no para repetir.”¹*
Israel Zangwill

00.1 ARTS & CRAFTS

Este movimiento surge en Gran Bretaña durante el último tercio del s.XIX, bajo el influjo romántico de la era victoriana. Por aquel entonces, la Revolución Industrial marchaba a pleno rendimiento, con la consiguiente renovación de los procesos de producción.

Las corrientes academicistas de la época no habían sido capaces de asimilar los cambios de la nueva era de producción en serie. Su posición era muy reacia a valorar los productos industriales. Seguramente, se hallaban completamente atemorizados por la magnitud de los cambios a su alrededor.

Para hacer frente a la “orfandad” estética a la que se veía abocada la industria, se funda el movimiento de Artes y Oficios (*Arts & Crafts*). Éstos intentarán aportar

¹ Cita recogida de brainyquote.com

elegancia y sensibilidad a los procesos mecanizados. Porque, en efecto, los productos industriales presentaban un aspecto bastante deficiente, comparados con el acabado artesanal. La actividad del Arts & Crafts, combinando parte teórica y talleres, se extendió a distintas áreas: editorial, estampación, telares, mobiliario, orfebrería, etcétera.



> **Aubrey Beardsley.** Portadas para *Salomé*, 1894 y *Ali Baba*, 1897.
Sin lugar a dudas, uno de los más brillantes ilustradores de su época.
En sus dibujos a tinta, la influencia de las estampas japonesas es evidente.

El primer intento claro de combinar producción industrial y sensibilidad estética se manifestó en la imprenta *Kelmscott Press*, 1881. Bajo la dirección de William Morris, trataron de aportar la misma calidad de las ediciones artesanales a su producción en serie. Aunque andaban a la última en cuestiones técnicas, en lo estético se declararon absolutamente reaccionarios. Sus referencias se encuentran nada menos que en la iconografía medieval.

00.2 MODERNISMO (*ART NOUVEAU*)

Esta corriente de origen británico se extendió con rapidez a todo el continente, así como a los Estados Unidos. La nueva burguesía surgida de la industrialización demandaba su propio universo estético. El Modernismo surge en respuesta a esta demanda, aportando una atmósfera dulce y amable que satisfaga las aspiraciones burguesas.

Esta corriente estética desarrolló matices estilísticos dependiendo de los países, donde adoptó distintos nombres: *Art Nouveau* en Francia; *Modern Style* en Gran Bretaña; *Jugendstil* en Alemania; *Secession* en Austria; *Liberty* en Italia; y *Modernismo* en España -con especial presencia en Cataluña-.



> **Alphonse Mucha.** Detalle de ilustración publicitaria. 1896.
Cartelista emblemático del Modernismo. Él es quien mejor recoge y desarrolla las características estéticas de su época.

Las raíces del Modernismo se hunden en el Romanticismo y en su anhelo por evadirse de la realidad cotidiana. Entre sus influencias cuentan con el Simbolismo, los Prerrafaelitas y los motivos medievales, tal y como sucediera en el Arts & Crafts. Este deseo de evasión les condujo a buscar fuentes exóticas de inspiración: estampas japonesas, orfebrería y mosaico bizantinos, el antiguo Egipto, etc. No por casualidad coincidieron con el cénit de la era colonial.

En cuanto al estilo, abunda la línea curva, la profusa decoración, las formas orgánicas y las composiciones asimétricas. En conjunto, un ambiente del todo hedonista e idealizado.

La invención de la imprenta litográfica supuso la explosión del cartelismo comercial. Desde el punto de vista publicitario, aquello fue toda una revolución. De la noche a la

mañana podían diseñarse, imprimirse y colocarse grandes tiradas de carteles a todo color. Las calles de Londres o París quedaban literalmente empapeladas. Aquí levantaron vuelo maestros cartelistas y pioneros publicitarios como Chéret y Toulouse-Lautrec.



> **John O. Parry**. *A London Street Scene*. 1835.
El Modernismo inaugura la era de la publicidad masiva.



> **Jules Chéret**. *Pantomimes Lumineuses*. 1896.
Maestro de la técnica litográfica y reconocido cartelista.
Sus obras aún conservan una marcada herencia pictórica.



> **Henri Toulouse-Lautrec**. *Jane Avril*. 1899.
Sus carteles son menos recargados. En ellos encontramos el germen de la simplificación compositiva, tan característica en la gráfica publicitaria contemporánea.

Autores modernistas de renombre: Alphonse Mucha, Aubrey Beardsley, Jules Chéret, Henri Toulouse-Lautrec, Pierre Bonnard, Charles R. Mackintosh, Jan Töröpp, Gustav Klimt, Alfred Roller...

00.3 PLAKATSTIL

El gusto por el estilo historicista del Modernismo aún era mayoritario en 1910. No obstante, cabe destacar el surgimiento de una nueva manera de entender la comunicación comercial: el *Plakatstil*, que en alemán significa “estilo de cartel”.

El sentido publicitario de esta corriente corresponde definitivamente al s.XX. Se deshacen de la fantasía y del romanticismo preindustrial en favor de la claridad funcional. La objetividad informativa que reivindican barrerá de sus carteles todo elemento decorativo que no esté justificado. Esto impone composiciones muy simples, muy netas. De hecho, la elegancia del *Plakatstil* descansa, en gran medida, en su mera simplicidad.



> **Lucian Bernhard**. *Steinway & Sons*. 1910.
Este diseñador alemán es, sin duda, el más puro representante del Plakatstil.

Los anuncios van directos al grano: nombre de marca, ilustración icónica del producto y fondo plano. Su apuesta se centraba en la claridad informativa. En esto se destacan como predecesores del racionalismo, que poco después acabará por imponerse. En esa misma época, se publica el artículo *Ornamento y Crimen*, del arquitecto austriaco Adolf Loos, cuyo título habla por sí mismo.

Al Plakatstil no le interesa el encanto del “toque de autor”. Por el contrario, buscan la objetividad. En lugar de recrearse en un bonito cartel artístico, se interesan por la estructura compositiva, la coherencia del conjunto y la seriedad de la propuesta. Para ellos, la forma está al servicio del contenido.

En lo tipográfico, optaron por garantizar la legibilidad a toda costa. Prescinden de la caligrafía y de los juegos de fantasía tan propios del Modernismo. A cambio, comienzan a emplear con asiduidad los tipos lineales, al estilo de la Akzidenz Grotesk o la Franklin

Gothic.



> **Peter Behrens.** Diseño de la marca *AEG*. 1908.

La aportación más destacable de este diseñador es la unificación de la imagen de marca para *AEG*. Representa el primer caso de aplicación planificada de Identidad Visual Corporativa.

El primer programa de identidad visual corporativa fue llevado a cabo por un autor sujeto a esta corriente. Peter Behrens asumió la elaboración de una imagen de marca que aglutinara todos los ámbitos de la empresa *AEG*. El objetivo era dotar a ésta de una imagen sólida, coherente y fácilmente reconocible. Además del logotipo, realizó piezas publicitarias, diseñó el aspecto de distintos productos e, incluso, proyectó el alzado de las plantas de producción. Con el tiempo, todas las marcas acabarán persiguiendo la unificación de su respectiva identidad visual.

Nombres destacables: Lucian Bernhard, Peter Behrens, Ludwig Hohlwein, Carl Diem, Lehmann Steglitz, Hans Rudi Erdt...

00.4 LA FASCINACIÓN POR LA INDUSTRIA

Entrados ya en el s.XX, resulta imposible obviar los adelantos tecnológicos y sus consecuencias sociales. Los artistas más despiertos se encuentran fascinados por estética de la máquina y de la industria en su conjunto. Frente al historicismo conservador reinante, unos grupos subversivos irrumpen en escena: las Vanguardias.

VANGUARDIAS HISTÓRICAS: grupos artísticos rupturistas muy alejados de los gustos e ideas imperantes en su época. Su actividad renovadora se desarrolló en la época de entreguerras, alcanzando gran notoriedad. Cada grupo tenía su propia idiosincrasia, pero todos compartían una firme voluntad de ruptura con la tradición. Entre las Vanguardias encontramos el Cubismo, el Futurismo, el Dadaísmo, el Constructivismo y el Surrealismo.

Para hacernos una idea de su carácter rompedor, repasemos este fragmento del *Manifiesto Futurista* de Marinetti: *"Un automóvil de carreras con su capó adornado de gruesos tubos parecidos a serpientes de aliento explosivo..., un automóvil rugiente que parece correr sobre la metralla, es más bello que la Victoria de Samotracia."*



> **Atenea Niké ("Victoria de Samotracia").** S. II a C.

Una de las piezas más apreciadas de la escultura helenística. Bello exponente de la antigüedad clásica.



> **Filippo Tommaso Marinetti.** *Parole in Libertá.* 1912.

Poema futurista. El deseo de ruptura se expresa en forma y contenido.

Las Vanguardias implantaron la idea de romper con la tradición, una idea que después alcanzaría grado de dogma en el arte contemporáneo. Del mismo modo que la industria desplazó a los oficios artesanos, el Movimiento Moderno se deshizo de la estética tradicional para abrazar proyectos de diseño enteramente novedosos.

00.5 CONSTRUCTIVISMO

Lo revolucionario de las artes vanguardistas tuvo su equivalente socio-político en la Revolución Rusa. La recién nacida Unión Soviética pasó, de golpe, del realismo neoclásico a la más pura vanguardia. Por primera vez, estas corrientes rupturistas obtuvieron el apoyo de la oficialidad. El paréntesis duró poco más de una década. Con el ascenso de Stalin, las indómitas vanguardias se vieron de nuevo marginadas en favor de “otro” realismo, el socialista.



> Aleksandr Rodchenko. *Knigi*. 1924.

Diseño de impresionante poderío visual. Se basa en una rigurosa composición geométrica, firmes líneas rectas y preponderancia de la tipografía.

Los y las constructivistas pretendían acercar el arte a la vida cotidiana. En su opinión, las artes tradicionales como la pintura y la escultura se hallaban totalmente obsoletas. La prueba era que nadie acudía a los museos. Lo que realmente mejoraría la vida de la población -decían- serían los objetos utilitarios. Por ello, la atención del Constructivismo se vuelca en las artes funcionales: diseño, arquitectura, cine, publicidad, etc.

Sus características formales son rotundas: tendencia hacia la fotografía en sustitución de la ilustración manual; combinaciones cromáticas de alto contraste, empleando colores sólidos; robusta tipografía lineal y un esquema compositivo de gran fuerza. Las diagonales aportan dinamismo, mientras que la simetría otorga sensación de poder.

Se trata de un diseño realmente fresco y vanguardista para su época. Pero sus duras formas no son en absoluto fruto del capricho estético; son fiel reflejo de sus planteamientos ideológicos. Éstos se pueden resumir en un par de ideas-fuerza:

- el optimismo por la victoria de la revolución
- el culto a la modernidad industrial

Su fascinación por la estética de la máquina es total. Es un culto cercano a la fe. Creían que la Era Industrial conduciría a la Humanidad hacia un horizonte de libertad e igualdad. De modo que no es extraño el uso de formas gráficas tan rotundas, similares a las piezas de acero de una fundición metalúrgica. Los detalles decorativos no tienen lugar en sus sólidos perfiles. De hecho, su tributo a la “masa” desatiende las particularidades individuales.

Algunos nombres a destacar: Aleksandr Rodchenko, Vladimir Mayakovsky, Gustav Klutis, Liubov Popova, El Lissitzky, los hermanos Stenberg, Vladimir Tatlin...

00.6 BAUHAUS

La Gran Guerra dejó Alemania sumida en una severa depresión. En 1919, con la intención de contribuir al progreso del país, se funda la escuela técnica *Staatliches Bauhaus*, con Walter Gropius a la cabeza. La escuela se adhería al llamado “socialismo utópico”. Según este ideario, los adelantos tecnológicos debían servir para la mejora del nivel de vida de toda la población, incluyendo las clases más humildes.



> **Herbert Bayer.** *Universal*, tipo de letra. 1925.
Diseño tipográfico para una (utópica) sociedad moderna y funcional.

Para los fundadores de la Bauhaus, el pasado estaba más que podrido. Y, en efecto, los desastres de la guerra confirmaban esta visión tan negativa de los modelos tradicionales. El nuevo mundo al que aspiraban debía construirse desde la pureza de los planteamientos racionales. De manera que la escuela apostó por la innovación como única vía de progreso. Si el pasado sólo ofrece recetas fallidas, la única salida debía estar necesariamente hacia adelante. La voluntad por un radical cambio de modelo gobernó toda su actividad.

Debido a esto, la Bauhaus contribuyó notablemente al progreso del diseño como concepto. Establecieron metódicamente la investigación y el proyecto como pasos previos. Afrontaron cada problema particular desde el punto cero, sin atender a las soluciones tradicionales.

La Bauhaus constituye uno de los más puros ejemplos del Movimiento Moderno. Estudiaron y optimizaron los procesos industriales de producción. Su identificación con la máquina era tan estrecha que adoptaron su propia estética de líneas rectas, despreciando toda decoración superficial. Su atención se volcaba en la parte estructural del objeto. Su mentalidad racionalista atendía a la funcionalidad, las nuevas técnicas de producción y la economía de recursos, obteniendo resultados de radiante estilo moderno.



> **Marcel Breuer.** Silla *Wassily*, en homenaje a Kandinsky. 1925.
La sobriedad formal de sus diseños, unida a su funcionalidad, confiere al “estilo Bauhaus” un carácter muy contemporáneo.
Breuer acometió el “problema” de la silla haciendo caso omiso de las soluciones tradicionales. Es un diseño que parte de cero.

El diseño moderno se fundamenta en los criterios manejados por la Bauhaus: aportar a cada necesidad concreta la solución adecuada. Estudiar el problema y optimizar el objeto para éste sea más cómodo y asequible.



> **Herbert Bayer.** *Hans Poelzig*, cartel de la exposición. 1926.
Claridad, orden y jerarquía en la información.



> **Joost Schmidt.** *Bauhaus Ausstellung*. 1923.
La abstracción geométrica como reflejo del pensamiento racionalista.

En tipografía, la Bauhaus también jugó con audacia. Investigaron a fondo el alfabeto como herramienta de comunicación, creando tipos experimentales de lo más vanguardista. Trataron de deshacerse de cualquier rasgo estilístico heredado, construyendo las letras desde parámetros estrictamente geométricos. El objetivo era la perfección funcional, la limpieza en la lectura.

Es también significativo su posicionamiento frente a la división mayúscula/ minúscula. Dado que fonéticamente son iguales, pensaron que era el momento de acabar con esa absurda duplicidad. Pura lógica racionalista. Así surgieron varios alfabetos mixtos experimentales, los cuales no llegaron a alcanzar mucho éxito. No obstante, fuentes tan utilizadas en la actualidad como la Futura fueron creadas bajo el paraguas de la Bauhaus.



> **Paul Renner.** *Futura*, tipo de letra lineal geométrica. 1928.

Esta fuente racionalista se sustenta en las formas básicas geométricas: el círculo, el cuadrado y el triángulo.

El carácter racionalista de la Bauhaus queda reflejado en su propio estilo: abstracción geométrica, limpieza lineal marcada por la estructura, colores sólidos, comunicación nítida y directa. Para ellos, la belleza estética no será más que el resultado lógico de la correcta funcionalidad y de la fidelidad al proceso de producción.

Nombres relacionados con la Bauhaus:

Herbert Bayer, Paul Renner, Marcel Breuer, Jan Tschichold, Joost Schmidt, Vasili Kandinsky, Mies Van der Rohe...

00.7 ESTILO INTERNACIONAL

Con el estallido de la II Guerra Mundial, Suiza recogió los postulados de la Bauhaus, fusionándolos con aportaciones formales del Constructivismo. Durante la década de los '50, Zurich y Basilea fueron referencia mundial del llamado "Diseño Objetivo". En este caso, se trataba de dejar a un lado las características étnicas y culturales de carácter local para abrazar un diseño de dimensiones globales: un *estilo internacional*.

El Estilo Internacional prescinde de toda raíz historicista y desarrolla un programa que pueda ser aplicado indistintamente a lo largo de mundo entero. Es, por tanto, un estilo racional, sobrio e impersonal. Un tanto frío, si acaso, pero con toda la prometedora frescura de un proyecto a estrenar.



> **Karl Gerstner.** Póster publicitario. 1955.

La elegancia del estilo trata de promover un mundo moderno, progresista y marcadamente urbano. Es claro, transparente y optimista, aunque también un tanto aséptico.



> **Armin Hofmann.** Cartel para exposición. 1961.

Sus características se basan en el aprovechamiento del espacio en blanco, el contraste y la contención tipográfica.

Resulta un estilo muy poco espontáneo en apariencia, con una estructura tan nítida como precisa. Los amplios espacios en blanco son parte integrada en la composición, combinados con elementos de gran peso visual. Adoran la tipografía lineal y reducen al mínimo la combinación de familias diferentes en una sola pieza.

En lo tipográfico, se apuntan el tanto de haber diseñado la fuente más extensamente usada durante décadas: la Helvetica, de Max Miedinger (1957).



> **J. Müller-Bockmann.** Campaña de concienciación vial. 1953.

Tensión compositiva a través de la perspectiva.



> **Max Huber.** *Gran Premio dell' Autodromo, Monza*. 1948.

Líneas cinéticas que refuerzan la idea sin necesidad de imágenes figurativas.



> **Armin Hofmann.** Cartel. 1957.
 Formas abstractas pero rotundas junto a una contenida tipografía.

Superados los excesos y provocaciones de las Vanguardias, el Estilo Internacional se integra perfectamente en la sociedad y en el mercado de postguerra. Su racionalismo encaja perfectamente en el proyecto capitalista de las democracias occidentales, así como en los planes de desarrollo de los países “emergentes”. Como ejemplo, Brasilia.

Además de la “Escuela Suiza”, el Estilo Internacional tuvo otras sedes muy activas: Nueva York, Milán o la ciudad alemana de Ulm. Otl Aicher dirigió la Escuela de Ulm, donde se gestaron muy interesantes proyectos de diseño gráfico. Aicher, además de brillante profesional, es uno de los teóricos más respetados en cuestiones de diseño.



> **Otl Aicher.** *Olimpiadas de Munich.* 1972.
 Autor de la identidad visual para las Olimpiadas de Munich. La magnitud y riqueza del programa de diseño desarrollado para el evento no tenía precedentes.



> **Otl Aicher.** Logotipo para *Lufthansa.* 1968.
 Linealidad y racionalismo funcional.

El Movimiento Moderno ocupó la escena durante buena parte del s.XX. En su extensión, acogió multitud de áreas como el diseño industrial, la arquitectura, el urbanismo, las artes, la tipografía... Entre otros nombres, podemos contar con Max Miedinger, Adrian Frutiger, J. Müller-Bockmann, Armin Hofmann, Bruno Munari, Otl Aicher, Mies Van der Rohe, Emil Ruder...