

UNA APROXIMACIÓN AL DISEÑO DEL SIGLO XX*

Emilio Ángel Villanueva Muñoz

RESUMEN

El objeto de este trabajo es el de proponer una aproximación al diseño del siglo XX desde una perspectiva histórica y con unos presupuestos globales que abarquen sus diversas manifestaciones. La propuesta se basa en el análisis de una selección de obras que hemos considerado representativas de las diferentes tendencias que conviven en cada período, de los diversos campos en los que el diseño se expresa y de su repercusión en el desarrollo general de la cultura artística.

SUMMARY

The aim of the present paper is to propose a historical approach to 20th century design, using world-wide criteria to cover the variety of different forms taken by this artistic phenomenon. Our proposal is based on the analysis of some selected works of art which we have considered to be representative of the different trends which have existed side by side in this period, and we also discuss the differing fields in which design has a place and its repercussions on the general development of art.

Nuestra participación en el curso "Aproximación al Arte Contemporáneo: Introducción al Arte del Siglo XX", tenía en principio como título "El Diseño en el Mundo Contemporáneo". Considerando los abundantes contenidos que se pueden encuadrar bajo ese epígrafe y los diferentes puntos de vista con que pueden ser abordados, creemos conveniente redefinir nuestro trabajo de una manera más correcta como "Una Aproximación al Diseño del siglo XX",

Para desarrollar esta aproximación vamos a comenzar estableciendo algunos conceptos básicos al objeto de crear un marco teórico de referencia que dé unidad a la variada producción artística que pretendemos analizar a lo largo de nuestra exposición. Lo primero en este sentido será fijar el significado que la palabra diseño va a tener en el ámbito específico de esta introducción a un aspecto esencial del arte del siglo XX.

Definiremos el diseño como el proceso de creación y producción artística en el que se distinguen dos fases perfectamente diferenciadas. La primera arranca de la intención inicial, pasando por la recogida de datos, la elaboración de los mismos, la creación de la forma y su plasmación en un proyecto. La segunda fase es aquella en la que el proyecto se materializa en un objeto o en una serie de objetos, en una imagen o una serie de imágenes.

* El texto que aquí se publica corresponde al de una conferencia pronunciada en Granada el día 21 de marzo de 1991 con el título: "El Diseño en el Mundo Contemporáneo", formando parte de un ciclo que bajo la denominación de "Aproximación al Arte Contemporáneo: Introducción al Arte del Siglo XX", fue organizado por el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada en colaboración con la Asociación Amigos de ARCO y coordinado por los profesores Antonio Moreno Garrido y Miguel Ángel Gamonal Torres.

De acuerdo con este sistema de producción artística, la intervención del sujeto creador se produce como tal fundamentalmente en la primera fase, hasta la plasmación de la idea inicial en un proyecto, quedando la segunda frecuentemente bajo la responsabilidad de agentes productivos que materializan o reproducen los presupuestos estéticos establecidos en el proyecto, sin que la intervención directa del artista tenga que ser ya necesaria.

Este proceso de creación y producción artística que denominamos diseño se diferencia del sistema tradicional en que este último no presenta ninguna fractura en su desarrollo, de tal manera que el artista interviene desde la idea inicial hasta la terminación de la obra. Este sistema tradicional podríamos llamarlo también artesanal, en el mejor sentido del término, por cuanto el sujeto creador realiza por procedimientos artesanales el objeto definitivo.

El diseño, como proceso de creación de formas, es consecuencia de la revolución industrial que pretende superar progresivamente los sistemas artesanales de producción objetos. Cuando la elaboración final de estos se hace especialmente compleja o es necesario multiplicar de forma masiva el número de ejemplares, el sujeto creador se ve imposibilitado de intervenir directamente en los productos finales y su creación artística termina prácticamente cuando define el proyecto.

El proyecto se convierte así en un elemento esencial del diseño. Por ello cuando el conocido teórico y diseñador italiano Bruno Munari se pregunta qué es el diseño, se responde así mismo: es proyecto. Un proyecto donde se plasma la idea creada por el artista que después, en una fase posterior, mediante una compleja estructura productiva, se materializará en un edificio, o se multiplicará en serie mediante el empleo de máquinas, bien produciendo objetos: sillas, automóviles, etc., bien dando lugar a imágenes como carteles, logotipos, etc.

Establecida esta definición de lo que entendemos por diseño parece claro que el arte del siglo XX puede dividirse en dos grandes capítulos:

1º) El arte que sigue manteniendo la intervención directa del artista hasta la obra ya terminada, el que mantiene un sistema de producción artística tradicional o artesanal, por cuanto la obra es realizada incluso manualmente mediante técnicas y procedimientos generalmente preindustriales: pintura, escultura, dibujo artístico, cerámica artística, etc.

2º) El arte que introduce complejos procesos de producción y reproducción derivados de la revolución industrial o tecnológica, obligando al artista a desarrollar su labor creadora fundamentalmente hasta la fase de proyecto. De este segundo sistema de producción artística tan específico del siglo XX vamos a tratar aquí.

Una vez fijado el concepto de diseño, es necesario establecer, aunque sea muy brevemente, los diferentes campos en los que actúa, los tipos que aparecen definidos en la actualidad y que básicamente podemos reducir a tres.

El primer tipo de diseño sería aquel que se dedica a proyectar formas en el espacio, lo que hemos llamado siempre arquitectura, pero que se ajusta estrictamente al concepto de diseño que hemos definido, con la particularidad de que se materializa frecuentemente en un obra única, pero cuya creación debe estar definida en el proyecto. Diseño espacial que abarca también el entorno de la arquitectura entendida en sentido estricto, es decir, el diseño urbano, además del acondicionamiento del espacio interno a la arquitectura, en lo que llamamos frecuentemente interiorismo.

El segundo tipo sería el diseño que proyecta formas para objetos que van a ser reproducidos mecánicamente.

te mediante máquina, es el llamado diseño industrial, que generalmente es considerado como el diseño por excelencia e incluso en ocasiones como el único tipo de diseño. Se relaciona con la elaboración en serie de elementos de mobiliario, electrodomésticos, automóviles, etc.

El tercer tipo de diseño sería el encargado de crear imágenes que reproducidas por una máquina tan clásica como la imprenta, o por otros sistemas más modernos desarrollados por la revolución tecnológica, tiene por objeto fundamental la comunicación: diseño de carteles y logotipos, pero también de letras, de composiciones tipográficas para periódicos y libros, ilustraciones, etc.

Establecido este marco de referencia, vamos a pasar a la parte esencial de la exposición que centraremos, como ya dijimos, en un análisis, obligadamente resumido, de lo que ha significado la evolución histórica del arte del siglo XX visto a través del cristal coloreado del diseño.

Siempre que los historiadores del arte pretenden hablar o escribir del siglo XX terminan empezando a finales del siglo XIX, y nosotros, modestamente, no pretendemos ser una excepción. Referirse a los orígenes del diseño de nuestro siglo obliga, sin posible escapatoria por lo menos desde Nikolaus Pevsner, a comenzar mencionando a William Morris, el polifacético británico que entre pensador y empresario, entre diseñador y político, hizo aportaciones trascendentales para el desarrollo del arte del siglo XX, especialmente en ese segundo capítulo que hemos definido como diseño. Insatisfecho por la escasa calidad estética de los objetos producidos por la industria de su tiempo y por el injusto sistema político y social en el que ha desembocado la Revolución Industrial, lanza algunas ideas que han marcado inexorablemente la producción artística de nuestra centuria. La necesidad de dotar de una cualificación estética al producto industrial es una idea de William Morris sobre la que pivotará la esencia misma del concepto de diseño artístico contemporáneo, mientras que su intención de convertir la creación estética en un motor de transformación ideológica y social es la razón de ser que ha justificado las vanguardias como expresión artística específica de nuestro siglo.

Consecuencia en buena parte del pensamiento de William Morris es el Estilo 1900 con el que se inaugura el siglo XX, el Art Nouveau, Modern Style o Secesión, más conocido entre nosotros como Modernismo. Es el primer estilo de nuestro siglo y al mismo tiempo el primero que se muestra como una consecuencia directa de la Revolución Industrial, habiéndose definido como la expresión estética del sistema productivo y social creado por el maquinismo del siglo XIX.

La utilización de este estilo para las entradas al metro de París (1899-1904) diseñadas por Hector Guimard es uno de esos ejemplos que pueden calificarse de paradigmáticos: formas inequívocamente Art Nouveau con referencias a la naturaleza fundidas en hierro enmarcan los accesos al más específico de los transportes urbanos contemporáneos: el metropolitano. Es el reconocimiento oficial del nuevo estilo por las instituciones de la ciudad capital del arte de la época. Con esta extraordinaria intervención de mobiliario urbano no es de extrañar que la versión Art Nouveau sea la más popular y difundida del Modernismo, que llega a extender al otro lado del Atlántico el modelo de la naturaleza, esta vez en su visión más brillante y colorista, para las lámparas diseñadas por Louis C. Tiffany, un neoyorquino cuyo apellido dio nombre al nuevo estilo en los Estados Unidos.

Entre estos dos extremos espaciales, el Modernismo de inspiración naturalista con ágiles líneas de movimiento florece en Bélgica con Victor Horta, que en sus obras, como la Casa Tassel de Bruselas (1893-1896), desarrolla una idea de diseño global que se extiende desde la concepción volumétrica del edificio a los más pequeños detalles de la decoración interior o del mobiliario. Un diseño similar pero en ocasiones más imaginativo es el que practica en España, especialmente en Cataluña, Antonio Gaudí, la personalidad

más sobresaliente de un movimiento en el que participan numerosos diseñadores de muy diversos campos, algunos tan interesantes como el mueblista balear Gaspar Homar.

Bélgica tiene en estos momentos una segunda figura de singular importancia: Henry van de Velde. Se trata de un diseñador polifacético que proyecta desde edificios hasta tipografía, pasando por el mobiliario, pequeños objetos de uso como su juego de té en plata con asas de boj (1906), incluso un famoso y único cartel: Tropon (1898), sin lugar a dudas una de las imágenes más difundidas en todo el Art Nouveau. Pero además de sus interesantísimas creaciones, Henry van de Velde tiene otras vertientes que le convierten en una figura trascendental en los orígenes del diseño contemporáneo. Por una parte su formación está muy ligada al movimiento Arts & Crafts inglés, y al pensamiento del pionero por excelencia: William Morris. Por otra parte, su defensa en el seno del Deutsche Werkbund Institut de la calidad artística del objeto lo muestran como un modernista convencido; por último, su labor educativa al frente de la Academia de Artes Aplicadas de Weimar y su propuesta para que Walter Gropius le sucediera en la dirección del centro, lo sitúan de manera muy personal en el origen mismo de la Bauhaus y del diseño racionalista.

El Modernismo tiene otras muchas facetas, y la renovación que pretende frente al Historicismo decimonónico se encauza en ocasiones hacia una estética antinaturalista, de rigurosa base geométrica, que puede llegar hasta la abstracción. Dentro de estas vertientes del diseño modernista se han destacado tradicionalmente dos escuelas relacionadas entre sí: la de Glasgow y la de Viena. La primera, liderada por Charles R. Mackintosh, tiene obras tan definidas y vigentes hasta nuestros días como su silla de respaldo alto de 1901.

La escuela que representa la Secesión Vienesa experimenta las posibilidades que tienen los motivos bidimensionales rítmicamente reiterados para la decoración de superficies aplicadas a diferentes terrenos del diseño, incluyendo el arquitectónico, como la fachada de la casa de Joseph Maria Olbrich en Darmstadt, Mathildenhöhe, también de 1901.

El diseño modernista hace, en definitiva, aportaciones trascendentales al dotar a la imagen, el objeto o el ambiente de una calidad estética a veces extraordinaria, de crear además un estilo coherente que se extiende por todo el mundo industrializado de su época alcanzando a todos y cada uno de los tipos y subtipos de diseño. Sin embargo, tenía también sus limitaciones. Su obsesivo gusto por lo decorativo, con soluciones frecuentemente minuciosamente elaboradas, le obligaba a mantener un componente artesanal muy fuerte, lo que le mantenía ligado a la tradición de las artes aplicadas de los siglos precedentes y a la idea tan decimonónica de la ornamentación como esencia de lo artístico.

La superación de la carga ornamental y con ella la sustitución del trabajo artesanal que necesitaba por productos cada vez más industriales, estaba indisolublemente unida a una simplificación formal que eliminara lo más superfluo del componente decorativo. Esta reconversión se va a iniciar en los años inmediatamente anteriores a la Primera Guerra Mundial, ejercitándose paralelamente al desarrollo de las vanguardias más clásicas: Fauvismo, Cubismo, Futurismo, Expresionismo, etc., y con una pretensión idéntica de crear un nuevo arte. En ese proceso global de renovación, tanto del diseño como del resto de las artes visuales, el camino a seguir será el abandono progresivo de la imagen que refleja la naturaleza como centro en torno al cual giraba el mundo artístico. La pintura cubista comienza a concebir el cuadro como algo que se elabora, que se construye como una realidad en sí misma, independientemente de la naturaleza, y el mismo criterio siguen las vanguardias más radicales: Futurismo, Neoplasticismo, Constructivismo, etc. Si lo artístico deja de ser una imagen de la naturaleza y es algo que se crea, que se hace, que se construye, igual da que el producto final sea un cuadro que cualquier otro objeto bidimensional o tridimensional, profundizando por consiguiente en el componente artístico del objeto diseñado que ya iniciara como pionero William Morris.

Alemania juega un importante papel en este momento crucial, y especialmente el Deutsche Werkbund Institut, dedicado en las primeras décadas de siglo a la unión de arte e industria, en parte inspirado en las Arts & Crafts británicas a través del pensamiento de Hermann Muthesius. Se establece así un favorable ambiente en el que sobresale, entre otros muchos, un extraordinario diseñador: Peter Behrens. Su contribución a la simplificación formal y consecuentemente a la producción industrial será fundamental para el diseño contemporáneo al contar entre sus discípulos a Walter Gropius, Ludwig Mies van der Rohe y Le Corbusier. Pero además, Peter Behrens comienza a desarrollar en los inicios de nuestra centuria, por encargo de la empresa AEG, una idea que alcanzará sus mejores logros en nuestros días; nos referimos a la imagen global, es decir, a la aplicación de un diseño de rasgos comunes a los productos de una misma empresa de tal manera que permitan su fácil identificación como pertenecientes a una determinada firma comercial, extendiendo este objetivo también a los medios de propaganda y a los establecimientos de fabricación o comercialización. Peter Behrens diseñará para la AEG productos, pero también instalaciones industriales como la famosa nave de turbinas en Berlín de 1909, pasando por anuncios y logotipos, con el propósito de transmitir una imagen potente o global de la poderosa empresa alemana.

Uno de los debates que tuvieron lugar en el seno del Deutscher Werkbund Institut en las primeras décadas del siglo XX, personificado por Henry van de Velde y Hermann Muthesius, fue la posibilidad de conciliar calidad estética con producción en serie. Mientras en Europa se profundizaba en estas reflexiones teóricas, en los Estados Unidos, sin el condicionante de la enorme tradición cultural y artística europea y con una dosis muy superior de pragmatismo, Henry Ford lanzaba en 1909 su vehículo modelo T, seguramente sin muchas preocupaciones estéticas pero con una visión de la producción en serie de un objeto tan emblemático del siglo XX, que hace obligada su mención entre los más grandes pioneros del diseño de nuestra centuria.

Uno de los ataques más directos contra el decorativismo modernista se va a producir desde el seno de uno de los focos más activos de aquel movimiento: la Viena de comienzos de siglo. Algunos de los miembros de la Secesión Vienesa más interesados por la geometría y la abstracción habían entreabierto la puerta a futuras experiencias que fructificarían con las vanguardias, pero en general, se mantenían sólidamente anclados en un decorativismo que provocó la reacción de Adolf Loos, cuyo nombre es mención obligada como uno de los pilares sobre los que descansa el diseño moderno, tanto desde el punto de vista teórico junto a su famoso escrito "Ornamento y Delito", como también desde la perspectiva de la práctica arquitectónica con obras de la impronta del edificio de viviendas de la Michaelerplatz de 1910 en Viena.

Unas propuestas similares va a llevar al terreno de la imagen otro austríaco: Lucian Bernhard, que trabaja en Alemania en los años anteriores a la gran guerra. Sus diseños de carteles con una rotunda simplificación formal, buscando una máxima funcionalidad comunicativa –Cartel Stiller, 1908–, le convierten en el padre del cartel moderno, muy alejado ya del pictoricismo pícaro de Jules Chéret y del ornamentismo dulzón de Alphonse Mucha. Lucian Bernhard acabará emigrando a los Estados Unidos, inaugurando, junto a otros diseñadores, la larga nómina de creadores exiliados europeos que contribuyeron con su esfuerzo a que el diseño norteamericano alcanzara las cotas más altas.

La Primera Guerra Mundial de 1914 a 1918 no crea una situación muy propicia para el desarrollo del diseño, que por definición siempre conlleva un principio básico de creación, de construcción, y toda guerra pequeña o grande es en esencia siempre destructiva. Sin embargo, algunas facetas muy particulares encuentran en las contiendas extraños caldos de cultivo. Las necesidades bélicas fuerzan el desarrollo de la industria militar y de su diseño, del que puede extraerse, más tarde, concluidas las hostilidades, nuevos usos aplicados a la vida civil. Otra área que se desarrolla en el fragor de la violencia es la guerra psicológica, la guerra ideológica, la guerra de propaganda, y consecuentemente aquellas vertientes del

diseño gráfico dedicadas a transmitir mensajes, a difundir ideas, a inculcar consignas, casi a dar órdenes. La guerra del catorce, sin televisión por supuesto, pero también sin radio, fue la guerra del cartel como medio más eficaz de comunicación de masas. En el bando de los imperios centroeuropeos, el desarrollo del diseño en general y del de imagen que hemos comentado más arriba, dio lugar a un cartel de guerra de técnica muy depurada y de gran calidad visual. Como ejemplo podemos mencionar el cartel “Boote Heraus!” diseñado por Hans Rudi Erdt en 1917. El bando aliado presenta por lo general un cartel técnicamente más primitivo, más pictoricista, pero también mucho más emotivo y popular que llega a crear imágenes tan tópicas pero eficaces como “I want you for the U.S. Army” de James Montgomery Flagg también de 1917.

La fecha de 1917 es crucial en muchos aspectos pero sobretodo ha pasado a la historia como la que marca el desmoronamiento del imperio de los zares y el triunfo de la Revolución Rusa, cuya máxima aportación a la cultura artística fue el Constructivismo que se desarrollará hasta los primeros años veinte. Por primera vez el concepto revolucionario de la vanguardia artística se produce en el contexto de una revolución ideológica, social y económica; por primera vez se intenta construir un arte nuevo a la vez que un hombre nuevo, por primera vez se lleva a la práctica la utilización del arte contemporáneo como instrumento de transformación de la realidad. El arte es enfocado así desde la perspectiva de la comunicación de masas convirtiendo al diseño gráfico en el protagonista que influye en el resto del diseño incluso al conjunto de la plástica. No debe resultar extraño, como consecuencia, que una de las obras más importantes del Constructivismo ruso sea un cartel con el significativo título de “Con la cuña roja golpeas a los blancos”, diseñado por El Lissitzky en 1919 en base a una rígida geometría que carga de contenido ideológico las nuevas formas difundidas por el Cubismo. El resto del diseño revolucionario se mueve entre la propaganda y la utopía, como algunos proyectos arquitectónicos del mismo El Lissitzky.

Muchos de estos proyectos utópicos lo fueron aún más tras el giro que el arte soviético experimentó hacia el realismo socialista conforme transcurrían los años veinte, pero en el campo del diseño gráfico, con muchos menos costos en tiempo y esfuerzo de ejecución, muchos originales terminaron en la imprenta creados por figuras de la talla de Alexander Rodchenko y Vladimir Maiakovski, que junto a El Lissitzky renovaron en profundidad el diseño tipográfico y publicitario, influyendo poderosamente en las corrientes más innovadoras de la Europa del período de entreguerras.

El mismo año de 1917 se inicia otra vanguardia paralela en Holanda, heredera igualmente del Cubismo y muy interesada por todas las facetas del diseño. Se trata evidentemente del Neoplasticismo que gira en torno a la revista *De Stijl*, cuyo director y animador del movimiento, Theo van Doesburg, diseñó en aquella fecha la cabecera de la publicación con una estructura geométrica fuertemente disciplinada que preludiaba desde la tipografía el futuro desarrollo de esta corriente artística. Y para no abandonar la mágica fecha, también en 1917, otro miembro de este grupo, Thomas Rietveld, diseñó su admirada butaca con elementos en amarillo, rojo y azul de madera lacada del *Stedelijk Museum* de Amsterdam, basándose en una investigación sobre los principios elementales de la construcción, sobre la esencia de la estructura convertida en forma geométrica y colores puros.

El diseño de los años veinte gira fundamentalmente en torno a la escuela de la Bauhaus, que retomando las iniciativas alemanas de las dos primeras décadas del siglo y recogiendo las aportaciones del Constructivismo y del Neoplasticismo, sistematizará el concepto de diseño cristalizándolo de tal manera que a partir de entonces dispondrá de una sólida base teórica y de unas posibilidades de realización que convertirá a sus proyectos en el diseño clásico del siglo XX.

La escuela de la Bauhaus, primero en Weimar, luego en Dessau y por último en Berlín, desarrolla entre

1919 y 1933 todo un programa de sistematización del diseño racionalista en sus vertientes ideológica, formal y didáctica. Se piensa desde un ideal democrático que los objetos y las imágenes deben de llegar a todas las capas de la población, y para ello en pleno siglo XX la producción industrial es imprescindible; si además queremos dotar a esos productos de una calidad que suponga la máxima adecuación de la forma con respecto a su función, parece claro que lo fundamental consiste en crear un proyecto racional de formas lo más simples y esenciales posibles que pueda adecuarse al principio del standard o de la producción en serie, destinado a cubrir todas las necesidades de la vida moderna, desde la ciudad a la vivienda, incluyendo el mobiliario y la indumentaria, pero también la comunicación en sus diferentes facetas: edición, publicidad, etc. Para alcanzar estos objetivos será imprescindible preparar a unos profesionales, a unos diseñadores que sean capaces de crear a partir de estos principios, y como consecuencia la escuela es fundamental.

Los principios que informaban este ideario se plasmaron desde el punto de vista urbanístico y arquitectónico en el edificio que albergó esta institución en Dessau, diseñado por el director e ideólogo de la escuela Walter Gropius, y levantado entre 1925 y 1926. Su lenguaje arquitectónico aprovecha las posibilidades de los nuevos materiales, su interés por la estructura, sus volúmenes geométricos, sus superficies desornamentadas y blancas, sus muros cortina, etc., son toda una proclama del nuevo diseño arquitectónico racionalista.

El último director de la Bauhaus, Ludwig Mies van der Rohe, diseñó poco antes de ocupar este cargo otra obra crucial para la arquitectura contemporánea: el Pabellón de Alemania en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. El espacio del edificio está concebido como una continuidad que engloba tanto el exterior como todo el interior, diseñando este último con un exquisito cuidado e incluyendo dentro de él una pieza de mobiliario que con el paso del tiempo se ha convertido en su creación de este género más conocida: la silla Barcelona.

A pesar de obras de la categoría de la silla Barcelona, el diseño de muebles de la Bauhaus y su entorno está asociado sobre todo a la personalidad de Marcel Breuer, a quien se debe el proyecto de las piezas más populares de la escuela. De entre ellas vamos a mencionar una de las más vigentes en la actualidad: la butaca Wassily de tubo metálico cromado y tela blanca de 1926. La estructura del mueble a base de tubo metálico es de fácil producción industrial y la tela blanca lo suficientemente económica para permitir su producción en serie a costos reducidos, cubriendo así los propósitos de la Bauhaus de crear objetos que pudieran, por su producción masiva y económica, llegar a las capas más amplias de la población. Su producción actual con asiento, brazos y respaldo de cuero negro y bajo el concepto de un objeto de diseño, entendido éste como un añadido que encarece aún más el producto, le sitúa muy lejos de los ideales que animaban a su creador cuando la proyectó.

En el catálogo de complementos de decoración de interiores, concretamente en el capítulo de las lámparas, el diseño de la Bauhaus proporcionó creaciones realizadas por algunos de sus miembros, con el director a la cabeza, entre las que sobresalen las lámparas proyectadas por Marianne Brandt.

Un artista que dejó en la Bauhaus una profunda huella fue László Moholy-Nagy. Su ingreso en la institución en 1923 significó un giro de la escuela hacia el campo del diseño, abandonando el predominio en parte de la plástica que había caracterizado los primeros años de su funcionamiento. Encargado de materias relacionadas con el diseño gráfico y aplicando a en ellas ideas procedentes del Constructivismo ruso, Moholy-Nagy configuró la imagen visual de la escuela formando a los alumnos más sobresalientes en este campo. Una imagen tan moderna en principio como su portada del "14 Bauhaus Bücher", de 1929, sintetiza las preocupaciones del diseño gráfico del período de entreguerras resolviéndolas de una manera

magistral: si los dos polos de la gráfica del momento eran la tipografía y la fotografía, Moholy-Nagy concibe la portada como una fotografía de tipos de imprenta, de una manera absolutamente simple y racional, tratada además con los rasgos formales más destacados de las vanguardias: composición diagonal, colores negro y rojo, etc., etc.

El mejor discípulo de Moholy-Nagy en las Bauhaus fue Herbert Bayer, el más importante diseñador gráfico que salió de la escuela. Durante su estancia en ella en la segunda mitad de los años veinte diseñó su Alfabeto Universal, aplicando los principios ideológicos y plástico de la institución a la tipografía. La forma de las letras se reduce a sus elementos esenciales fuertemente geometrizados, se suprimen las mayúsculas que desde una perspectiva “racional” son innecesarias puesto que suponen una doble imagen para un sólo significado y un único sonido, y además conllevan unas connotaciones de jerarquización y poder que las distancian de los postulados más democráticos, por último, el nombre de “universal” está muy en consonancia con las pretensiones de la escuela de resolver los problemas generales mediante soluciones lo más sencillas posible. En definitiva un producto tan típico de la Bauhaus como lo pudo ser su edificio en Dessau.

Inmediatamente después de la famosa escuela alemana es imprescindible mencionar a Le Corbusier, el genial diseñador y propagandista del Movimiento Moderno. En los años de la Primera Guerra Mundial diseña la estructura en cemento de la casa Dom-Ino, que a pesar de su temprana cronología muestra ya la imagen estructural de la inmensa mayoría de los edificios de viviendas construidos en la segunda mitad del siglo XX. Partiendo de esta sólida base realiza una serie de experiencias que van poco a poco decantando su lenguaje arquitectónico racionalista hasta llegar a la Villa Savoye en Poissy levantada entre 1929 y 1931, donde materializa su estilo cartesiano y purista en un verdadero manifiesto que proclama sus cinco principios fundamentales de la arquitectura contemporánea: construcción sobre “pilotis”, planta libre, fachada libre, ventana horizontal y terraza-jardín, lo que le convierte en uno de los edificios más clásicos – en todos los sentidos– de nuestro siglo.

Le Corbusier dedicó también su atención al diseño de muebles, con unos planteamientos paralelos a la Bauhaus. Colaborando con Pierre Jeanneret y Charlotte Perriand creó en 1929 la “chaise longue” LC 4, con una estructura en parte de tubo de acero cromado que sirve de bastidor a una lámina rectangular de tela blanca quebrada en sucesivos planos para adaptarse a la forma recostada de la anatomía humana.

Con la llegada de los años treinta el racionalismo matiza algunos de sus postulados más rígidos desde el punto de vista formal e ideológico, al mismo tiempo que comienza a desarrollarse el Organicismo como segunda gran vertiente del Movimiento Moderno. El diseñador europeo más representativo de esta segunda corriente es el finlandés Alvar Aalto, quien por los mismo años en que Le Corbusier construye la Villa Savoye, levanta el Sanatorio de Paimio. Alvar Aalto subraya que la curva puede ser tan racional como la recta (G.C. Argan) y tiene especialmente en cuenta la relación del edificio con su entorno y con sus usuarios, lo que le obliga a una adecuación del diseño arquitectónico al ambiente natural y cultural en el que se ubica, y a un tratamiento del diseño de interiores lo más humanizado posible.

El interés de Alvar Aalto por el diseño industrial fue tal que llegó a fundar una empresa dedicada a la producción de sus creaciones, entre las que vamos a comentar su butaca de madera de abedul laminada y curvada de 1935. Los soportes de esta butaca están resueltos a base de un material natural y propio del entorno de Alvar Aalto con unas formas curvas que le permiten actuar como verdaderos amortiguadores contribuyendo al bienestar del usuario; el asiento y el respaldo, resueltos con una lámina extraordinariamente curva, tienen la simplicidad, la sencillez y la racionalidad de los mejores diseños del Movimiento

Moderno. Las formas orgánicas curvas van a ir ganando terreno dentro del diseño organicista de Alvar Aalto, llegando incluso a soluciones que se desligan de los postulados racionalista introduciendo elementos de influencia surrealista que continuadores suyos incorporarán más adelante sin ningún tipo de prejuicios. Esas “desviaciones” del Organicismo hacia el Surrealismo son apreciables en algunos de sus más “decorativos” diseños como vasos de cristal.

Los Estados Unidos van a contar con el padre del Organicismo mundial: Frank Lloyd Wright, quien en los años treinta proyecta su obra más universalmente conocida, la Casa de la Cascada o Kaufmann en Bear Run, Pennsylvania. El edificio introducido dentro de una naturaleza casi salvaje, pero sin renunciar a los nuevos materiales y técnicas constructivas como ponen de manifiesto sus numerosos cuerpos volados, se genera orgánicamente, desde dentro hacia fuera, como proclamaba su diseñador, con lo que parece invadir el bosque circundante al mismo tiempo que éste se hace patente en su interior por las amplias y numerosas ventanas. Su diseño interior reafirma la relación con el entorno incorporando como pavimento o revestimiento de pilares piedras en su forma y textura natural.

La decoración interior de las oficinas de los Almacenes Kaufmann en Pittsburgh, realizada también por Frank Lloyd Wright el mismo año de 1937, sobresale por su revestimiento de madera laminada de ciprés, tratada como el mobiliario con una sobria geometría muy propia de la estética más ortodoxa del Movimiento Moderno.

Esta difusión del Organicismo en los años treinta va a influenciar hasta los maestros de la Bauhaus, como es el caso de Marcel Breuer que en 1936 diseña para la firma británica Isokon una tumbona de estructura de madera, a base de líneas curvas y con una preocupación por la comodidad del usuario que anticipa la estética del confort a la que nos referiremos más adelante.

Los años treinta corresponden al período de difusión del Surrealismo, nacido como vanguardia artística en la década anterior. Su incidencia en el ámbito del diseño arquitectónico e industrial será limitada y frecuentemente indirecta en esta época, como hemos comentado brevemente más arriba, pero en cambio mostrará una extraordinaria influencia en el campo del diseño gráfico, precisamente por la eficacia que produce el impacto de sus imágenes escandalosamente incongruentes, inexplicables y absurdas. El estilo figurativo de René Magritte se convertirá en una fuente inagotable de inspiración para la publicidad del siglo XX desde esta década de los años treinta. Un miembro destacado de este movimiento artístico es el norteamericano Man Ray, que trabajó fundamentalmente con técnicas fotográficas y a quien en 1932 la empresa del metro de Londres le encargó un cartel resuelto con extraordinario acierto mediante una especie de montaje fotográfico surrealista en el que el logotipo de la empresa parecía girar en torno al planeta Saturno, sobre una línea en la que se leía: “Keeps London Going”.

Los años veinte y treinta tienen, desde el punto de vista del diseño, otra lectura diferente a la que hemos analizado marcada por el desarrollo de las vanguardias y del Movimiento Moderno. Se trata de la alternativa artística que representa el Art Déco, aparecido tras la Primera Guerra Mundial y consagrado con la Exposición Internacional de Artes Decorativas de París de 1925. Su estética viene a representar una ideología más conservadora interesada sobre todo por el progreso industrial y técnico desde la perspectiva de la riqueza y el espectáculo, que se expresa especialmente en la indumentaria, la música y el baile de los “locos años veinte”.

El Art Déco se manifiesta en el diseño visual a través del mantenimiento de la inspiración historicista y en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de las aportaciones plásticas de las vanguardias para crear un nuevo decorativismo.

Una construcción representativa del diseño arquitectónico Art Déco es el edificio Chrysler de Nueva York proyectado por William van Alen y levantado entre 1928 y 1930. El remate superior de este rascacielos se resuelve a base de una pseudopirámide escalonada de cuerpos curvos recubierta de superficies metálicas brillantes que producen una espectacular visión diurna, con un complemento nocturno a base de una no menos espectacular iluminación eléctrica.

Una excelente muestra de diseño de interior Art Déco es el hall del edificio del Daily Express en Londres diseñado por Ellis & Clarke en 1931. Sus resonancias historicista a las culturas artísticas en boga por aquellos años, el Antiguo Egipto y la América Precolombina, se conjugan con una superficies recargadas y brillantes resaltadas por el uso escenográfico de la iluminación eléctrica.

Los muebles Art Déco van a verse muy influenciados también por los modelos del pasado. Los más interesantes son aquellos que dejan a un lado estas inspiraciones y buscan renovarse aprovechando las conquistas de las vanguardias artísticas inmediatas o contemporáneas. Este podía ser el caso de un mueble de toilette diseñado por Jean Dunand en la segunda mitad de la década de los veinte. El mismo nombre del mueble ya es expresivo de las coordenadas de lujo y refinamiento que caracterizan el estilo. Sus formas son muy simples, a base de volúmenes muy sobrios, pero con el aspecto macizo que caracteriza al mueble Art Déco y con la tradición y riqueza que proporciona la madera lacada.

El diseñador gráfico más representativo del Art Déco es Cassandre. Sus soberbios carteles expresan mejor que cualquier otra imagen, lo que significó este período vivido desde la perspectiva despreocupada y optimista de los “felices años veinte”. El cartel que diseña para una compañía naviera en 1935 con el texto “New York” y un gigantesco transatlántico avanzado hacia nosotros, es una de las mejores creaciones publicitarias de todos los tiempos, en la que utiliza el símbolo del barco, una metáfora visual fundamental de la época, con una extraordinaria expresividad y capacidad comunicativa. Cassandre diseñó también, aunque de una manera más esporádica, varios alfabetos: “Bifur” (1929), “Acier” (1930) y “Peignot” (1936), que del mismo modo se cuentan entre las creaciones más prestigiosas del Art Déco. Analizando esta obras desde la óptica de nuestros días, y teniendo en cuenta que algunas de ellas fueron diseñadas con la intención de evitar la carga decorativa, podemos comprender hasta qué punto había asimilado el ornamentismo del estilo que se manifestaba en sus creaciones incluso por encima de su intención inicial.

Por último, los años treinta son también los de la llegada al poder en Alemania del nazismo, fenómeno paralelo al afianzamiento de otros regímenes totalitarios en diferentes países europeos y a la crisis de las democracias burguesas más tradicionales. La resistencia al nazismo va a estar representada por el diseño gráfico de John Heartfield, con imágenes como “Adolf el superhombre, traga oro y habla hojalata” de 1932, donde utilizando las últimas aportaciones técnicas en el campo del fotomontaje, le imprime una potente carga ideológica, creando en el campo de la ilustración gráfica unas imágenes consideradas clásicas desde mediados de siglo.

A pesar de esta heroica resistencia, el nazismo acabará imponiéndose y consolidándose entre otras razones por el empleo de un potente aparato de propaganda que utiliza todas las variantes del diseño, desde el gráfico con carteles, folletos y logotipos –como la cruz gamada, que independientemente de su significación política ha sido uno de los símbolos de identidad más conocidos de todo el siglo XX–, pasando por el diseño ambiental mediante el empleo de una fuerte escenografía que llegó a crear escuela, hasta el diseño industrial, con el proyecto del automóvil Volkswagen diseñado por el ingeniero Ferdinand Porsche, que Adolfo Hitler quiso convertir en el símbolo de su Alemania y terminó siendo, tras la Segunda Guerra Mundial que enterró el régimen nazi, en un éxito sin precedentes en el diseño del automóvil que difícilmente se repetirá.

Un año después de inaugurada la fábrica Volkswagen, en 1939 se inicia la Segunda Guerra Mundial que se prolonga a todo lo largo de la primera mitad de los años cuarenta, que en estas circunstancias están marcados por la destrucción, en algunos casos masiva, que provoca la contienda, obligando además a la segunda mitad de la década a una necesaria reconstrucción.

El Museo de Arte Moderno de Nueva York presenta en estos días –marzo de 1991– y hasta el 30 de abril una exposición sobre el arte de los años cuarenta. Entre las obras expuestas se encuentra un cartel realizado en 1942 de Herbert Bayer, el diseñador gráfico de la Bauhaus emigrado y trabajando ya por entonces en los Estados Unidos. La obra que aparece con el texto “Our Allies Need Eggs”, está realizada con técnica de fotomontaje y unas resonancias estéticas surrealistas, con un gran huevo como tema central, huevo que es uno de los motivos iconográficos más empleados por el Surrealismo.

Similares ecos de estética surrealista presenta un cartel realizado aquel mismo año de 1942 por Abram Games para el Ministerio de Información Británico, en donde enmarcada por la destrucción que provocan los bombardeos aparece una imagen idílica de reconstrucción mostrando la escuela del futuro.

La colaboración de la retaguardia civil con su trabajo en la guerra, en un caso, o la necesidad de mantener alta la moral como esperanza de futuro en los momentos más difíciles, en el otro, se convierten en manos de dos destacados creadores gráficos en imágenes surrealistas representativas del período bélico de la primera mitad de los cuarenta.

La segunda mitad de la década, la de la posguerra, es necesariamente un período de reconstrucción. Para ella se recuperan entre los escombros los logros alcanzados por el diseño en los años treinta con sus corrientes racionalista y organicista. Esta última va a tener una especial incidencia en el campo del diseño industrial, siendo las formas redondeadas del Volkswagen cuya fábrica se pretende ahora reconstruir para producirlo definitivamente en serie, las que vamos a encontrar en algunos de los objetos más emblemáticos del momento.

El diseño italiano que había ido incorporando a lo largo de los años treinta ideas procedentes del Racionalismo, crea tras la segunda contienda mundial uno de sus productos industriales más reconocidos mundialmente: la Vespa, sin lugar a dudas uno de los símbolos de la posguerra cuyo éxito se ha mantenido con escasos retoques hasta nuestros días, a pesar de que su diseñador, Corradino d’Ascanio, la concibiese nada menos que en el primer año de paz, en 1946. Sus líneas curvas y sus superficies herederas directas del Organicismo, se extienden a otro producto inequívocamente italiano, este absolutamente estático, pero de similar difusión mundial: la máquina de escribir Lexicon 80 diseñada por Marcello Nizzoli en 1948 y utilizada en nuestras oficinas casi hasta la llegada del ordenador.

La segunda mitad de la década de los cuarenta y los años cincuenta van a corresponder al período de difusión de las formas, más que las ideas, del Movimiento Moderno convertido cada vez más en Estilo Internacional. Es la época en que los creadores de la arquitectura moderna construyen sus obras más monumentales investidos como grandes maestros del arte contemporáneo. Así Le Corbusier levanta en la primera mitad de los cincuenta la capilla de Ronchamp, con un diseño arquitectónico transformado en capricho plástico; y a fines de la misma década se concluyen en Nueva York, convertida en capital de la cultura artística mundial, dos edificios emblemáticos: el Museo Guggenheim diseñado por Frank Lloyd Wright, exteriorizando los aspectos más populares del diseño arquitectónico organicista, y el edificio Seagram, diseñado por Ludwig Mies van der Rohe con su peculiar estilo que le convierte en una de las torres más originales de la ciudad de los rascacielos.

Con estos grandes ejemplos el International Style se extiende sin oposición por Europa y los Estados

Unidos, pero también por otros muchos países, ejerciendo su preponderancia en el diseño de mobiliario, en la decoración de interiores, en la construcción de edificios o en la planificación de ciudades, en un sinnúmero de obras anónimas que difunden, vulgarizan y desnaturalizan al Movimiento Moderno.

Con los años cincuenta se produce también la expansión del diseño gráfico e industrial norteamericano, frecuentemente bajo la forma de rediseño o styling. La idea del rediseño se asocia en sus inicios a Raymond Loewy, un creador de origen francés emigrado a los Estados Unidos que popularizó el concepto de que la fealdad se vende mal, eslogan que convirtió en el título de un libro, dando a entender que era necesario proporcionar a los objetos un aspecto atractivo para que pudieran ser comercializados. Con estas propuestas formuladas en los años siguientes a la gran depresión de 1929, Raymond Loewy realizó numerosos trabajos que terminaron siendo resonantes éxitos comerciales. Entre sus obras más conocidas se encuentra el rediseño de la caja de cigarrillos de la marca Lucky Strike realizado en torno a 1940 y que con muy pequeños retoques sigue vigente hasta hoy reconocida como una de las mejores obras gráficas de todo el siglo XX.

Esa tendencia a rediseñar los objetos para proporcionarle una imagen más atrayente va a desembocar, con el paso del tiempo, en lo que con un sentido peyorativo han denominado los teóricos y diseñadores europeos como styling. Se refieren a la desviación más negativa del rediseño, cuando el aspecto externo de los objetos poco o nada tiene que ver con su función. Estos planteamientos van a tener un desarrollo muy curioso en la llamada estética aerodinámica. El dotar a los automóviles de unas formas acordes con su función de moverse fue poco a poco exagerándose hasta el punto de dotarlos de grandes alerones tan incongruentes como el de colocar formas dinámicas a objetos de nulo o escaso movimiento como eran los carritos para bebés. Un buen ejemplo de la estética aerodinámica norteamericana lo representa el Cadillac modelo Eldorado de 1959.

Los Estados Unidos contaron en esta época con un extraordinario diseñador de muebles: Charles Eames, que aplicó al diseño industrial de mobiliario los principios del Organicismo y colaboró con un gran diseñador europeo adscrito a esta línea: Eero Saarinen. Entre las creaciones más populares de Charles Eames están sus sillas apilables de asiento sintético y patas de acero, que parecen conjugar la ergonomía organicista con la tradición del tubo metálico racionalista, todo ello con una imagen visual que con sus superficies coloreadas descansando sobre delgadas patas se han comparado con los monigotes más conocidos de la iconografía surrealista de Joan Miró. A su creatividad se debe también una confortable tumbona diseñada en 1956, una muestra más de como el interés del Organicismo por el usuario termina convirtiéndose en el ámbito del mobiliario en una estética del confort auspiciada por una sociedad de consumo que se afianza conforme avanzamos por la segunda mitad del siglo.

La década de los años sesenta es en primer lugar la época de la cultura pop. La corriente artística más importante del período, la pintura pop norteamericana, rinde desde la plástica un homenaje de reconocimiento al diseño gráfico publicitario como uno de los componentes esenciales de la cultura mundial en la segunda mitad del siglo XX. La vuelta a la pintura figurativa se ha interpretado como la consecuencia de unas necesidades comunicativas puestas de manifiesto por la publicidad visual.

La influencia no sólo va a producirse desde el diseño publicitario a la plástica, sino que también, como no podía ser de otro modo, hay un camino de retorno, una influencia inversa. Una de las variantes más novedosas de la pintura de la década, la nueva figuración, se hace patente en un cartel tan extraordinario como el diseñado por Jan Lenica para una ópera de Alban Berg en 1964, con toda la carga expresionista que en ocasiones supo resucitar la neofiguración. El texto de esta antológica obra presenta un tratamiento

que le aproxima a las letras modernistas, otra manifestación artística que renace en los sesenta, en este caso impulsada por la cultura hippy. Este resurgimiento de formas Art Nouveau se produce especialmente en el ámbito de la gráfica y en los entornos juveniles y musicales, pero influenciando a los diseñadores más prestigiosos como Milton Glaser, que realiza en 1967 un popular cartel dedicado a Bob Dylan, con un tratamiento del pelo del famoso cantante que nada tiene que envidiar a los ritmos florales más típicos del Modernismo.

La cultura pop incide también en el diseño industrial. Entre los diferentes proyectos en que esa influencia se manifiesta, vamos a analizar dos. El primero será el sillón Joe fabricado por Poltronova en 1968, con una directa inspiración pop y unas preocupaciones figurativas basadas en un guante de béisbol, que no necesitan mayores comentarios. La segunda es un tocadiscos diseñado por Castiglioni en 1966 catalogado RR 126, que ha sido analizado como op y como pop; el tratamiento visual de los altavoces laterales responde a una simplificación de la estética óptica, mientras que la distribución de los mandos del receptor de radio central reproducen esquemáticamente un rostro humano: figuración irónica pop.

A un artista tan representativo del Op Art como Victor Vasarely se debe una de las imágenes de marca más difundidas por toda Europa: el logotipo de la firma de automóviles Renault de 1972, que ha estado vigente prácticamente hasta nuestros días. El tradicional rombo aparece aquí tratado con una síntesis de los aspectos visuales más puro del arte óptico.

Hay otras imágenes del diseño que muestran la otra cara de los años sesenta, la que se corresponde con la guerra de Vietnam, la guerrilla iberoamericana y el descontento juvenil. Entre estas creaciones mencionaremos el cartel cubano de Elena Serrano dedicado al 8 de octubre, "Día del guerrillero heroico", realizado en el año más importante de la década: 1968. En este cartel se hacen patentes las corrientes artísticas más relevantes de la época, como el Op Art y el Pop Art. El tratamiento a base de planos superpuestos es una clara referencia al arte óptico, mientras que la figura del Che superpuesta al mapa de Iberoamérica, tiene todas las características de la iconografía pop.

La cultura pop de los sesenta incidirá también en la crisis de la arquitectura derivada del Movimiento Moderno, que termina feneciendo en 1972, según ocurrente y polémica opinión de Charles Jencks, el defensor de la arquitectura posmoderna. El interés por la comunicación que despierta la década alcanza al diseño arquitectónico que comenzará a preocuparse cada vez más por las posibilidades expresivas de la edificación.

La ciudad norteamericana de Las Vegas con un ambiente más que urbano de neón y valla publicitaria, es objeto de especulación teórica para Robert Venturi, uno de los arquitectos más influyentes de la segunda mitad de siglo. Comienza a tomar cuerpo la concepción del edificio como elemento comunicativo, casi publicitario, como si fuese un cartel. El diseño gráfico que parecía tan distante del diseño arquitectónico tiende a unirse en el mundo creado por la cultura pop. Una de las primeras obras importantes de Robert Venturi fue la casa para su madre en Chestnut Hill de 1962, que a pesar de su sencillez muestra abiertamente su crítica a la arquitectura del Movimiento Moderno, con algunas soluciones que se han convertido en tópicos con la difusión de la arquitectura posmoderna en los años setenta y su consagración en los ochenta.

La década de los años setenta se corresponde con el período de expansión de la arquitectura posmoderna, que como su nombre indica se produce una vez concluido el desarrollo de la arquitectura moderna creada en los años veinte. Pero no sólo es la que va después, es también en parte la que se opone recuperando muchos de los elementos contra los que ferozmente había luchado el Movimiento Moderno, y especial-

mente el historicismo y el decorativismo. A la vez incorpora al mundo de la arquitectura elementos nuevos como la publicidad, la ironía e incluso el humor. Con todos estos componentes va a crear un eclecticismo que caracterizará a la arquitectura de los últimos años. Todas las anteriores características está muy bien representadas en uno de los diseños ambientales más conocidos del movimiento posmoderno: la Plaza de Italia en Nueva Orleans proyectada por Charles Moore en la segunda mitad de los setenta.

El diseño de los muebles evoluciona por los mismos senderos. El sofá Puesta de Sol de Gaetano Pesce es todo un cúmulo de imagen figurativa, parlante, irónica, lúdica y llena de humor que lo muestra como heredero directo de la cultura pop.

El nuevo carácter propagandístico de la arquitectura queda puesto claramente de manifiesto en dos edificios levantados en París en las dos últimas décadas dedicados a la cultura y el patrimonio artístico. El primero es el Centro de Arte George Pompidou diseñado por los arquitectos Richard Rogers y Renzo Piano e inaugurado en 1977. Su espectacular exterior constituye una de las cotas más altas alcanzadas por un edificio propagandístico, cuya imagen incrustada en el viejo París en ningún caso puede pasar desapercibida. Su visión nos recuerda contradictoriamente una frase escrita a comienzos de los años treinta que decía: “Así como a los artistas del siglo XIV se les recuerda por sus catedrales, a los del siglo XX se les recordará por sus fábricas y por los productos de dichas fábricas” (Norman Bel Geddes). Aquí tenemos una “fábrica” convertida en centro promotor de la cultura artística.

Del edificio propagandístico de los setenta a otra construcción no menos publicitaria a los ochenta: la Pirámide del Museo del Louvre diseñada por Ieoh Ming Pei. Esta obra incorpora otro elemento de la década de los ochenta: la alta tecnología. Parece como si la arquitectura más reciente se moviera entre el progreso y la historia, entre la propaganda y el decorativismo, entre la parodia y la ironía.

Con la entrada de la década de los años ochenta se produce la consagración de la arquitectura posmoderna y del diseño posmoderno en general. El edificio considerado símbolo de la nueva arquitectura posmoderna ha sido el Portland, proyectado por Michael Graves y construido entre 1980 y 1982. Lo ha sido hasta el punto de convertirse en la cubierta de una famosa publicación dedicada a difundir el lenguaje de la arquitectura posmoderna. La imponente fachada del edificio Portland con su carga historicista y su refinamiento decorativo a base de composición, texturas y colores, es, sin lugar a dudas, una soberbia materialización de los postulados de la arquitectura más reciente.

Si en el campo del diseño arquitectónico se han producido grandes cambios, las transformaciones no han sido menos en el terreno del diseño de mobiliario. La estantería Charlton diseñada por Ettore Sottsass puede servir de magnífico ejemplo. Presentada en Milán el año 1981 –cuando el edificio Portland estaba en construcción– formando parte de los diseños de muebles para Memphis, evidencia cómo los aspectos funcionales quedan ya en un muy segundo término. El mueble se convierte en un puro objeto artístico, casi en una escultura, donde lo fundamental son las formas, los volúmenes y los colores muy por encima de su posible utilidad. Los cambios producidos en el diseño arquitectónico, y estos acaecidos en el diseño de muebles, ponen de manifiesto el abandono de los ideales del funcionalismo que habían marcado el rumbo del diseño en los años centrales del siglo XX.

La misma situación nos encontramos en otros tipos de diseño. El juego de té producido en cerámica y diseñado por Matteo Thun en 1981 para Memphis muestra la consideración esteticista y decorativista de la estética posmoderna, que centra todo el interés en la concepción del objeto como obra de arte relegando los aspectos funcionales a planos muy secundarios.

Esta tendencia estética se aprecia también en el campo de la indumentaria, del diseño de modas y tejidos.

Las telas y los vestidos pueden convertirse en una obra plástica de extraordinaria belleza valorando sus calidades, sus texturas, sus volúmenes o sus colores en manos de un diseñador como el japonés Issey Miyake.

Algunos diseñadores siguen manteniendo en la década de los ochenta cierta relación con el Movimiento Moderno, pero considerado ya como una fase más del proceso histórico y no como una alternativa a la historia que fue lo que pretendió. Aldo Rossi, que es más conocido como arquitecto y teórico que como diseñador de objetos, proyecta en 1984 su cafetera “La Cónica” para la firma italiana Alessi en base a una reelaboración casi manierista de los volúmenes geométricos esenciales propuestos en el campo del diseño por los pioneros del Racionalismo.

Todos estos aspectos inciden también en el campo del diseño gráfico, que se va a encontrar en esta última década fuertemente condicionado por la revolución tecnológica y más concretamente informática, que está revolucionando desde la tipografía al tratamiento de la imagen. Hablar de alta tecnología, de informática y de ordenadores es referirse a IBM. Para esta empresa realiza Paul Rand en 1982 un inteligente cartel en el que partiendo del logotipo de la firma –también creación suya–, mantiene la M final con sus características líneas azules y blancas, mientras sustituye la I y la B por un ojo y una abeja respectivamente, jugando con la similitud fonética en inglés de las letras con los nombres de las imágenes que las suplantán, que al mismo tiempo son símbolos iconográficos muy conocidos de inteligencia y laboriosidad. Una imagen genial de uno de los diseñadores gráficos más prestigiosos de todos los tiempos.

Los años ochenta han sido también los años del diseño en España, por eso queremos terminar con una pequeña referencia a los diseñadores españoles de la última década. En primer lugar vamos a mencionar a Ricardo Bofill, diseñador reconocido internacionalmente por sus aportaciones en el campo de la arquitectura y del urbanismo fundamentalmente. Dentro de la arquitectura posmoderna Ricardo Bofill representa la vertiente más clasicista, más historicista, la más preocupada por recuperar aquellos valores que puedan seguir siendo válidos en nuestros días. De entre sus obras vamos a mencionar el conjunto Antígona en Montpellier (Francia), en el que los edificios configuran una plaza cuya planta nos recuerda la más clásica de San Pedro de Roma, bien sea la de Bramante o la Miguel Ángel.

La segunda obra que vamos brevemente a comentar es un canapé bautizado con el nombre de “cheise longe” Espada. Se trata de un mueble muy estudiado con una estructura de arco metálico en forma de espada, que incorpora un tensor como el de los puentes colgantes, sobre el que descansa un asiento que puede levantarse como un puente levadizo. Con todas estas referencias a puentes parece claro que el autor del proyecto de este mueble será nuestro más prestigioso diseñador de puentes: Santiago Calatrava.

Para terminar definitivamente dos ejemplos del diseño de Javier Mariscal. El primero corresponde a la decoración interior del pub Duplex, con el famoso taburete del mismo nombre que viene a ser una reinterpretación desenfadada, alegre y divertida del diseño de tubo racionalista. El segundo ejemplo corresponde a la mascota de la Olimpiada de Barcelona: Cobi, diseñada en 1988 fundamentalmente como una imagen gráfica que tendrá una enorme difusión de aquí (21 de marzo de 1991) a 1992. Pero eso será ya el año que viene.

EMILIO ÁNGEL VILLANUEVA MUÑOZ,
Profesor Titular del Departamento
de Historia del Arte, Universidad de Granada.