

Un siglo de diseño gráfico en España

Raquel Pelta Resano

En el número especial de la revista *Experimenta* titulado *25 años de diseño gráfico español 1970-1995*, Alberto Corazón comentaba: «La gráfica es como un espejo. Y sólo con el paso del tiempo ese espejo va perdiendo el azogue, dejando de ser una simple superficie que transporta la imagen que hay ante ella para convertirse en otra cosa. La opacidad convierte a la gráfica en una manifestación más de eso que llamamos cultura»¹.

Efectivamente, la gráfica es siempre espejo en el que mirarse porque en él se reflejan las condiciones culturales, sociales, políticas, tecnológicas y económicas que ha vivido un país –en este caso el nuestro–; y es que la difícil trayectoria que ha seguido el diseño gráfico en España –y que ahora, al final de la década de los noventa comienza a dar los primeros síntomas de normalidad–, no es más que una muestra del complejo discurrir histórico español, determinado por un proceso de industrialización tardío, una reforma agraria fallida, dos dictaduras, una guerra civil y dos períodos de democracia, uno de ellos –el actual– marcado por una transición que no ha sido nada sencilla.

Los avatares sufridos por una profesión que ha tardado en cristalizar más tiempo que en otros países europeos –y pensemos que en España puede hablarse de diseño en un sentido estricto desde hace casi tan sólo unos veinticinco años– han tenido, tal vez, como consecuencia, el desinterés por parte de historiadores y críticos hacia lo que ha resultado ser una disciplina tan ecléctica que resulta harto complicado situarla de manera clara en un territorio concreto porque se halla en las fronteras entre el arte, la publicidad, el *marketing*, la tecnología de la información o la teoría de la comunicación, por no mencionar otros campos en los que, con toda seguridad, también cabría. Quizá por ello, en nuestro país, existe un notable vacío de estudios que aborden con rigor una historia que todavía hay que construir, despejar o poner en cuestión.

Si intentamos acercarnos a esa historia del diseño gráfico español a lo largo del siglo XX, deberíamos partir de las tres primeras décadas, en las

¹ Alberto Corazón, «Dar forma al futuro», *Experimenta*. 25 años de diseño gráfico español 1970-1995, Madrid, *Experimenta ediciones de diseño*, 1996, p. 9.

que los escasos especialistas en la materia han visto una edad dorada que tendría sus hitos en el modernismo –que arraigó con profundidad especialmente en Cataluña desde 1885 aproximadamente–, en los años veinte con el *art déco* y en la Segunda República.

El modernismo –cuyo desarrollo fue paralelo al de la industria catalana y al ascenso de una burguesía emprendedora– se manifestó con extraordinaria riqueza en el mundo de las artes gráficas. En este aspecto, significó, sobre todo, una revolución de la estética editorial, –con especial énfasis en el libro y los ex-libris–, en la que tuvo un importante papel la renovación tipográfica –y aquí cabe citar a Eudald Canivell– y la ilustración decorativa –pensada en función del texto– con figuras tan representativas como Apelles Mestres, J. Pascó, Alejandro de Riquer y José Luis Pellicer, en Barcelona o Eulogio Varela y Sartorio, Chiorino, José Arija, Ochoa y un jovencísimo Juan Gris, en Madrid, quienes partiendo de un realismo literal irán evolucionando hacia formas estilizadas en las que tienen clara influencia la xilografía japonesa, el prerrafaelismo y el simbolismo, con una conexión directa con artistas internacionales como Aubrey Beardsley, Alphonse Mucha, Toulouse-Lautrec y Steinlen, por sólo citar a unos cuantos.

En el seno del modernismo adquirirá también notable protagonismo un nuevo género que irá ganando terreno a medida que vaya aumentando la necesidad de inducir al consumo: el cartel –y en esa parcela hay que destacar a Ramón Casas–. Junto a ese nuevo medio de masas, será en el anuncio comercial, la tarjeta o el pequeño impreso, donde se llevará a cabo una ruptura con las reglas tradicionales de la tipografía, algo que no es más que una consecuencia del afán de novedad que poseyó al movimiento y que, como resultado, consiguió que la letra alcanzara un carácter moderno y se inscribiera en el seno de la evolución artística contemporánea.

Los años veinte, pese a la dictadura del general Primo de Rivera, serán también años florecientes para la gráfica española. En una etapa de relativa calma social, de escaso compromiso político por parte de los intelectuales y de depresión del movimiento obrero, se produjeron, sin embargo, cambios que abarcaron desde cierto desarrollo económico y una urbanización acelerada hasta una tímida conquista de nuevos papeles por parte de las mujeres.

Las artes plásticas vieron el comienzo de una balbuceante vanguardia que se concretaría en la celebración del Salón de Artistas Ibéricos en 1925 –con una repercusión pública más bien escasa– mientras que las artes gráficas contaron con algunos momentos interesantes de riesgo estético gracias a formaciones de corta duración –pero de notoria presencia para la historia del diseño español– como el ultraísmo que, a través de sus

publicaciones, se aproximó a la estética de los caligramas de Apollinaire, al futurismo con su «palabra en libertad», al expresionismo alemán —a través de las xilografías de Norah Borges— y al dadaísmo.

Por lo que se refiere al diseño gráfico más popular, fueron años protagonizados por un creciente número de profesionales que llenaron tanto el mundo editorial como el publicitario de un *art déco* especial, algo distinto al europeo en sus formas y temas pero también relacionado con él, aunque fuera sólo en la superficie, pues como ha indicado Estrella de Diego, refiriéndose más concretamente al que se desarrolló en Madrid, nuestro *art déco* «es una especie de híbrido entre lo castizo, la herencia finisecular asumida y los modelos europeos que se copian en lo superficial»². Como ha señalado Enric Satué, son los años del «estilo galante»³ y de la consagración de Bartolozzi, Sancha, Loygorri, Enrique Varela de Seijas, Ribas, Penagos, Echea, Emilio Ferrer, Emili Vilà, Eduard Jener, José Segrelles, Teodoro Delgado, Antequera Azpiri, Baldrich y A.T.C., entre otros, que elevaron el cartelismo y, en general, la publicidad a uno de sus peldaños más altos, gracias, sobre todo, al protagonismo alcanzado por una ilustración de inmejorable calidad.

Los años treinta fueron para España, como para el resto de Europa, años de convulsión. La proclamación de la Segunda República el 14 de abril de 1931 suscitará, en un marco de mayor libertad de expresión, temas de debate antes silenciados como será el del arte y compromiso. Se crean asociaciones, agrupaciones de artistas que en algunos casos unirán la condición artística y política; las distintas posturas ideológicas darán lugar a multitud de publicaciones, entre las que cabe citar *Cruz y Raya*, *Estudios*, (ya existente desde los años veinte pero que ahora se renueva en su diseño), *L'Hora*, *Gaceta de Arte*, *Art*, *A.C.*, *Octubre*, *Leviatán*, etc., que respondieron en sus contenidos y diseño a las inquietudes de un público interesado en cuestiones que podríamos llamar de vanguardia. A través de organizaciones como el GATCPAC, se dieron a conocer en nuestro país las realizaciones de la Bauhaus y, debido en gran parte a la actuación de figuras como el crítico de arte y director de la publicación tinerfeña *Gaceta de Arte* Eduardo Westerdahl, se difundieron la Nueva Tipografía y el trabajo de Jan Tschichold.

Fueron muchos los artistas que decidieron colaborar con esas revistas, conscientes de la gran influencia que habían alcanzado estos medios desde

² Estrella de Diego, «El Déco. Los ilustradores en Madrid», Madrid, Villa de Madrid, núm. 78, 1983, IV.

³ Enric Satué, *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*, Madrid, Alianza Editorial, 1997, p. 236.

los años veinte. Vieron en ellas un canal de primer orden para hacer llegar al público las distintas posiciones ante el arte, superando así los estrechos límites de las exposiciones. Entre ellos podemos citar a José Caballero, Enrique Climent, Ramón Gaya, Hipólito Hidalgo de Caviedes, Nicolás Lekuona, Maruja Mallo, Carlos Maside, Miguel Prieto, Alberto Sánchez y Arturo Souto. La gráfica, para ellos, además de cumplir un papel utilitario, será un medio de comunicación directo e impactante.

Paralelamente continuarán existiendo publicaciones como la barcelonesa, ya veterana, *D'Ací i d'allà*, que en 1932 inicia una nueva etapa con renovada maqueta, y la madrileña *Blanco y Negro*, que contarán con selectas colaboraciones y que acusan, también en su diseño, la influencia de las vanguardias.

Los años republicanos presencian, asimismo, el asentamiento de profesionales extranjeros: Franz Schuwer, Will Faber, Knoll, Geza Zsolt, Frisco, Leopoldo Zeller, Mauricio Amster y Mariano Rawicz introducirán nuevas técnicas tipográficas, ilustrativas (el uso del aerógrafo) y fotográficas (entre ellas el fotomontaje) y un mejor conocimiento del oficio, gracias a una formación –de la que en nuestro país se carecía– adquirida en sus países de origen, lo que contribuyó a elevar la calidad de la publicidad, el diseño de prensa diaria y de revistas e influyó notablemente en otros profesionales como Enric Crous Vidal, Josep Renau, Ramón Puyol, Helios Gómez, Monleón o Josep Sala.

En esta visión panorámica de los años treinta, no podemos olvidarnos de un fenómeno que tuvo una importancia inusitada: el cartelismo, que conocerá en esta época uno de sus momentos más brillantes. Por la misma esencia del género, incorpora muchos de los hallazgos de la vanguardia, aunque nunca en estado puro, y se convierte, de esta manera, en un importante vehículo transmisor de la misma. Así, los grafistas asumen las soluciones técnicas y formales del cubismo, la estética racionalista, el futurismo, etc, que hábilmente integran en un *art déco* al que el público ya estaba acostumbrado y cuya simplificación geométrica se había convertido en símbolo triunfante de modernidad.

Junto a los nombres citados arriba, seguirán sonando los de quienes habían triunfado en la década anterior: Bartolozzi, Penagos o Ribas, a los que se añaden Antoni Clavé, Félix Alonso, Emili Grau-Sala, Juan Antonio Morales, Morell, Teodoro Delgado, José Espert, Manolo Prieto, Antequera Azpiri, Ramón Peinador, Evarist Mora y Arturo Ballester.

La Guerra Civil supuso para los dos bandos contendientes una actividad muy intensa de claro componente propagandístico. La imagen seriada alcanza entonces un protagonismo extraordinario; convertida en un arma