

ofrece *L'Intransigent*. La efectividad formal y semántica queda, en buena medida, sometida a una orientación intencionadamente unilateral de los contenidos, cosa que, sin duda, está de más en el cuadro de Juan Gris.

2. La creación en los diversos campos del diseño no ha sido en absoluto ajena a las novedades aportadas por los artistas plásticos, ni éstos han dejado de verse influidos por el imparable poder de incursión del diseño en la cultura visual. Sin embargo, ese intercambio no es el factor que ha acabado por ser determinante en la historiografía del diseño, puesto que las condiciones que explican los desarrollos de estos campos diversos de creación son ciertamente muy distintas. Existen, por ejemplo, reglas de evolución en el campo de los logotipos o de las imágenes corporativas que carecen de transcripción posible en la historia de los estilos artísticos. La noción de perfectibilidad tiene en la edad contemporánea significados divergentes para el terreno de lo artístico y para el del diseño. Por eso, del tratamiento de este objeto de estudio historiográfico sometido a periodizaciones muy cercanas a las de la historia del arte, se ha pasado en poco tiempo a la definición de una disciplina propia, no sólo con una incipiente autonomía científica, sino con una pluralidad de especialidades.

El cartelismo es el área del diseño gráfico más estudiada por la historiografía. Otras tareas que conciernen a los diseñadores componen los otros campos de estudio que precisan de retrospectiva histórica: la identidad corporativa, la señalización, la tipografía, la edición en todas sus vertientes, el llamado *packaging*, diseño de envases, máquinas, muebles, electrodomésticos, páginas web, multimedia, etc. En España es mucho lo que se ha hecho en la última década por avanzar en el conocimiento y la reconstrucción de la historia propia en la mayoría de los terrenos del diseño. Las exposiciones retrospectivas de episodios memorables del diseño, del orden de las que ha realizado el Instituto Valenciano de Arte Moderno desde su creación, han contribuido notablemente a este adelanto. Muestras como las que se han dedicado a la obra de Ricard Giralt Miracle, Diego Lara o a las portadas de discos de jazz son un ejemplo. Otro más llamativo fue la enorme exposición *Diseño industrial en España* que organizó el Reina Sofía en 1998. También el despegue paulatino de la teoría y la historiografía del diseño industrial y gráfico como disciplina en las aulas de la universidad, es síntoma de cambios en la consideración de un área de conocimiento tradicionalmente ligada al aprendizaje práctico. Por otro lado, revistas especializadas como *Experimenta*, que se publica en Madrid desde hace diez años, y la barcelonesa *On Diseño*, por ejemplo, aportan en cada número estudios históricos.

El ensayo asiste igualmente a la competencia disciplinar. Los conocedores coinciden por lo común con quienes tienen en el diseño su propio campo de trabajo práctico. Por así decir, la literatura queda aún muy cerca del oficio. Arquitectos y diseñadores, como Luis Feduchi, Oriol Bohigas, André Ricard, Juli Capella, Quim Larrea, José María Cerezo y Albert Isern han cultivado el ensayo historiográfico. Principalmente han sido los autores catalanes los que en España han dominado en la teoría y la historiografía del diseño, lo mismo, cómo no, que en la práctica.

Uno de los principales estudiosos, cuya última entrega ha sido una historia general del diseño gráfico español, es el también catalán Enric Satué. Su libro *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*, aparecido en 1997, es una extensa aproximación historiográfica al tema. Enric Satué, inicialmente también diseñador gráfico, ha sido el primero en redactar esta historia, un libro que ha madurado después de haber acometido otros muchos ensayos. El interés del texto es grande, puesto que establece las bases del desarrollo disciplinar de una forma que, por ejemplo, está prácticamente por hacer en el campo de la historiografía del diseño industrial español. La opción tomada por Satué ha sido la de rehuir la proximidad con la sociología del arte o con la historiografía de las formas y ajustarse a la presentación retrospectiva de los diversos campos de trabajo del diseño gráfico en capítulos separados.

Especialidades tales como la personalización de los rasgos gráficos de productos de consumo, las imágenes de identificación corporativa, el diseño de tipografías, de señalizaciones, de periódicos, libros, revistas, naipes, el campo del cartel o del anuncio comercial y cualesquiera otras vertientes particulares de la comunicación visual por medio de la imagen gráfica componen su propio apartado en el libro. Esto permite afrontar en todo momento la historia de las imágenes en relación a las tareas que conciernen a sus tipologías. Esto es, las expectativas históricas se reconstruyen atendiendo a los recursos utilizados o no utilizados dentro de campos con posibilidades y funciones concretas. Reconocer la intención estética del diseño gráfico es algo necesariamente sencillo. Al fin y al cabo se trata de un ámbito de la comunicación caracterizado por su elocuencia. Pero la identificación de propósitos, la explicación de las opciones, de las secuencias de manifestaciones que se suceden, si bien puede realizarse con una solvencia que envidiaría cualquier historiador del arte para sus propios estudios, se ve fácilmente complicada por la irreductible multiplicidad de exponentes con los que topa el historiador del diseño. La selección de los objetos de estudio es muy difícil de establecer en un ámbito tan amplio y desemejante como éste. Por eso, el camino del medio se hace muy tentador. Conducir la explicación

historiográfica hacia la crónica de anécdotas y hechos sonados y hacia los índices onomásticos sitúa el discurso en una posición acrítica que abunda demasiado en los estudios históricos del diseño.

Al menos desde los años treinta, pero muy singularmente en las tres últimas décadas, el diseño ha conocido en España un desarrollo vertiginoso, que ha ido incluso por delante del progreso económico del país. El diseño es por sí mismo una compleja industria sometida a constantes modificaciones tecnológicas. El dominio que ejerce sobre la comunicación visual y sobre nuestros hábitos perceptivos hace más necesario que nunca el profundizar críticamente en su conocimiento. El cultivo del discurso historiográfico sobre el diseño es un reto que no tiene por qué afectar exclusivamente a los profesionales del sector. Muy por el contrario, la historia de las artes visuales tiene mucho que aprender de este reciente campo de estudio, puesto que el modo de explicación historiográfica que reclama el diseño es tan innovador como la propia disciplina profesional.

And be it hereby enacted,
that the Mayors, Bailiffs
or other head Officers of
every Town or Place cor-
porate, being a Justice

Thorowgood, 1824.