



IVAM CENTRE JULIO GONZÁLEZ

Exposición: ***Diseño gráfico en la Era Mecánica: la Colección Merrill C. Berman***

IVAM Centre Julio González
24 junio – 3 octubre 1999

Comisarias: Darra Goldstein, Ellen Lupton y Deborah Rothschild

Organiza: Williams College Museum of Art, Williamstown, Massachusetts

Patrocina: Mead Corporation. The Andrew W. Mellon Foundation

Coproducen: Cooper-Hewitt National Design Museum, Smithsonian Museum, Nueva York
IVAM Centre Julio González, Valencia

Itinerancia: Williams College Museum of Art
Cooper-Hewitt National Design Museum, Nueva York
The Henry Art Gallery, University of Washington, Seattle
IVAM Centre Julio González
Suntory and Kawasaki Museums, Japón

La exposición *Diseño Gráfico en la Era Mecánica: la Colección Merrill C. Berman* está formada por unos 200 ejemplos de diseño gráfico, de los que un buen número no ha sido publicado o expuesto con anterioridad, representativos del periodo de entreguerras, procedentes de la amplia colección de Merrill C. Berman en Scarsdale, Nueva York. La exposición agrupa los diseños gráficos en cuatro secciones temáticas: Diseño y Vanguardia, Diseño y Comercio, Diseño y Cambio Social, y Diseño y Política. El catálogo editado con motivo de la exposición reproduce la totalidad de las obras expuestas y contiene una introducción de Maud Lavin y textos de las comisarias: Deborah Rothschild y Darra Goldstein, catedrática de Alemán y Ruso, ambas del Williams College, y Ellen Lupton, conservadora adjunta de diseño contemporáneo en el Cooper Hewitt National Design Museum, Smithsonian Institution, profesora de diseño gráfico en el Maryland Institute; ejerce además como diseñadora gráfica.



La colección Merrill C. Berman, una de las más importantes colecciones dedicada al tema del diseño gráfico, está formada por más de 20.000 piezas y ha desempeñado un papel de gran importancia en la historia del diseño a lo largo de este siglo. En la muestra se pueden contemplar singulares carteles, anuncios, maquetas, pasquines, y algunos de los mejores fotomontajes y *collages* de los más conocidos artistas de Rusia, Europa y América entre los que se incluyen a El Lissitzky, Alexander Rodchenko, Kurt Schwitters, Oskar Schlemmer, Man Ray y Theo van Doesburg. También están representados importantes, aunque no tan conocidos, diseñadores gráficos como Jan Tschichold, Solomon Telingater, Hendrik Werkman, Bart van der Leek, Lester Beall y Marianne Brandt, entre otros.

“En los años veinte y treinta muchos artistas de vanguardia en Europa y en Rusia intervinieron en el diseño gráfico. Aplicaron sus experimentos formales y teóricos al trabajo práctico de la publicidad, el comercio, la difusión y la propaganda” - como indica Deborah Rothschild. “Combinando cubismo y constructivismo con la nueva tipografía y los avances en la reproducción fotomecánica, los artistas gráficos crearon carteles y diseñaron elementos y objetos para captar la atención del espectador y hacer que las ideas fueran comprensibles instantáneamente ... Estos artistas emplearon su talento para vender de todo, desde aceite para ensaladas o cigarrillos, hasta ideas comunistas, la utopía socialista o la misma vanguardia ... Los importantes carteles que produjeron durante este periodo - una edad de oro del diseño gráfico- están en el origen de cuanto hoy podemos ver en televisión, revistas y en Internet.”

La exposición examina las aportaciones del diseño de vanguardia en los carteles y en la publicidad, la evolución de las técnicas de producción del diseño en la era mecánica y la autopromoción de las vanguardias. Las obras se presentan agrupadas en cuatro secciones:

Diseño y Vanguardia

Al iniciarse el siglo XX, los artistas de vanguardia exploraron las formas y las tecnologías de los medios de comunicación de masas. Nacido en 1909, el Futurismo italiano rechazaba el pasado y glorificaba la era de la máquina – automóviles, aeroplanos, la velocidad y la guerra. Dadá, dedicado a destruir el status quo, surgió en Zurich en 1916 y a continuación en Nueva York, Berlín y París, como reacción ante el absurdo y el horror de la Primera Guerra Mundial. Los poetas futuristas y dadaístas dispersaron diferentes estilos y orientaciones de los tipos a través de las páginas, empleando las técnicas de la publicidad y las estrategias literarias. En Rusia, los constructivistas combinaron ideas de la pintura abstracta con la tipografía experimental en los primeros años veinte, creando un nuevo lenguaje de uso público.

Diseño y Comercio

Los radicales experimentos de los artistas de vanguardia abrieron nuevas vías a la expresión visual en los ámbitos de la publicidad, de la impresión y de la propaganda. En la Unión Soviética, Alexander Rodchenko y Vladimir Maiakovski publicitaron los logros del estado en los primeros años veinte empleando tipos de gran escala y motivos abstractos. En 1928 Jan Tschichold publicó en Berlín su libro *La Nueva Tipografía*,

donde mostraba cómo los deliberados y subversivos experimentos poéticos del futurismo y de Dadá conformaron las bases de una racional y funcional aproximación al diseño de material impreso para los negocios y la industria. En Francia, el artista y cartelista Cassandre expresó el dinamismo de la era mecánica con contundente y estilizada imaginaria. Su publicidad revela tanto la influencia de la pintura cubista como el deseo de inundar los sentidos del espectador con formas visuales explosivas.

Diseño y Cambio Social

Desde la Unión Soviética a Europa y los Estados Unidos, las naciones desarrollaron en los años veinte y treinta complejas infraestructuras para proporcionar energía, agua y bienes de consumo a la gran parte de la población. Los fotomontajes de Gustav Klucis incitaban al aumento de la productividad en la URSS al mismo tiempo que las exposiciones diseñadas por El Lissitzky promocionaban el progreso social del Soviet entre las audiencias europeas. Carteles en Rusia, Alemania, Francia, etc., abogaban por el ejercicio físico y por la higiene personal y doméstica. Este consenso internacional por la salud corporal y por una vida más simple se reflejó en los nuevos estilos del diseño que favorecieron las sobrias formas geométricas sobre las ricas decoraciones. En Estados Unidos destacó la figura de Lester Beall, que promocionó diferentes proyectos de obras públicas en los años treinta.

Diseño y Política

Los artistas modernos han empleado el cartel y otras formas publicitarias en su participación en las convulsiones políticas de su tiempo. En respuesta a la revolución rusa de 1917 y a la guerra civil que la siguió, los artistas que trabajaban para la Agencia Rusa de Telégrafos (ROSTA) crearon carteles informativos destinados a espacios públicos. Si los carteles del ROSTA estaban hechos a mano o impresos con toscas plantillas, diseñadores como Gustav Klucis y Mijail Razulevich emplearon fotomontajes reproducidos mecánicamente al servicio del estado soviético en los años 20 y 30. En Alemania John Heartfield empleó el fotomontaje en su propaganda contra la ascensión del nazismo; a través de la combinación de elementos fotográficos con ingeniosas citas sacadas de los medios de comunicación, consiguió estimular la oposición política.