

20

El estilo tipográfico internacional

Durante los años cincuenta apareció en Suiza un estilo de diseño que ha sido llamado diseño suizo o, más propiamente, el Estilo Tipográfico Internacional. La claridad objetiva de este movimiento ganó partidarios en todo el mundo. Su enfoque del diseño gráfico persistió como una fuerza importante por más de 20 años, un período de vitalidad más largo que el de la mayor parte de los movimientos artísticos del siglo xx. Los detractores del Estilo Tipográfico Internacional se quejan de que éste se basa en una fórmula y da por resultado una uniformidad de soluciones. Sus defensores arguyen que la pureza de los medios y la legibilidad de la comunicación facultan al diseñador para lograr una perfección

imprecedera de la forma y señalan la gama inventiva de soluciones por parte de profesionales sobresalientes como una evidencia de que ni la fórmula ni la uniformidad son innatas de este estilo, excepto en manos de talentos menores.

Las características visuales de este estilo internacional incluyen: unidad visual del diseño, lograda por medio de la organización asimétrica de los elementos del diseño sobre una red dibujada matemáticamente; el uso de tipos *sans-serif* (particularmente del tipo Helvética, tras su introducción en el año 1957); series de tipografía en una configuración de márgenes nivelados del lado izquierdo e irregulares del lado derecho; fotografía y original objetivos, que presentan información visual y verbal de manera clara e

imparcial, libre de las afirmaciones exageradas de gran parte de la propaganda y de los anuncios comerciales. Más importante que la apariencia visual de su trabajo es la actitud desarrollada por los pioneros de este movimiento. El diseño es definido como una actividad socialmente útil e importante. La expresión personal y las soluciones excéntricas son rechazadas en favor de un enfoque más universal y científico, para resolver los problemas de diseño. El diseñador define su papel no como el de un artista, sino como el de un conductor objetivo para difundir la información importante entre los componentes de la sociedad. La claridad y el orden constituyen el ideal. Los iniciadores de este estilo piensan que la tipografía *sans-serif* expresa el

espíritu de la época actual y que las redes matemáticas son los medios más legibles y armoniosos para estructurar la información.

PIONEROS DEL MOVIMIENTO SUIZO

Más que en cualquier otro individuo, la calidad y la disciplina encontradas en el movimiento del diseño suizo pueden ser rastreadas a través de Ernst Keller (1891-1968). En el año 1918, Keller tenía 27 años cuando se unió a la *Kunstgewerbeschule* de Zurich ("Escuela de Arte Aplicado") para impartir el curso de composición publicitaria. A partir de este modesto inicio, Keller elaboró un curso profesional completo de diseño y tipografía, que encabezó el programa hasta el año 1956. Tanto en la enseñanza como en sus propios proyectos creativos de rotulación, marcas de fábrica y diseño de carteles, Keller estableció una norma de excelencia en el curso de más de cuatro décadas. Más que casarse con un estilo específico, Keller opinaba que la solución a los problemas de diseño debía surgir del contenido. Su obra abarca una gama de soluciones diversas. Su cartel del año 1931 para una exposición de arquitectura de Walter Gropius muestra una mano de contornos geométricos, sujetando una llana de albañil. El cartel para una exposición del año 1948 es bastante distinto, con alusiones casi medievales y un balance simétrico riguroso. Hombre cortés y sencillo, Keller inició un clima de excelencia en el diseño gráfico suizo que continúa por más de un cuarto de siglo después de su muerte.

Las raíces del Estilo Tipográfico Internacional provienen de la corriente *De Stijl*, la Bauhaus y la nueva tipografía de los años veinte y treinta. Dos de los eslabones principales entre el primer diseño gráfico constructivista y el nuevo movimiento formado después de la Segunda Guerra Mundial, son dos diseñadores suizos que estudiaron en la Bauhaus: Théo Ballmer



(1902-1965) y Max Bill (1908).

En el año 1928, Théo Ballmer realizó una aplicación original de los principios *De Stijl* al diseño gráfico, al usar una red aritmética de líneas horizontales y verticales. Nacido en Laussane, Suiza, Ballmer estudió diseño en la secundaria y trabajó para una firma impresora local antes de viajar a Zurich para estudiar con Ernst Keller. En el año 1928, los diseños de los carteles de Ballmer alcanzaron un alto grado de armonía formal, ya que él empleaba una red

Figura 20.1. Cartel para una exposición (1931), de Ernst Keller. Las diagonales dinámicas y la imagen construida matemáticamente expresan de manera apropiada la arquitectura moderna. *Kunstgewerbemuseum der Stadt Zurich, en Suiza.*

ordenada para construir formas visuales. En el cartel *büro*, tanto el trabajo en negro como su "reflejo" en rojo están cuidadosamente elaborados sobre la cuadrícula subyacente. El otro rótulo de este cartel muestra una comprensión de los experimentos de Van Doesburg con



Figura 20.2. Cartel para una exhibición (1948), de Ernst Keller. El escudo de un pueblo medieval y las letras labradas toscamente con serifs caligráficos proyectan un sentimiento del viejo mundo tradicional, adecuado a la naturaleza de la exposición. *Kunstgewerbemuseum der Stadt Zurich, en Suiza.*

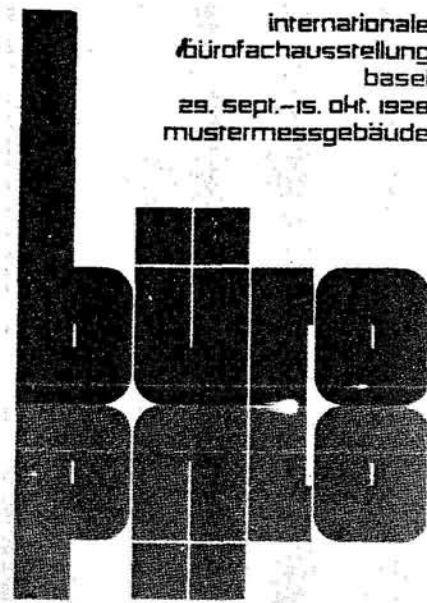


Figura 20.3. Cartel para *büro*, año 1928, de Théo Ballmer. Los rastros de los cuadrados de la red usados para construir este cartel permanecen como delgadas líneas blancas entre las letras. *Reinhold Brown Gallery, en Nueva York.*



Figura 20.4. Cartel para *norm*, año 1928, de Théo Ballmer. A diferencia de las horizontales y las verticales asimétricas de las pinturas de Mondrian, Ballmer empleó una estructura de construcción absolutamente matemática. *Reinhold Brown Gallery, en Nueva York.*

letras geométricas. Sin embargo, la rotulación de Ballmer es más refinada y graciosa. Mientras que la red usada para construir el cartel *büro* es invisible, en el cartel *norm* la cuadrícula se convierte en un tema visual. Ballmer estudió brevemente en la Bauhaus de Dessau con Klee, Gropius y Meyer a finales de los años veinte. En el año 1931, Ballmer se unió al profesorado de la *Kunstgewerbeschule* en Basilea, donde permaneció por más de 30 años. Durante el curso de los años treinta, la obra de Ballmer se volvió cada vez más ilustrativa; creó su trabajo más innovador a fines de los años veinte.

Max Bill asistió a la Bauhaus desde el año 1927 hasta el año 1929 y estudió junto con Gropius, Meyer, Moholy-Nagy, Josef Albers y Kandinski. Bill se trasladó a Zurich e inició en su tierra natal, una carrera que abarcaba la pintura, escultura y arquitectura, así como el diseño gráfico, de productos y de exposiciones. En el año de 1931 —cuando se adhirió a los conceptos del arte concreto—, comenzó a

encontrar su camino claramente. Once meses antes de su muerte, Théo van Doesburg formuló el *Manifiesto del arte concreto* en abril de 1930, el cual clamaba por un arte universal de claridad absoluta. La construcción aritmética de la pintura controlada visualmente sería completamente creada a partir de elementos puros, visuales, esto es, de planos y colores. Estos elementos puros, sin otro significado que el de sí mismos, dan por resultado una pintura que no contiene ningún significado, excepto el de sí misma. Desde luego, el diseño gráfico es la antítesis de este concepto en el sentido de que, cuando no posee un significado simbólico o semántico, el diseño gráfico deja de ser una forma de comunicación gráfica y se convierte en una expresión de las bellas artes. Pero, como se puede ver en los diseños de los carteles de Bill, la estética del arte concreto puede ser aplicada a los problemas del diseño gráfico. Sus composiciones están construidas con elementos geométricos esenciales, organizados con un orden absoluto.



Figura 20.5. Cartel para una exhibición y venta de Navidad (1940), de Max Bill. Las figuras positivas y negativas dinámicas, así como una exquisita armonía visual son creadas por medio de la repetición de formas en estrella y el alineamiento cuidadoso de puntas y bordes. *Reinhold Brown Gallery, en Nueva York.*



Figura 20.6. Sobrecubierta tipográfica, año 1942, de Max Bill. Por medio del alineamiento de letras debajo del centro de la página se logra una precisión matemática, crea armonía y orden en una composición asimétrica informal. Dos estilos de tipo Akzidenz Grotesk (estándar) reflejan la geometría funcional de la arquitectura en el libro. Durante los años 50, este estilo de tipos fue ampliamente utilizado por los diseñadores suizos.



Figura 20.7. Cartel de exposición, año 1945, de Max Bill. Al equilibrar cuidadosamente las fotografías con forma de diamante en una red, Bill casi crea el efecto de una flecha que explota. Es decir, algunos de los diamantes que formarían una gran cuña compuesta por fotografías han sido excluidas del fondo blanco para balancear la figura y el fondo. Colección de Carteles, Biblioteca del Congreso, en Washington, D. C.



Figura 20.8. Cartel para exposición (1951), de Max Bill. Bill empleó dos tipos de diferente tamaño para formar una cruz, después repitió esta configuración en un tipo más pequeño. Se establece una jerarquía de información y la profundidad está implícita por medio de los tamaños descendentes de la tipografía. Colección de Carteles, Biblioteca del Congreso, en Washington, D. C.

Mientras los años treinta fueron seguidos por los años de guerra y Suiza se mantenía neutral en medio de una Europa destruida, Bill jugó un papel importante al aplicar un ideal constructivista en el diseño gráfico. La proporción matemática, la división espacial geométrica y el empleo del tipo Akzidenz Grotesque (particularmente el de negrura media) son aspectos de su trabajo en este periodo. También exploró la utilización del margen derecho irregular y en algunos de sus diseños de libros de los años cuarenta señaló párrafos por medio de un intervalo de espacio en lugar de un párrafo con sangría.

La evolución del arte y el diseño de Bill estaba basada en el desarrollo de principios coherentes de la organización visual. La división lineal del espacio en partes armoniosas, el uso de redes modulares, progresiones, permutaciones y secuencias aritméticas y geométricas y el equilibrio de relaciones

contrastantes y complementarias en un todo ordenado son inquietudes importantes. En el año 1949, escribió: "Soy de la opinión de que es posible desarrollar un arte con base en el pensamiento matemático".

En el año 1950, Bill se vio involucrado en el proyecto del plan de estudios y de los edificios para la *Hochschule für Gestaltung* ("Instituto de Diseño") en Ulm, Alemania. Esta escuela, que operó hasta el año 1968, intentó establecer un centro de investigación y prácticas dirigido hacia los problemas de diseño de la época, así como para satisfacer una necesidad que se había padecido desde el cierre de la Bauhaus. Bill abandonó la dirección de Ulm en el año 1956 y la escuela evolucionó junto con los avances científicos y metodológicos para la solución de problemas de diseño.

En contrapunto con la evolución de Max Bill hacia un enfoque fuertemente purista del diseño gráfico durante los años treinta y

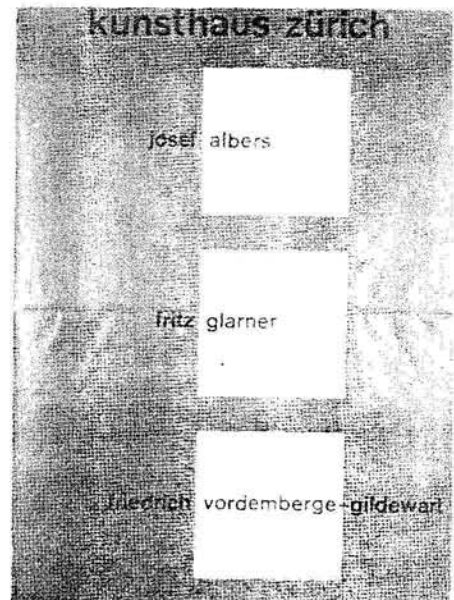


Figura 20.9. Cartel para exhibición (1956), de Max Bill. Para una exposición de tres artistas en la cual todos trabajaban con la abstracción geométrica, Bill alineó tres cuadrados blancos conteniendo los apellidos de los artistas sobre un campo color púrpura. Este cartel es un ejemplo del naciente concepto suizo de usar el mínimo de medios necesarios para presentar objetivamente la información. Colección de Carteles, Biblioteca del Congreso, en Washington, D. C.

cuarenta, en este periodo también hubo una vigorosa tendencia hacia la complejidad en el diseño gráfico. Esto es evidente en la obra de Lester Beall.

Durante la misma época, dentro del diseño suizo, Max Huber (nacido en 1919) introdujo una extraordinaria vitalidad y complejidad en su trabajo. Después de estudiar las ideas formales de la Bauhaus y de experimentar con el fotomontaje como estudiante en la Escuela de Artes y Oficios de Zurich, Huber se trasladó al sur de Milán, Italia, e inició su carrera. Al regresar a su natal Suiza durante el periodo más lóbrego de la guerra, Huber colaboró con Max Bill en proyectos de diseño de exposiciones. Tras su regreso a Italia en el año 1946, Huber produjo gráficos deslumbrantes. Combinaba matices brillantes, puros, con fotografías en organizaciones visuales complejas, intensas. Huber aprovechaba la transparencia de las tintas de impresión para diseñar formas e imágenes que se sobreponían para crear capas de información. Algunas veces los diseños de Huber parecen estar al borde del caos, pero en ellos siempre se encuentra un equilibrio que ayuda a mantener orden en medio de una gran complejidad.

GRÁFICOS FUNCIONALES PARA LA CIENCIA

Anton Stankowski (1906), de origen alemán, trabajó como diseñador gráfico en Zurich desde el año 1929 hasta el año 1937, donde disfrutó del contacto cercano con muchos de los principales artistas y diseñadores de Suiza, incluyendo a Max Bill, Herbert Matter y Richard P. Lohse. Durante su estancia en Zurich, Stankowski innovó en la fotografía, el fotomontaje y el manejo de las imágenes en el cuarto oscuro. Los modelos y las formas visuales fueron explorados en sus fotografías de objetos comunes en acercamiento cuya textura y detalle fueron transformados en imágenes abstractas.



Figura 20.10. Cartel para la Carrera Automovilística de Monza (1948), de Max Huber. La tipografía que corre hacia atrás en perspectiva y las flechas que corren hacia adelante dan profundidad a la página impresa.

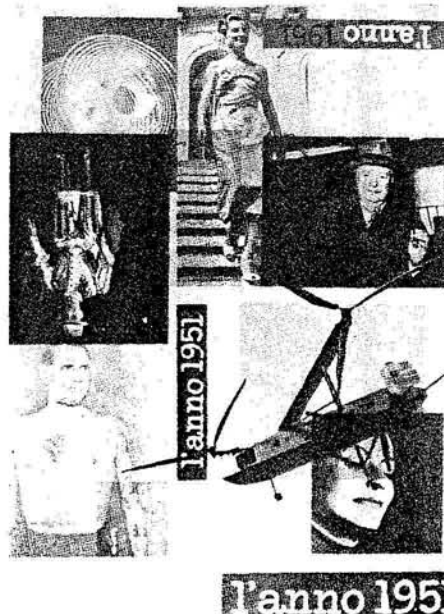


Figura 20.11. Cubierta del Libro del año (1951), de Max Huber. Un balance informal de medios tonos impresos en colores rojo, negro y azul se combina con los rectángulos de color amarillo para convertir el espacio en un campo cargado de energía.

En el año 1937, Stankowski se trasladó a Stuttgart, Alemania, donde ha estado activo como pintor y diseñador gráfico por más de cuatro décadas. Stankowski se involucra en un diálogo entre su pintura y su diseño. A menudo, las ideas del color y de la forma que provienen de sus pinturas se introducen en sus diseños gráficos. Simultáneamente, su amplia gama de experimentación en la forma en la búsqueda de soluciones de diseño, con frecuencia, proporciona figuras e ideas composicionales para su arte.

La Segunda Guerra Mundial y el servicio militar, incluido un periodo como prisionero de guerra tras ser capturado por los rusos, interrumpieron la carrera de Stankowski. Después de la guerra, su obra comenzó a cristalizar en lo que iba a convertirse en una de sus mayores contribuciones al diseño gráfico: la creación de formas visuales para comunicar procesos invisibles y fuerzas físicas. El talento de Stankowski dio a esta búsqueda una maestría poderosa del diseño constructivista, una perspicacia intelectual para la ciencia y la ingeniería, así como una curiosidad apasionada. La investigación y la comprensión intelectual del tema precedían al diseño, pues sólo entonces pueden crearse formas que se vuelven símbolos ocultos de los conceptos científicos y de ingeniería. Stankowski abordaba lo invisible, recorriendo desde la energía electromagnética hasta el funcionamiento interno de una computadora, y transformó en diseños visuales el concepto subyacente de estas fuerzas.

En el año 1968, el Senado de la ciudad de Berlín encargó a Stankowski y su estudio un programa completo de diseño para esa ciudad. Creó normas de diseño para la señalización arquitectónica, letreros de calles y publicaciones. En lugar de diseñar una marca de fábrica o un logotipo para usarse como elemento visual unificador, Stankowski produjo un *elemento tectónico* empleado consistentemente sobre todo material. Éste consiste en una línea horizontal

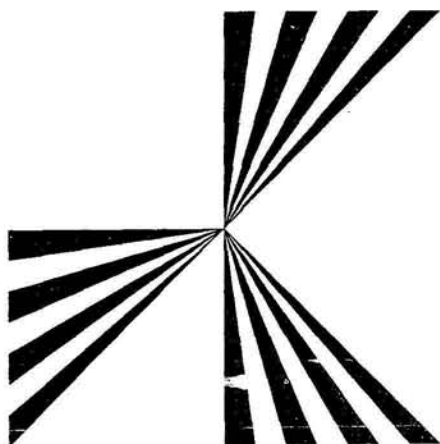


Figura 20.12. Marca de fábrica para la Standard Elektrik Lorenz AG (1953), de Anton Stankowski. Por medio de esta construcción se logra el equilibrio dinámico, con un cuadrado implícito que simboliza la transmisión y la recepción de las telecomunicaciones.

larga de donde surge una línea vertical corta. Este elemento se convierte en un símbolo para la dividida ciudad de Berlín. La línea vertical representa el Muro de Berlín que separa la porción de la ciudad ocupada por los rusos del resto de Berlín. La palabra "Berlín" siempre está colocada al lado derecho de la pareja del elemento tectónico en tipo *Akzidenz Grotisque* medio.

NUEVOS TIPOS DE LETRA SUIZA SANS-SERIF

El naciente Estilo Tipográfico Internacional alcanzó su expresión alfabética en varios estilos de nuevos tipos *sans-serif*, diseñados en los años cincuenta. Los estilos *sans-serif* geométricos, contruidos matemáticamente con instrumentos de dibujo durante los años veinte y los treinta, fueron rechazados en favor de diseños nuevos inspirados por las fundiciones de *Akzidenz Grotisque* del siglo XIX. En el año 1954, un joven diseñador suizo que trabajaba en París, Adrian Frutiger (1928), creó una familia programada visualmente de 21 fundiciones *sans-serif* llamada *Univers*. La "paleta" de variaciones tipográficas —del limitado al regular, cursiva y negrita en la tipografía tradicional— fue ampliada siete veces. La nomenclatura tradicional se reemplazó por números. La negrura normal o regular fue llamada *Univers 55*. La familia varía del *Univers 39* (ligera/extra condensada) hasta el *Univers 83* (amplia/extra negrita). Debido a que las 21 fundiciones tienen la misma altura "x", así como largos ascendentes y descendentes, forman un todo uniforme que puede emplearse en conjunto con completa armonía. El tamaño y la negrura de las mayúsculas es casi igual al tamaño y la negrura de los caracteres de caja baja; por lo tanto, el color de la composición de un texto es más uniforme que aquéllos de la mayoría de los primeros estilos de tipos. Frutiger trabajó durante tres años en el *Univers*. Para producir la familia *Univers*, la fundición

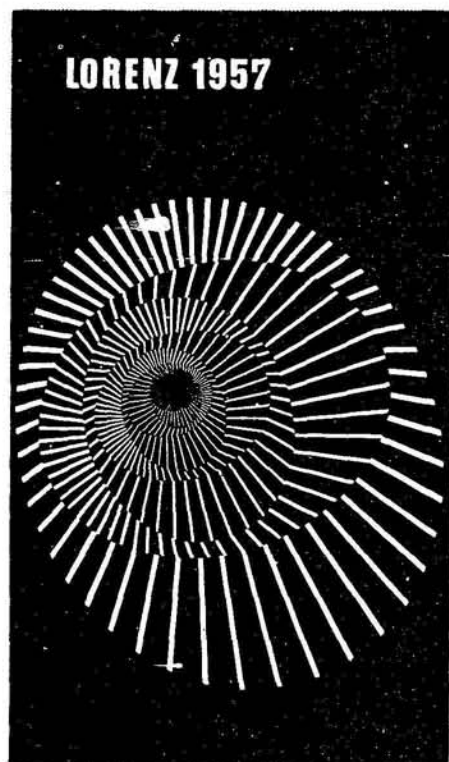


Figura 20.13. Cubierta del calendario para la Standard Elektrik Lorenz AG (1957), de Anton Stankowski. Esta configuración geométrica representa la transmisión y la radiación para significar la comunicación hacia el exterior, gracias a los productos de a radio y el teléfono de su cliente.

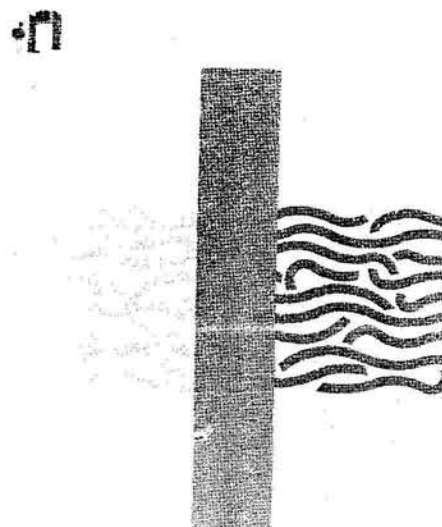


Figura 20.14. Imagen de un calendario para Viessmann, de Anton Stankowski. Los elementos curvos en color azul débil cambian hasta un color anaranjado brillante, después de pasar a través de la barra color rojo en el centro de la página. Esto simboliza la transferencia del calor y de la energía en las calderas fabricadas por Viessmann.

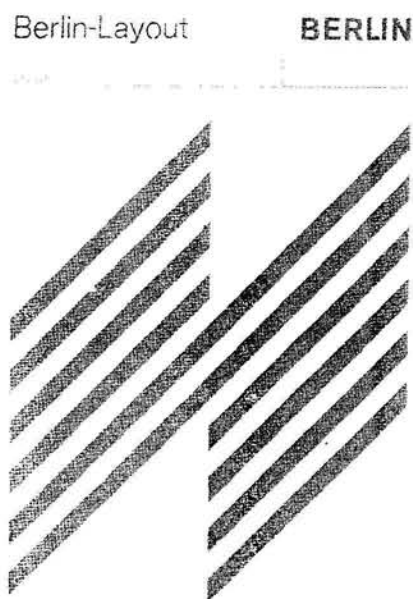


Figura 20.15. Cubierta para *Berlin-Layout*, año 1971, de Anton Stankowski. El diseño en colores rojo, amarillo y azul de esta cubierta originalmente concebida en la pintura de Stankowski.

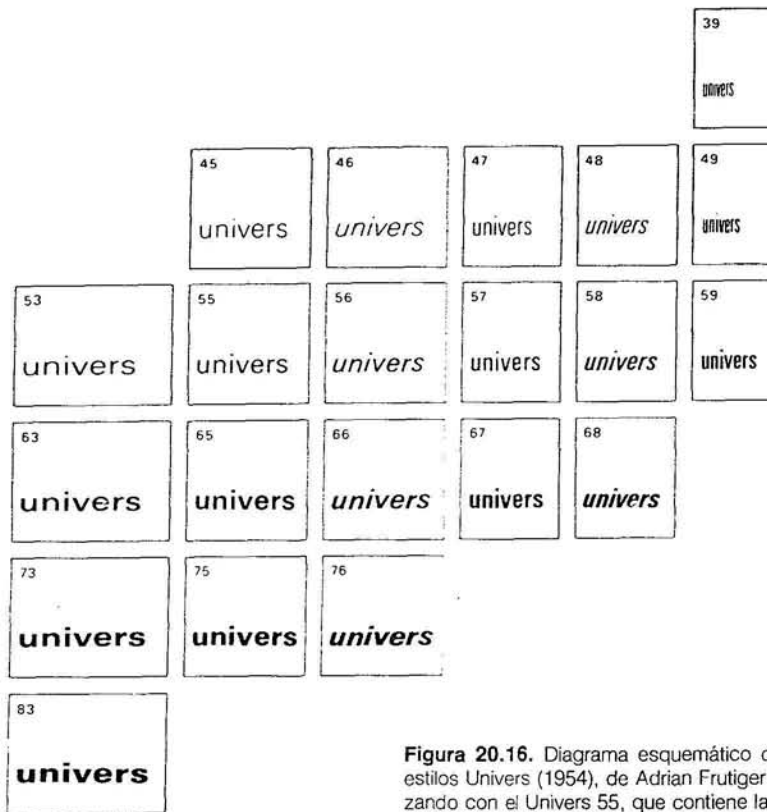


Figura 20.16. Diagrama esquemático de los 21 estilos Univers (1954), de Adrian Frutiger. Comenzando con el Univers 55, que contiene las relaciones exactas en blanco y negro para la composición en los libros, Frutiger amplificó las formas que se mueven hacia la izquierda, condensó las que se mueven hacia la derecha e hizo más luminosas las negruras hacia arriba, y más oscuras o negritas las de abajo.

Deberny-Peignot de París invirtió más de 200 mil horas en el grabado mecánico, el retoque y la perforación final hecha a mano, para crear 35 000 matrices necesarias para producir las 21 fundiciones de la variedad completa de tamaños.

A mediados de los años cincuenta, Edouard Hofmann de la fundición de tipos HAAS en Suiza decidió refinar y mejorar las fundiciones del Akzidenz Grotisque. Hofmann colaboró con Max Miedinger, quien ejecuto los diseños y los nuevos *sans-serif* con una altura "x" aún más grande que el Univers, para elaborar tipos como el Nuevo Haas Grotisque. Cuando D. Stempel AG produjo este diseño en Alemania durante el año 1961, los alemanes escandalizaron a Hofmann al nombrar al ojo de la letra Helvética, que es el nombre latino tradicional de Suiza y aparece en sus estampillas postales. Las formas bien definidas y el excelente ritmo de las figuras positivas y negativas de la Helvética, la hicieron el tipo de letra más específico internacionalmente durante el pasado cuarto de siglo. Debido a que sus diferentes negruras, cursivas y anchuras fueron producidas por distintos diseñadores en varios países, la familia helvética carece de la coherencia del Univers.

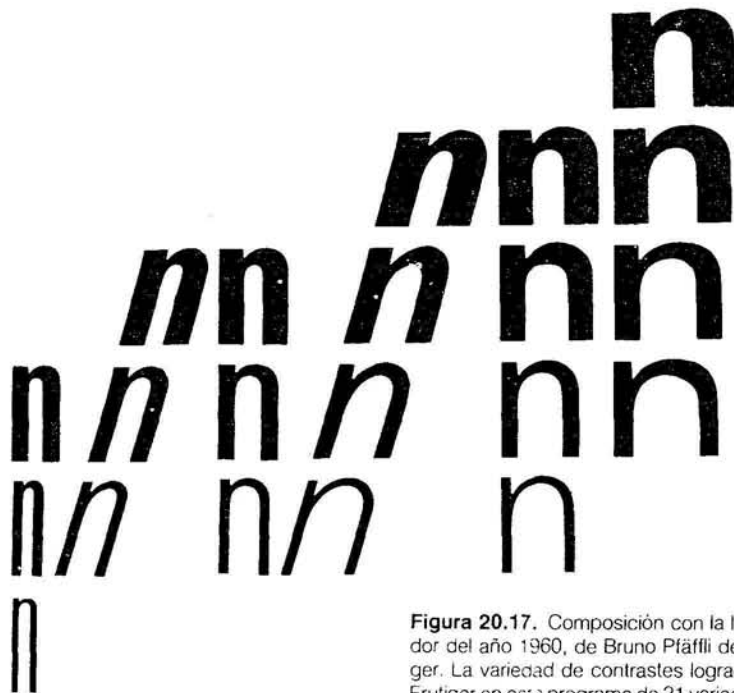


Figura 20.17. Composición con la letra u, alrededor del año 1960, de Bruno Pfäffli del Atelier Frutiger. La variedad de contrastes lograda por Adrian Frutiger en este programa de 21 variaciones del tipo Univers. En esta composición, se pueden usar juntas para obtener contrastes dinámicos de negrura, tono, anchura y dirección.

Helvetica
Helvetica Italic
 Helvetica Medium
Helvetica Bold
 Helvetica Bold Condensed

Figura 20.18. Helvetica (1961), de Edouard Hofmann y Max Miedinger. La versión básica de la helvética realizada por la fundición Stempel en el año 1961 se muestra aquí, con algunas de las variaciones desarrolladas más tarde.

EL DISEÑO EN BASILEA Y EN ZURICH

La evolución ulterior del diseño suizo aconteció en dos ciudades, Basilea y Zurich, localizadas a 70 kilómetros del norte de Suiza.

A los 15 años, en el año 1929 Emil Ruder (1914-1970) inició un aprendizaje de cuatro años como cajista y asistió a la Escuela de Artes y Oficios en Zurich cuando ya se acercaba a los treinta años. En el año 1947, Ruder ingresó a la facultad de la Escuela de Artes y Oficios de Basilea (*Allgemeine Gewerbeschule*) como maestro de tipografía y continuó en este puesto por el resto de su vida. Hizo un llamado a sus alumnos para descubrir el balance correcto entre la forma y la función y les enseñó que cuando el tipo pierde su significado comunicativo, pierde su propósito. La legibilidad y la amenidad se volvieron sus preocupaciones dominantes. Sus proyectos revelaron una sensibilidad hacia los espacios negativos o sin imprimir, incluyendo los espacios entre y dentro de las letras. Ruder abogaba por un diseño total sistemático y la utilización de una estructura de red compleja para introducir todos los elementos —tipografía, fotografía, ilustración, diagramas y gráficas— en armonía uno con otro mientras tenían en cuenta la variedad del diseño. Para unificar el tipo y la imagen se señalaban los problemas.

Más que cualquier otro diseñador, Ruder se dio cuenta de las implicaciones del Univers y del potencial creativo producido por la unidad de la proporción que permitió la amalgama de los 21 miembros de esta familia de tipos. Ruder y sus alumnos exploraron exhaustivamente las posibilidades de contrastes, texturas y escalas del nuevo ojo de letra tanto en el trabajo por encargo como en el experimental.

Después de completar su educación en Zurich y laborar como diseñador de planta en varios estudios, en el año 1947 Armin Hofmann (1920) comenzó a enseñar

diseño gráfico en la Escuela de Artes y Oficios de Basilea. Al mismo tiempo, Hofmann abrió un estudio de diseño en colaboración con su esposa Dorothe. Hofmann tiene un profundo sentido de los valores estéticos que lo facultaron para sondear profundamente la esencia de la forma y aplicar este entendimiento tanto a la enseñanza como al diseño. Conforme pasó el tiempo, Hofmann desplegó una filosofía del diseño basada en la búsqueda de un lenguaje de la forma gráfica para sustituir las ideas ilustradas tradicionalmente con una estética contemporánea basada en la naturaleza fundamental, elemental del fenómeno visual. Tanto en su obra como en la enseñanza, Hofmann busca una armonía dinámica donde todas las componentes de un diseño estén unificadas. Ve la relación de los elementos contrastantes como el medio para dar vida al diseño visual. Estos contrastes oscilan de lo claro a lo oscuro, de las líneas curvas a las rectas, de la forma a la contraforma y de lo dinámico a lo estático. Se logra la solución cuando el creador introduce una armonía absoluta en la totalidad. Al igual que en la música, la pintura o la danza, se logra este propósito cuando el diseño ocupa uno de los lugares más altos de expresión. Hofmann trabaja en áreas diversas, incluyendo diseño de carteles, de publicidad y de logotipos. Sus gráficos ambientales, que adoptan la forma de letras o figuras abstractas basadas en las letras, a menudo están cortadas en concreto moldeado.

El diseño suizo comenzó a incorporarse como un movimiento internacional unificado cuando el periódico *New Graphic Design* inició su publicación en el año 1959. Los editores eran cuatro diseñadores de Zurich que jugaron un papel importante en la evolución del Estilo Tipográfico Internacional: Richard P. Lohse (1902), Josef Müller-Brockmann (1914), Hans Neuburg (1904) y Carlo L. Vivarelli (1919). Este periódico trilingüe comenzó por presentar la filosofía y



Figura 20.19. Logotipo para el Teatro Cívico de Basilea (1954), de Armin Hofmann. Este logotipo rotulado a mano anticipa el estrecho espaciado y las ligaduras de las mayúsculas de la fototipografía. El control de los intervalos del espacio entre las letras es excelente.

los méritos del movimiento suizo a un público internacional. Su formato y su tipografía eran una expresión viviente del orden y del refinamiento alcanzados por los diseñadores suizos.

Josef Müller-Brockmann, uno de los principales teóricos y profesionales del movimiento, buscaba una expresión gráfica absoluta y universal por medio de una presentación objetiva e impersonal para comunicarse con el público, sin interferencia de los sentimientos subjetivos del diseñador y desprovisto de técnicas propagandísticas de persuasión. Un modo de medir su éxito es observar el poder visual y el impacto de su obra. Los carteles creados por Müller-Brockmann en los años cincuenta son tan frescos y contemporáneos como la última moda y comunican su mensaje con una intensidad y claridad extraordinarias. Sus carteles fotográficos tratan la imagen como un símbolo. En sus aclamados carteles para conciertos, el lenguaje del constructivismo crea una equivalencia visual de la armonía estructural de la música que va a ser ejecutada.

El cartel para la exposición *der Film* del año 1960 es una de las obras maestras de Müller-Brockmann. Muestra la armonía universal del diseño lograda por la división espacial matemática. El cartel está dentro del radio de tres

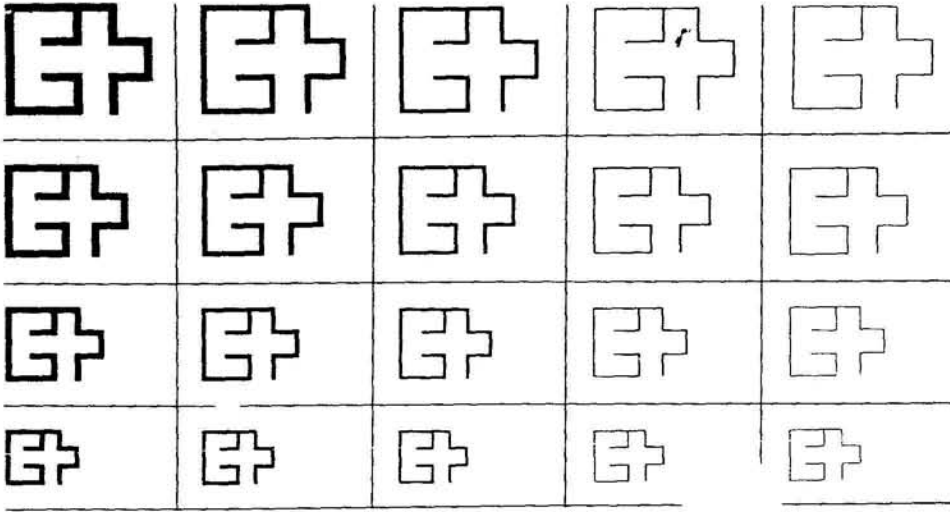


Figura 20.20. Marca de fábrica para la Exhibición Nacional Suiza, Expo del año 1964, de Armin Hofmann. Una forma memorable es creada al eslabonar la E de Exhibición y la cruz suiza. La parte inferior abierta de la cruz permite al espacio en blanco de la página fluir dentro del símbolo.

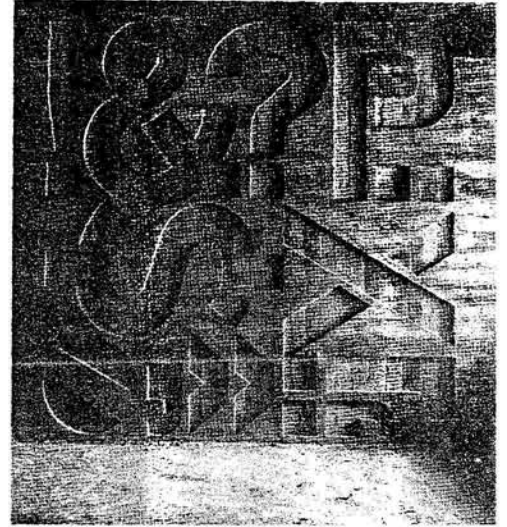


Figura 20.22. Escultura exterior para la escuela secundaria de Disentis, en Suiza. La dirección alterada de las maderas de los moldes usados para vaciar el relieve de concreto produce un vigoroso contraste de texturas.



Figura 20.21. Cartel para la producción teatral en Basilea de *Giselle*, 1959, de Armin Hofmann. En este cartel, Hofmann ha utilizado contrastes intensos que combinan un elemento fotográfico orgánico, cinético y delicado con un elemento tipográfico geométrico, estático y de bordes bien definidos.



Figura 20.23. Cartel para el mobiliario Herman Miller (1962), de Armin Hofmann. Las figuras y las siluetas de las sillas Herman Miller caen en cascada a través del espacio, se anclan en el formato y en el tipo por medio del logotipo color rojo en el centro superior.

Herman Miller
Collection
Model
unserer Zeit

Preis ab 1000,-
Lieferung in der Schweiz
4 Wochen



a cinco del justo medio y es considerado como el rectángulo más hermosamente proporcionado desde la época de los griegos. Este rectángulo está dividido en 15 cuadrados o módulos (tres a través de la dimensión horizontal y tres hacia abajo de la dimensión vertical). Los nueve módulos superiores forman un cuadrado, el título abarca tres unidades y tres están debajo del título. *Film* ocupa dos unidades y la información tipográfica secundaria se alinea con el borde frontal de la *F* de *Film*. La organización de este diseño tiene su origen en las necesidades de comunicación funcional. El título se proyecta claramente a gran distancia contra el fondo negro. La sobreposición de *Film* frente a *der* es un equivalente tipográfico de las

Figura 20.24. Anuncios para el mobiliario Herman Miller (1962), de Armin Hofmann. Los segmentos de la secuencia de las formas del cartel son empleados para crear una dinámica relativa extraordinaria de la composición usual de los anuncios en los periódicos.



Herman Miller
Collection
Model
unserer Zeit

Preis ab 1000,-
Lieferung in der Schweiz
4 Wochen



2 x neu
calci-
tonic

neue, leichtere, bequemere
neue, leichtere, bequemere
neue, leichtere, bequemere

In Europa und Übersee
SCHWEIZERISCHE
BANKGESELLSCHAFT

Schweizerische
Spar- & Kreditbank

Banking
Schweizerische Spar- & Kreditbank

Forschung und Technik

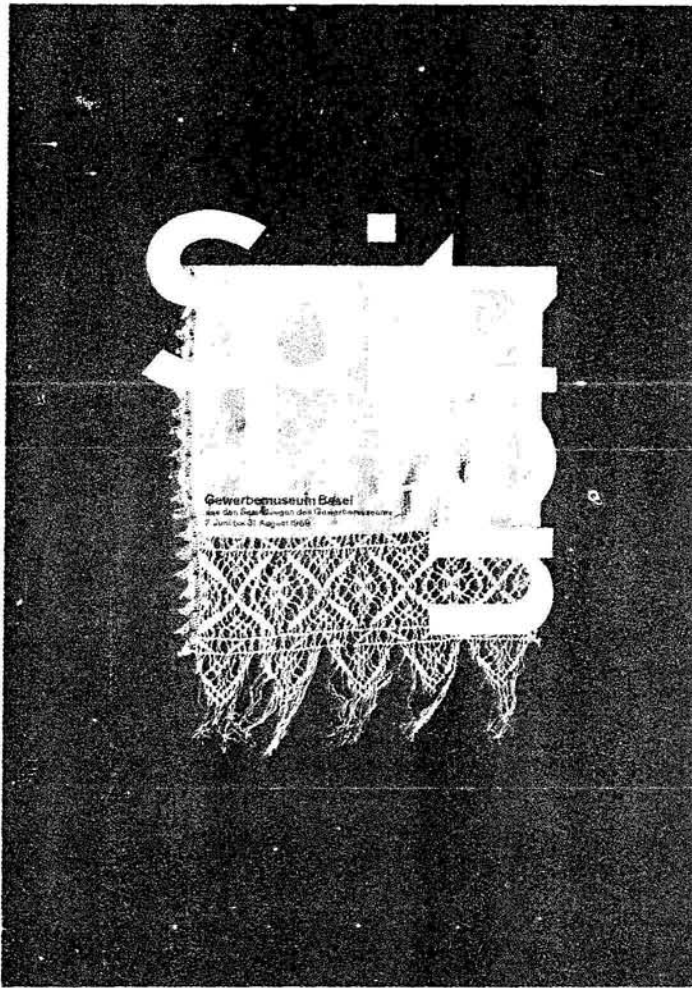


Figura 20.25. Cartel para una exhibición de encajes (1969), de Armin Hofmann. Al ser pegado en la calle, el color negro que rodea a la fotografía y a la tipografía convierte este cartel en un poderoso punto focal. Hofmann es un maestro para reducir un diseño a sus elementos esenciales.

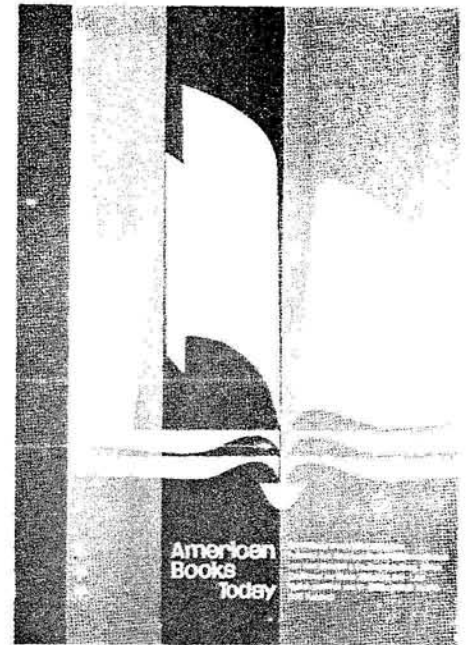


Figura 20.27. Cartel para la exposición *American Books Today*, año 1953, de Josef Müller-Brockmann. En éste, uno de sus primeros carteles, las figuras curvilineas blancas que forman el libro se oponen a las rígidas barras de colores rojo y azul.



Figura 20.26. Identificador visual para la televisión suiza (1958), de Carlo L. Vivarelli. En su búsqueda de las esencias, Vivarelli unificó la cruz suiza y la abreviatura "TV" de televisión en un diseño sencillo dos símbolos universales. El ángulo en la parte inferior de la T se une con la forma de la V y sirve para hacer la marca inconfundible.

técnicas cinematográficas de sobreposición de imágenes y disoivencias de una imagen a otra. Por su simplicidad elemental, este cartel combina con éxito la comunicación efectiva de la información con la expresión del contenido y la armonía visual. Por medio de sus escritos, de la enseñanza y del ejemplo de su obra, Müller-Brockmann es el diseñador suizo cuyo impacto fue el más influyente conforme este movimiento nacional creció más allá de las fronteras suizas.

En un país con escuelas de diseño tan sobresalientes como las de Suiza, Siegfried Odermatt (1926) es una rareza: un diseñador gráfico autodidacta. Originalmente pensaba convertirse en fotógrafo, pero después de trabajar en estudios fotográficos durante varios años, Odermatt se volvió hacia el diseño y la tipografía. Tras un período de



Figura 20.28. Cartel para el Auto Club Suizo. La señal de la mano amigable (mostrada en una enorme fotografía en blanco y negro) lo protege de los accidentes (simbolizados por la escena de tránsito sobrecimpresa en color rojo), año 1954, de Josef Müller-Brockmann. Este es un magnífico ejemplo del uso objetivo de la fotografía como información por parte de Müller-Brockmann.

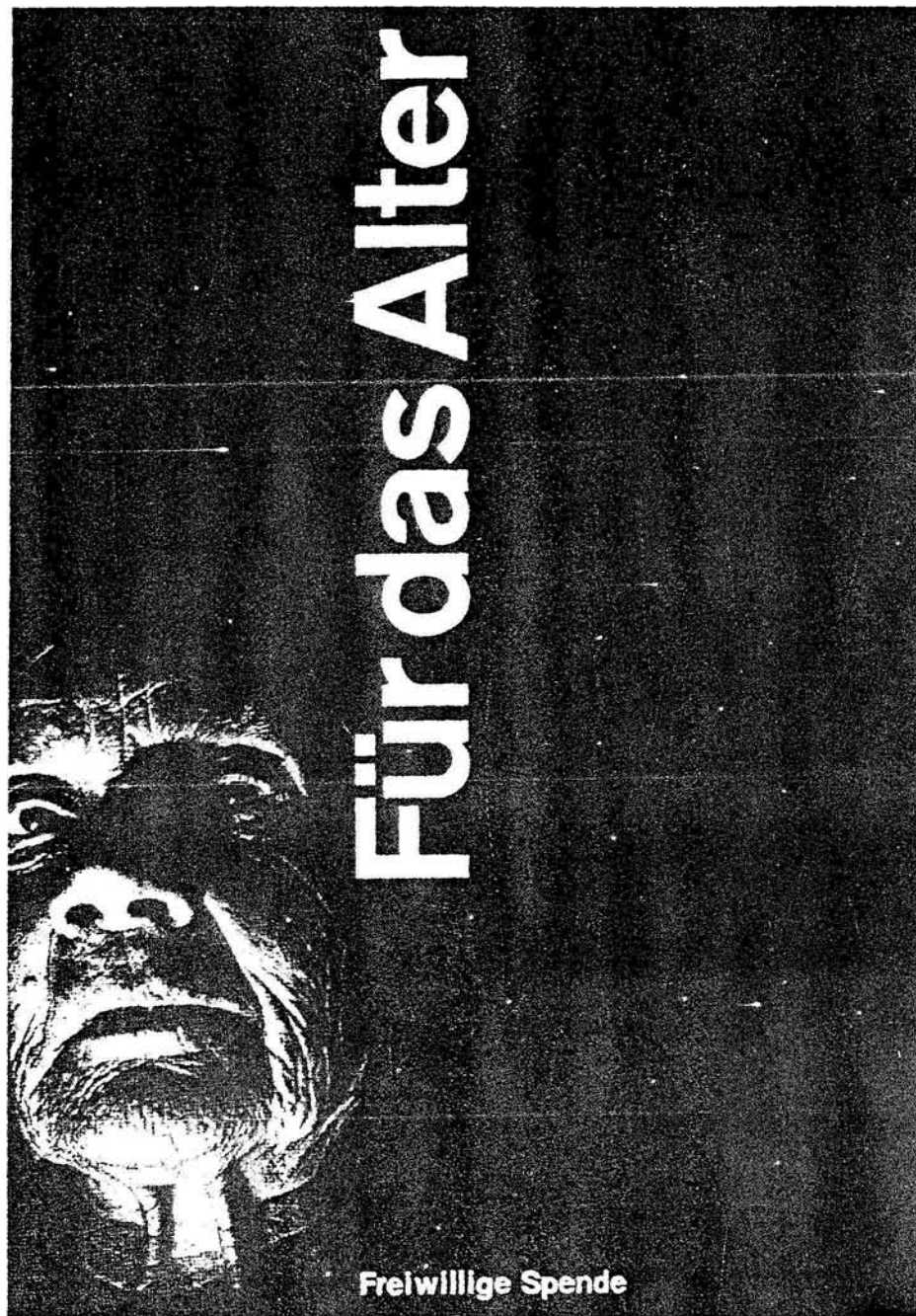


Figura 20.29. Cartel *Para el anciano*, año 1949, de Carlo L. Vivarelli. La exquisita yuxtaposición de una fotografía orgánica, humana y texturizada, con la tipografía exacta y geométrica permite el contraste entre estos elementos para intensificar el significado de cada una.

trabajó en varias agencias de publicidad, abrió su propio estudio en el año 1950.

Trabajando para clientes corporativos en las áreas de desarrollo e marcas de fábrica, gráficos informativos, publicidad y embalaje,

Odermatt jugó un papel importante en la definición del Estilo Tipográfico Internacional aplicado a la comunicación de negocios e industrial. Combinó la presentación limpia, eficiente de la información con una cualidad visual dinámica. La fotografía directa es usada con dramatismo e impacto. Las imágenes ordinarias se convierten en fotografías convincentes y atractivas por medio del empleo cuidadoso del recorte y la iluminación con atención

Neue Grafik New Graphic Design Graphisme actuel



Figura 20.30. Diseño de portada de una revista (1958), de Carlo L. Vivarelli. La estructura matemática de la red organizacional sirve como declaración de la filosofía del diseño científico y funcional de los innovadores del movimiento de diseño suizo.

a la forma y la textura como cualidades que logran que una imagen salga de la página. Odermatt expresa originalidad a través de la idea, pero no del estilo visual. El diseño gráfico siempre es visto como una herramienta de comunicación y los instrumentos visuales utilizados son la tipografía, la fotografía y el dibujo constructivo.

Gran parte de la obra de Odermatt es puramente tipográfica y muestra una disposición a tomarse grandes libertades con las tradiciones de la tipografía. Está convencido de que el diseño tipográfico de un color puede alcanzar el impacto visual y el poder de los gráficos a todo color por medio de la fuerza del concepto y de la manipulación de la forma visual, el espacio, la figura y el tono. Por medio de su manejo fresco y original de los elementos gráficos, Odermatt se burla de aquellos diseñadores que aseveran que sólo hay determinadas maneras de dividir y organizar el espacio de la página impresa. A diferencia de muchos diseñadores suizos, en la obra de Odermatt aparecen elementos de lo juguetón y lo desinhibido. Rosemarie Tissi, joven diseñadora, se unió a su estudio a principios de los años sesenta y ella también incluye un



Figura 20.31. Páginas de *New Graphic Design*, núm. 7, año 1960, de Hans Neuburg. La composición de este artículo por Max Bill acerca del diseño



de una exposición, muestra el balance asimétrico y el uso del espacio en blanco por parte de los fundadores del Estilo Tipográfico Internacional.

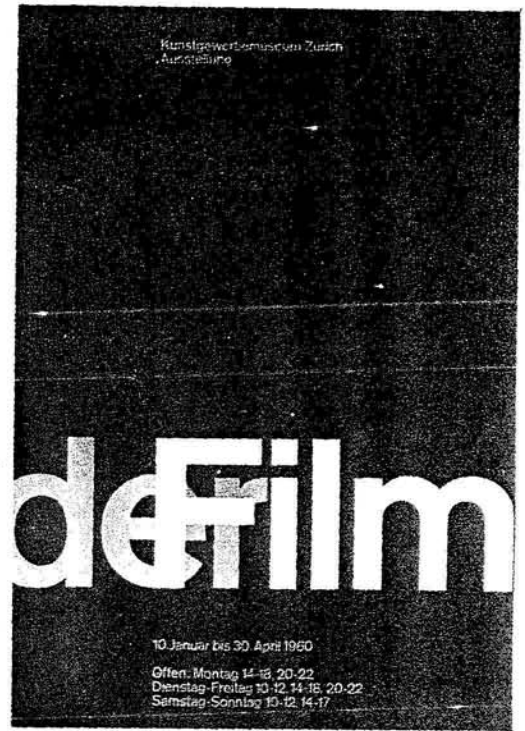


Figura 20.32. Cartel para la exposición *La película*, año 1960, de Josef Müller-Brockmann. La fuerza gráfica de este cartel es sobresaliente. En contraste con el fondo negro, la palabra *Film* es blanca, la palabra *der* es de color gris y el resto de la tipografía es de color rojo.

fuerte elemento traveso en su trabajo. En el año 1968, Tissi se convirtió en socia de Odermatt formando el estudio Odermatt y Tissi. Este estudio liberó las fronteras del Estilo Tipográfico Internacional e introdujo elementos del azar, el desarrollo de formas sorprendentes e inventivas, así como la organización visual intuitiva en el vocabulario del diseño gráfico. Esta fase del desenvolvimiento del estudio marcó el comienzo de una ruptura con las

tradiciones del diseño suizo y será discutida en un capítulo posterior.

Durante la época posterior a la Segunda Guerra Mundial había un espíritu creciente de internacionalismo. El comercio se

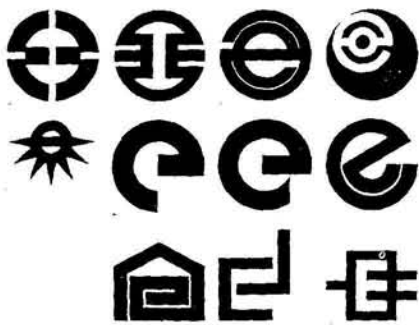
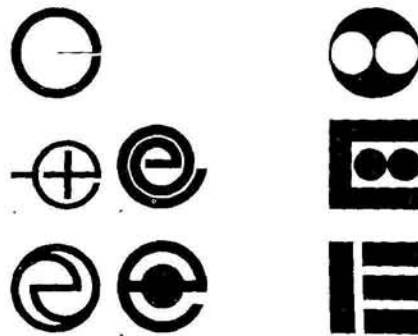


Figura 20.33. Páginas de *New Graphic Design*, núm. 13, año 1962, de Hans Neuburg. Los símbolos participantes en una competencia de diseño de marcas de fábrica están organizados sobre una red



de cuadrados con intervalos de espacio que crean un movimiento total desde el ángulo superior izquierdo hasta el inferior derecho.



Figura 20.34. Cartel de conciencia pública (1960), de Josef Müller-Brockmann. Para acrecentar la conciencia pública acerca de la contaminación por ruido, los tipos en color rojo claman: "menos ruido" y la fotografía representa gráficamente la incomodidad de la contaminación por ruido.

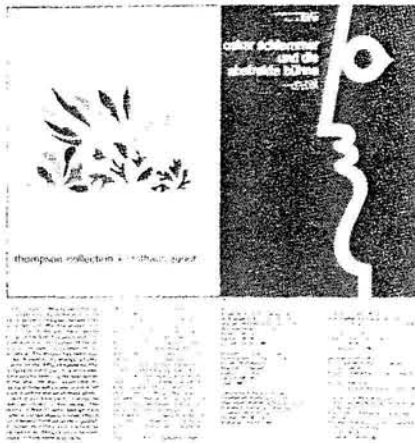


Figura 20.35. Páginas de *New Graphic Design*, núm. 16, año 1963, de Hans Neuburg. La red a cuatro columnas empleada por este diario permitió una tremenda variedad de diseños en sus páginas. En este estudio de carteles, el tono de las imágenes crea un movimiento horizontal a través de las páginas.



Figura 20.36. Cartel para una exposición de lámparas (1975), de Josef Müller-Brockmann. Los discos multicolores modulados y encendidos simbolizan la energía radiante de las instalaciones y accesorios de alumbrado.

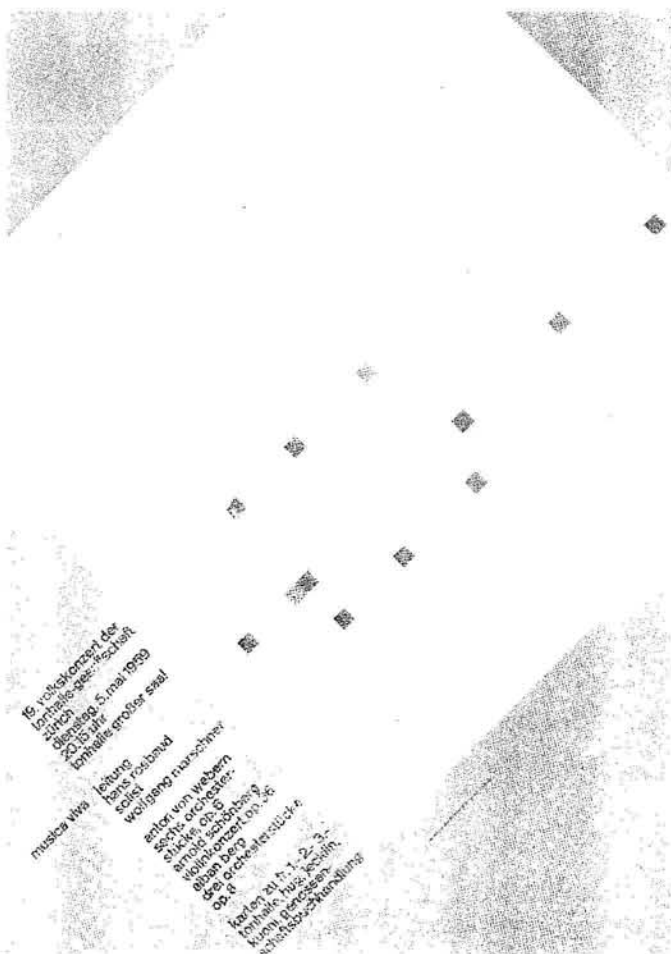


Figura 20.37. Cartel para un concierto de música viva (1972), de Josef Müller-Brockmann. Los cuadrados en colores rojos, amarillos y azules marchan al ritmo musical sobre el diamante blanco inclinado. El uso de una red pone en armoniosa yuxtaposición la tipografía y las figuras.

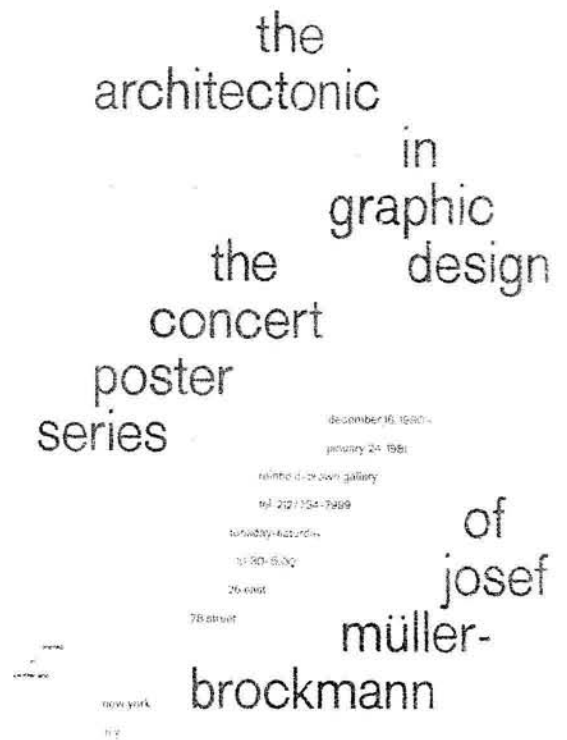


Figura 20.38. Cartel para una exposición (1980), de Josef Müller-Brockmann. En este cartel, la red, siempre subyacente en los diseños de Müller-Brockmann, se vuelve visible como un elemento importante.

multiplicó y dio como resultado corporaciones multinacionales que estuvieron activas en 100 países distintos. La rapidez y el avance de la comunicación estaban convirtiendo al mundo en un "pueblo mundial". Había necesidad de claridad comunicativa, de formatos multilingües para trascender las barreras del idioma, así como pictogramas elementales y glifos capaces de capacitar a los pueblos del mundo para comprender signos e información. El nuevo diseño gráfico desarrollado en Suiza ayudó a satisfacer estas necesidades. Los conceptos fundamentales y el enfoque desarrollados en Suiza comenzaron a difundirse por todo el mundo.

EL ESTILO TIPOGRÁFICO INTERNACIONAL EN ESTADOS UNIDOS

Uno de los primeros diseñadores estadounidenses que tomaron conciencia del potencial del diseño suizo fue Rudolph de Harak (1924), diseñador gráfico autodidacta de California que inició su carrera en Los Ángeles en el año 1946. Cuatro años más tarde, De Harak se trasladó a Nueva York y en el año 1952 instaló su propio estudio de diseño. Durante los años cincuenta, De Harak encontraba un gran deleite en dar un orden estructural a su obra. Su habilidad para componer con elementos gráficos sencillos queda demostrada en las ilustraciones de la revista *Esquire* del año 1956, donde las fotografías y las figuras geométricas simples se combinan para expresar el contenido de un artículo de prueba psicológica.

La evolución de De Harak ha sido una búsqueda continua por la claridad de la comunicación y el orden visual, cualidades que considera vitales para un diseño gráfico eficaz. Reconoció estas cualidades en el diseño suizo a fines de los años cincuenta y comenzó a aplicar aspectos de este movimiento a su obra. Utilizaba estructuras de red y el balance asimétrico.

Respondiendo a la legibilidad y a la perfección formal del Akzidenz Grotesk antes de que estuviera disponible en Estados Unidos, De Harak obtuvo hojas de muestra de las fundiciones europeas, para que pudiera armar con ellas encabezados para sus diseños. Así, combina la pureza de la forma con imágenes elementales expresivas del contenido. Una serie de portadas para álbumes de la Westminster Records evoca una imagen conceptual, mental, de la estructura de los sonidos en la música del compositor.

A principios de los años sesenta, De Harak inició una serie de más de 350 sobrecubiertas de libros para McGraw-Hill Publishers, que fueron diseñadas empleando una red y un sistema tipográfico común. El tema de cada libro estaba articulado por medio de configuraciones visuales que iban desde pictogramas elementales hasta estructuras geométricas abstractas. Como estas extensas series de libros en rústica cubrían áreas de temas académicos incluyendo psicología, sociología, dirección de empresas y matemáticas, el enfoque de De Harak expresaba apropiadamente un gran contenido intelectual. Estas series alteraron el curso del diseño de cubiertas de libros en Estados Unidos.

El grupo de diseño gráfico del Institute of Technology de Massachusetts ha mantenido un nivel continuo de calidad e imaginación. A principios de los años cincuenta en esta universidad se estableció un programa de diseño gráfico que permite a todos los miembros de la comunidad universitaria beneficiarse del apoyo del diseño gráfico profesional gratuito, en sus publicaciones y su material publicitario. Este fue uno de los primeros reconocimientos del valor cultural y comunicativo del diseño, hecho por una universidad estadounidense y ahí se desarrolló un enfoque del diseño MIT basado en un sometimiento a la red y a la tipografía *sans-serif* del Estilo Tipográfico Internacional. El personal de MIT era innovador en el uso de letras diseñadas y de palabras

manejadas como vehículos para expresar el contenido. Este enfoque evolucionó en la obra de Jacqueline S. Casey (1927), directora de la Oficina de Servicios de Diseño, Ralph Coburn (1923) y Dietmar Winkler (1938), diseñador educado en Alemania, quien trabajó con Casey y Coburn desde el año 1966 hasta el año 1971. Lo más visible de la labor de la Oficina de Servicios de Diseño es la producción de pequeños carteles que anuncian conciertos, conferencias, seminarios, exposiciones y cursos en el recinto universitario. Frecuentemente, empleaba fondos de plásticos sólidos. Mientras algunas veces utiliza la fotografía la mayor parte de sus soluciones son tipográficas. Hasta cierto punto, las letras se convierten en ilustraciones, ya que con frecuencia el diseño y la disposición de las letras en palabras clave se convierten en la imagen dominante.

Arnold Saks (1931) sobresale entre los diseñadores estadounidenses cuya obra abarca aspectos del Estilo Tipográfico Internacional. En la presentación de la información, Saks desarrolla un enfoque sistemático del diseño directo y articulado. El cartel de la escultura inflable del año 1968 con su lógica indiscutible, es un ejemplo típico de la presentación directa encontrada en su trabajo.

El diseño suizo sobrepasó sus fronteras originales para volverse verdaderamente internacional y fue particularmente útil como enfoque del diseño cuando un cuerpo variado de materiales informativos, que van de la señalización a la publicidad, necesitaban unificarse en un cuerpo coherente. La creciente conciencia del diseño como un instrumento lógico para grandes organizaciones después de la Segunda Guerra Mundial causó el crecimiento en el diseño corporativo y en los sistemas de identificación visual, provocado por la Segunda Guerra Mundial. A mediados de los años sesenta el desarrollo del diseño corporativo y del Estilo Tipográfico Internacional se enlazaron en un solo movimiento, que se tratará en un capítulo ulterior.

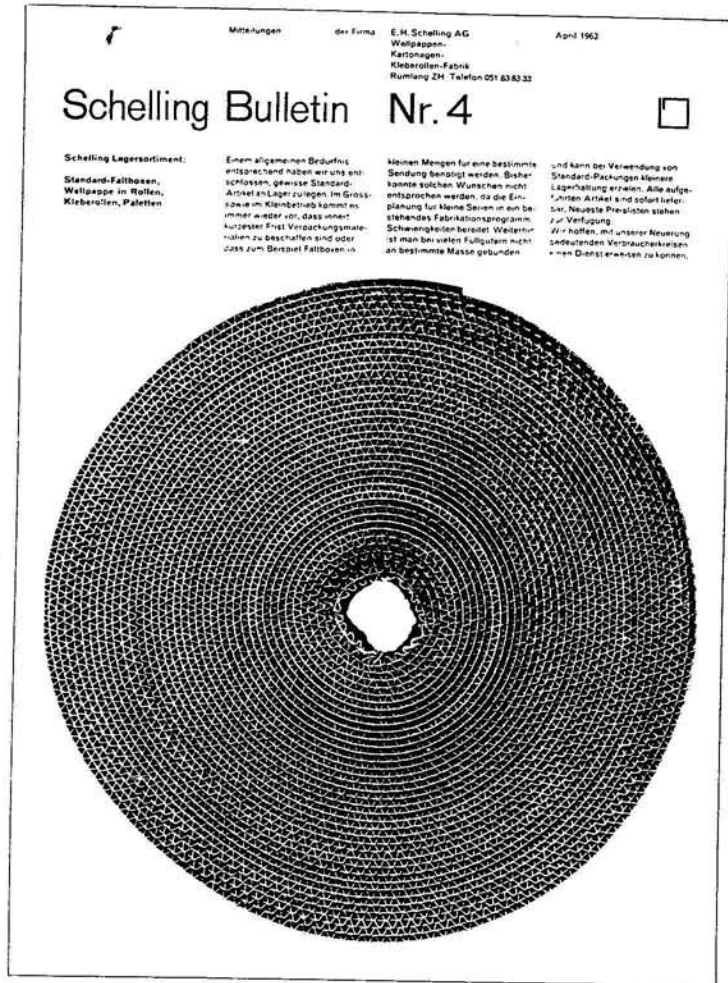


Figura 20.39. Cubierta y páginas internas del Schelling Bulletin, núm 4 (1963), de Siegfried Odermatt. En esta carpeta para un fabricante de cartón y empaques, la composición de Odermatt unifica la tipografía con la fotografía del producto por medio del empleo de una red a cuatro columnas.



a

Figura 20.40. Anuncio para Apotheke Sammet (1957), de Siegfried Odermatt. Los anuncios de Odermatt para estas medicinas de marca utilizaban fotografías grandes, con impresionantes acercamientos. Nótese la marca de fábrica de Odermatt que reproduce las iniciales del nombre de su cliente.



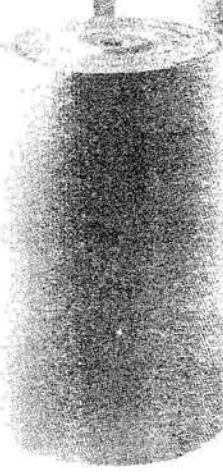

**Selección Faltos para
Kubernetstische**

Zur Auswahl der besten
Ausführung sind die
aus dem Wettbewerb
erhaltenen Modelle
auf ihre Qualität und
Wartbarkeit hin
untersucht worden.
Die besten Modelle
sind hiermit
vorgewählt worden.

Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.
Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.
Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.

Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.
Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.
Die besten Modelle sind
hiermit vorgewählt worden.

Modell	Hersteller	Preis	Leistung	Wartbarkeit	Qualität	Wartbarkeit	Qualität
1) Doppelkopf für 100000
2) Doppelkopf für 100000
3) Doppelkopf für 100000
4) Doppelkopf für 100000
5) Doppelkopf für 100000
6) Doppelkopf für 100000
7) Doppelkopf für 100000
8) Doppelkopf für 100000
9) Doppelkopf für 100000
10) Doppelkopf für 100000

DLT

UNIVAC

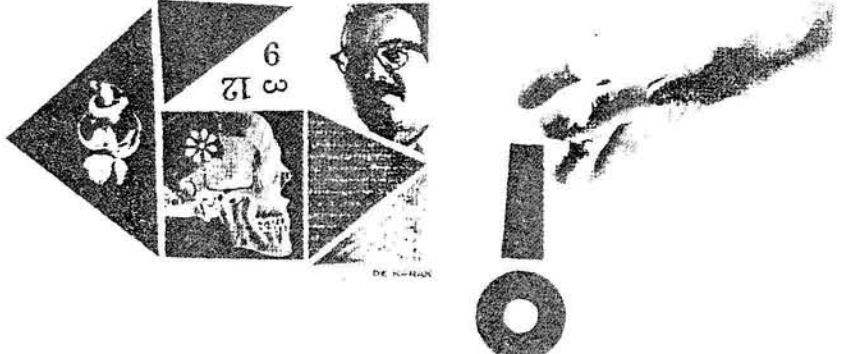



Figura 20.41. Anuncio para Univac (1965), de Rosemarie Tissi. Por medio del recorte y la colocación cuidadosa de dos receptores telefónicos se crea una imagen dinámica impresionante.

Figura 20.42. Ilustración para Esquire, año 1956, de Rudolph de Harak. Una mano se pone en contacto con la página para asir el signo de exclamación y se combina con un complejo dinámico de figuras y triángulos para sugerir varios aspectos de un artículo acerca de las pruebas psicológicas.



Figura 20.43. Portada para *Personality and Psychotherapy*, año 1964, de Rudolph de Harak. Las líneas verticales en colores anaranjado, verde y púrpura forman una cabeza doble, para expresar los intangibles y complejos aspectos de la personalidad.



Figura 20.45. Portada del álbum de música de percusiones (1961), de Rudolph de Harak. El rasgo fluido parece ser una grabación gráfica del movimiento de la mano de un músico llevando el ritmo de las percusiones.



Figura 20.47. Cartel para un curso de programación de computadoras (1969), de Dietmar Winkler. La palabra "cobol" está construida con formas elementales, repetidas en segmentos en colores rojo, blanco y azul contra un fondo negro.

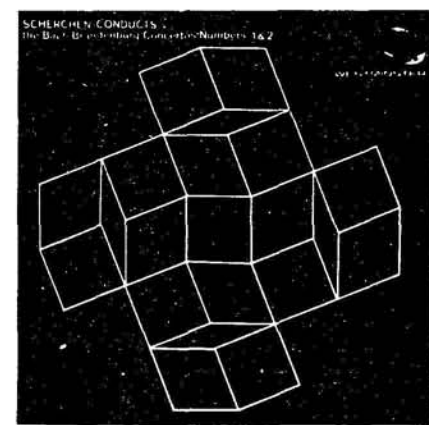


Figura 20.44. Portada del álbum de los Concier-tos de Bach (1961), de Rudolph de Harak. La perfección matemática de la música de Bach es evocada por medio de una ilusión óptica compleja con cuatro cuadrantes.

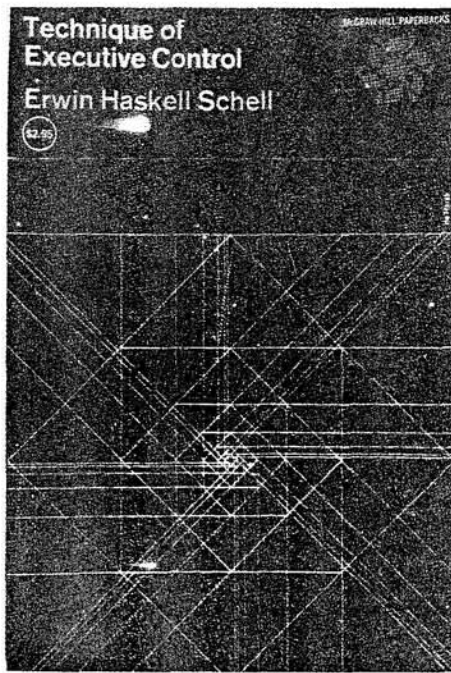


Figura 20.46. Cubierta para *Technique of Executive Control*, año 1964, de Rudolph de Harak. La estructura geométrica, con su concentración de líneas en el centro, simboliza la centralización de la autoridad en la dirección.

Ocean Engineering
at the
Massachusetts Institute
of Technology

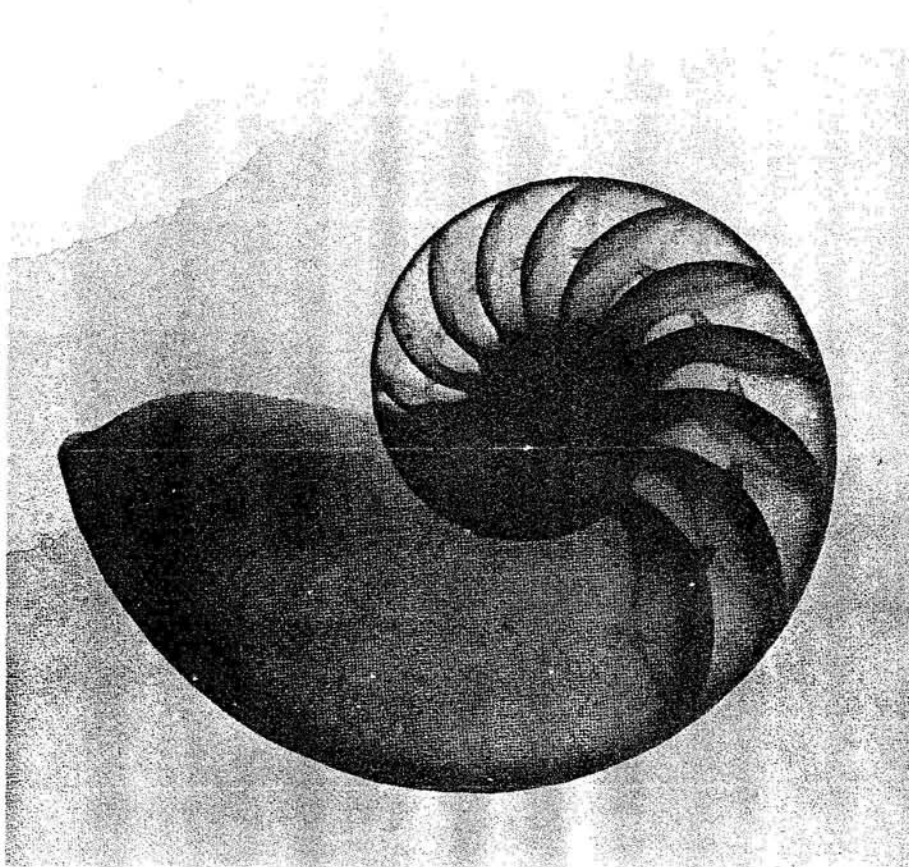


Figura 20.48. Anuncio para el Programa de Ingeniería Oceánica (1967), de Jacqueline S. Casey. La red tipográfica clásica se asienta sobre la toma de rayos x de la concha de un caracol de mar, superpuesta sobre una réplica semejante a una ola de figuras fluidas.

ESTE LIBRO ES DE
REFERENCIA
No puede salir de la Biblioteca

Figura 20.49. Cartel para una exposición (1970), de Jacqueline S. Casey. La palabra "six" ("seis") está construida a partir de seis figuras geométricas y cuando se pega en la calle se convierte en una poderosa configuración visual.

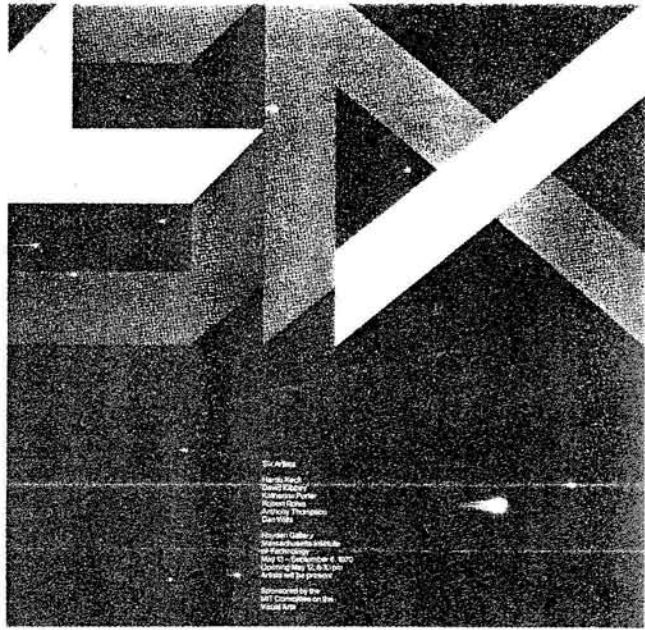


Figura 20.50. Cartel para la banda de jazz MIT (1972), de Ralph Coburn. Una imitación del *staccato* con las letras de la palabra "jazz" comienza a establecer las secuencias musicales que animan el espacio.





Figura 20.51. Cartel para una casa abierta (1974), de Jacqueline S. Casey. Las letras estarcidas anuncian la casa abierta para todos y la O abierta cumple una doble función como símbolo concreto de la apertura del recinto universitario.

Inflatable Sculpture

The Jewish
Museum:
New York City
July 2nd to
August 24th

Kip Coburn
Charles Frazier
David Jacobs

Otto Piene
Vera Simons
Susan Lewis
Williams



Figura 20.52. Cartel para el Museo Judío (1968), de Arnold Saks. Esta secuencia de barras que se curvan y se expanden conforme ascienden en la página se vuelve un símbolo de la acción de la energía sobre los materiales flexibles. La esencia de esta escultura inflable está articulada en la página impresa.