

inmaterial

DISEÑO, ARTE Y SOCIEDAD

VISIONES
DEL
FUTURO:

cultura visual ibérica
después de la democracia,
1974 - 1998

vol.8 | N°16 | 2023

ISSN 2462-5892

DOI 10.46516/inmaterial.v8.192

Inmaterial 16

Visiones del futuro: cultura visual ibérica
después de la democracia, 1974-1998

EDITORIAL

- 004 *Visiones del futuro: cultura visual ibérica después de la democracia, 1974-1998*
Patricia Cativo, M. Àngels Fortea

ARTÍCULOS

- 013 *La construcción de la identidad gráfica de las instituciones públicas de Galicia en la posmodernidad (1979-1999): la reinterpretación de los símbolos propios a partir de los mitos-de-lugar*
Marcos Dopico Castro, Jesús Vázquez Gómez y Cibrán Rico López
- 042 *Papers d'Art, proyecto editorial desde la periferia: la eclosión de las revistas de arte contemporáneo en las décadas de los ochenta y los noventa en el Estado español*
Carme Ortiz Valeri, David Serra Navarro

ENSAYOS VISUALES

- 072 *La gráfica de la (contra)cultura. Un ensayo visual*
Jaume Pujagut Grau
- 099 *Dancing to someone else's tune. Authorial voice in design, and the case of Fatima Rolo Duarte's record covers*
Isabel Duarte

RESEÑA

- 110 *Alexandra Midal's Design: from architecture's accident to a totality of its own.*
Mário Moura

Inmaterial 16
Visiones del futuro: cultura visual ibérica después de la democracia, 1974-1998

CATALOGACIÓN
Inmaterial
Volumen 8, número 16
2023

ISSN Edición Digital
2462-5892

Inmaterial está abierta a todas las opiniones pero no necesariamente se identifica con las de sus colaboradores.

Inmaterial is open to the viewpoint of its collaborators but doesn't necessarily support them.

EQUIPO EDITORIAL

Coordinación editorial
Mariona Moncunill-Piñas

Documentalista
Sergi B. García

Diseño Gráfico
Lluc Rodríguez
Adrià Paz

Diseño de portada y contraportada
Lluc Rodríguez i Adrià Paz

COMITÉ EDITORIAL

Vanni Brusadin,
Universitat de Barcelona

M^a Àngels Fortea,
BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona

Mariona Genis Vinyals,
BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona

Luis Guerra,
University of the Arts Helsinki

Josep Maria Marimon Soler,
BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona

Mara Martínez Morant,
Institut Català d'Antropologia

Jorge Luis Marzo,
BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona

Ramon Rispoli,
Università degli Studi di Napoli Federico II

Jaron Rowan,
BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona

Mauricio Vico Sánchez,
Universidad de Chile

COMITÉ CIENTÍFICO

Pau Alsina,
Universitat Oberta de Catalunya

Joaquim Bestard Camps,
Universitat de Barcelona

Selina Blasco,
Universidad Complutense de Madrid

Maureen Connor,
Queens University

Manuel Delgado,
Universidad de Barcelona

Elena Dellapiana,
Politecnico di Torino

Joaquim Fontcuberta,
Fotógrafo y comisario de arte, trabajador independiente

Enric Guals,
Escola Superior de Música ESMUC

Yaiza Hernández,
Goldsmiths, University of London

Francisco Laranjo,
Universidade Lusófona

Cynthia Lizette Hurtado Espinosa,
Universidad de Guadalajara

Patricia Mayayo,
Universidad Autónoma de Madrid

Florent Orsoni,
École de Design Nantes Atlantique

Zenaida Osorio Porras,
Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia

Mariana Salgado,
Inland Design, Ministry of the Interior

Claret Serrahima,
Diseñador gráfico, trabajador independiente

www.inmaterialdesign.com
info@inmaterialdesign.com



Editorial.

Visiones del futuro: cultura visual ibérica después de la democracia, 1974-1998

Patrícia Cativo

<https://orcid.org/0000-0003-3926-0398>

Universidade Lusófona (Lisboa)

patricia.cativo@ulusofona.pt

M. Àngels Fortea

<https://orcid.org/0000-0002-8558-9568>

BAU, Centre Universitari d'Arts i Disseny de Barcelona (Barcelona)

mangels.fortea@bau.cat

Cómo citar este artículo:

Cativo, P. y Fortea, M.A., 2023. Visiones del futuro: cultura visual ibérica después de la democracia, 1974-1998. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad*, 8 (16), pp. 4-12

DOI 10.46516/inmaterial.v8.189



Este número especial de *Inmaterial. Diseño, arte y sociedad* surge del proyecto «Visiones del futuro: cultura visual ibérica después de la democracia, 1974-1998», un proyecto de investigación colaborativa que profundiza en el papel de la comunicación visual en el paisaje político único de la península ibérica (incluyendo otros territorios de España y Portugal) durante su transición hacia la democracia a finales del siglo XX. El objetivo del estudio es explorar y documentar las conexiones subrepresentadas entre los movimientos culturales que surgieron después de la democracia en ambos países, con un enfoque específico en el papel del diseño gráfico en la configuración de la cultura visual contemporánea. Con la colaboración de investigadores e instituciones ibéricas, el proyecto pretende descubrir, investigar, nutrir y difundir el vibrante legado cultural que surgió durante esta era crucial de la historia europea.¹

Examinar la península ibérica requiere considerar la historia social y económica única de esta periferia del sur de Europa. Portugal (1974) y España (1977) inauguraron modelos de gobernanza democrática en esta región, poniendo fin a décadas de sistemas autoritarios y conservadores. A pesar de las especificidades históricas de cada país y de algunas oscilaciones temporales, ambos países fueron escenario de una serie de procesos complejos y simultáneos que se dieron en la sociedad civil, como el crecimiento económico y el desarrollo social, el surgimiento de la cultura popular, la implementación de hábitos de consumo, y la apertura a la diversidad cultural. Estos cambios conducen al surgimiento de la cultura contemporánea, impulsada por una serie de movimientos contraculturales que desafiaron las normas e ideologías existentes, allanaron el camino para una escena cultural floreciente y fomentaron la apertura a la diversidad cultural y a la expresión de debates alternativos sobre diversos temas.

La mayoría de estas transformaciones se desarrolló en el marco del debate posmoderno, una respuesta más amplia y multifacética a la ideología modernista. Acorde con el amplio alcance del posmodernismo, los objetos y los autores estaban inherentemente comprometidos en lo político, y todas las formas de autoridad y estructuras de poder se cuestionaron con vehemencia. La introducción de discursos alternativos sobre género, medioambiente, minorías culturales, y alta versus baja cultura, también caracterizaron este periodo de transición crucial.

1 «Visions of the future» es un proyecto piloto de los Iberian Design Archives (<https://iberiandesignarchives.org>), una red de centros e instituciones de investigación comprometidos con la promoción de un estudio compartido de la cultura visual entre Portugal y España. Fue organizado por el Center for Other Words (COW), DELLI de la Universidade Lusófona de Lisboa, el Grup de Recerca en Disseny i Transformació Social (GREDITS) y BAU, Centro Universitario de Artes y Diseño de Barcelona.

El presente número recoge dos artículos originales, dos ensayos visuales y una reseña de libro que examinan cómo el diseño de la comunicación sirvió como un «pivote de cambio» y se comprometió con las complejidades culturales de este contexto histórico. La intersección del debate posmoderno y el marco político y cultural de Portugal y España durante esta época presenta vías interesantes para la investigación en comunicación visual.

El artículo «La construcción de la identidad gráfica de las instituciones públicas de Galicia en la posmodernidad (1979-1999): la reinterpretación de los símbolos propios a partir de los mitos-de-lugar» de los autores Marcos Dopico, Jesús Vázquez Gómez y Cibrán Rico López, tiene como objeto de estudio la renovación de la identidad visual de las administraciones públicas producida con la llegada de la democracia. En concreto, a través de varios casos de estudio, analiza las singularidades del diseño corporativo institucional y territorial de Galicia en los años ochenta y noventa. El artículo evidencia cómo la búsqueda de los nuevos símbolos identitarios gallegos se movió entre la contradicción del rigor del proyecto moderno y los nuevos postulados de la posmodernidad. Según los autores, la reinterpretación que se produjo de la tradición atlántica, concretamente de los símbolos propios como mitos-de-lugar, frente al concepto de «mediterraneidad» dominante, ha otorgado a la identidad gallega una imagen atemporal, diferenciada y de vigencia hasta la actualidad.

El segundo artículo, «*Papers d'Art*, proyecto editorial desde la periferia: la eclosión de las revistas de arte contemporáneo en la década de los ochenta y noventa en el Estado español», como su título indica, se centra también en el contexto español y en las décadas de los ochenta y noventa. En este caso, el objeto de investigación es el sector editorial cuando se produjo una eclosión de revistas de arte y cultura contemporáneas de formatos, intenciones y misiones muy diferentes. Centrándose en un caso de estudio —el análisis de la revista *Papers d'Art*, publicada en Cataluña y vinculada a una iniciativa privada—, sus autores, Carme Ortiz y David Serra, quienes además tuvieron una vinculación experiencial con ella, nos descubren las dificultades que atravesaron los proyectos editoriales de este tipo (las revistas de arte) debido, principalmente, a un contexto desestructurado.

En este número de *Inmaterial*, contamos también con dos ensayos visuales. El primero de ellos está dedicado al sector editorial español contracultural y es obra de Jaume Pujagut Grau, antiguo miembro del equipo de *Inmaterial* y coleccionista de material gráfico con el que ha estado, directa o indirectamente, vinculado de forma profesional o emocional. Su ensayo, titulado «La gráfica de la (contra)cultura. Un ensayo visual», hace un recorrido por las que él considera las publicaciones más re-

representativas del movimiento contracultural español, aparecidas en su mayoría antes de la muerte de Franco y de la instauración de la democracia en el Estado español. Si bien el autor se centra principalmente en la revista *Ajoblanco* (1974-1980/1987-1999) y en el cómic *Star* (1974-1980), por medio de la selección de portadas de revistas, fanzines, cómic (cómic para adultos), se puede apreciar cómo el discurso de la posmodernidad arraigó en la España de los setenta, y se evidencia también que las principales revistas internacionales *underground*, como la británica *Oz Magazine*, ejercieron influencia en el diseño local.

El segundo ensayo visual es una propuesta de Isabel Duarte titulada «Bailando al son de otro. La voz del autor en el diseño y el caso de las portadas discográficas de Fátima Rolo Duarte». En ella nos revela el trabajo gráfico que Fátima Rolo Duarte desarrolló durante veinte años para el sello discográfico portugués EMI – Valentim de Carvalho sin ser plenamente reconocida por ello. Siguiendo su investigación anterior, *Errata*, un proyecto dedicado a la inclusión de las diseñadoras portuguesas en la historia del diseño, Isabel indaga en el mecanismo de reconocimiento del diseñador que enfrenta el rasgo autoral al trabajo de negociación entre su sensibilidad, las exigencias de la marca y la identidad de los músicos.

Finalmente, en «El diseño de Alexandra Midal: del accidente de la arquitectura a una totalidad propia», Mário Moura reseña el libro de Alexandra Midal *Design by accident*. Moura ofrece una visión detallada del enfoque de Midal sobre la historiografía del diseño, preocupado por producir una historia del diseño «en sus propios términos», lo que «significa exigir una historia hecha por diseñadores, no por arquitectos o historiadores del arte». Este nuevo marco en la historia del diseño aborda la autonomía del diseño respecto de la arquitectura desde el movimiento modernista hasta los años setenta. ¿Qué hace que el diseño sea una disciplina distintiva con respecto a su papel como dispositivo de extensión de la arquitectura? Estas respuestas se encuentran en el espacio doméstico como «un lugar donde la arquitectura y el diseño se cruzan». A partir de aquí, Mário Moura, profesor y crítico de historia del diseño, nos lleva por los argumentos de Midal, revela antecedentes y referencias complementarias y nos ofrece una apasionante reseña de este libro. Moura concluye que el libro de Midal es un acto de revisionismo refrescante, polémico y estimulante, que transforma el diseño en una disciplina posmoderna.

Los editores agradecen al equipo de *Inmaterial*, especialmente a Mariona Moncunill, su apoyo y ayuda que nos guiaron durante el proceso de edición.

Visions of the Future: Iberian Visual Culture After Democracy, 1974-1998 Patricia Cativo, Maria Àngels Fortea

This special issue of *Inmaterial. Diseño, arte y sociedad* stems from the project “Visions of the Future: Iberian Visual Culture After Democracy 1974-1998,” a collaborative research project that delves into the role of visual communication in the unique political landscape of the Iberian Peninsula (and all other territories within Spain and Portugal) during its transition to democracy in the late 20th century. The study intends to explore and document the underrepresented connections between the cultural movements that emerged in the democratic aftermath in both countries, with a special focus on graphic design's role in shaping contemporary visual culture. Through collaboration with Iberian researchers and institutions, the project aims to uncover, investigate, nurture, and disseminate the vibrant cultural legacy that emerged during this crucial era in European history.¹

When focusing this study in the Iberian Peninsula is it necessary to reflect on the unique social and economic history of this peripheral territory in Southern Europe. Portugal (1974) and Spain (1977) inaugurated models of democratic governance in this region, putting an end to decades of authoritarian and conservative systems. Despite the historical specificities of each country and some temporal oscillations, both countries were the scene of a series of complex and simultaneous processes that occurred in civil society, such as: economic growth and social development, the emergence of popular culture, the implementation of consumption habits and the openness to cultural diversity. These changes lead to the emergence of contemporary culture, fueled by a series of counter-culture movements that challenged existing norms and ideologies and paved the way for a flourishing cultural scene, fostering openness to cultural diversity and the expression of alternative debates on various issues.

Most of these transformations unfolded in the context of the postmodern debate, a broader and multifaceted response to modernist ideology. Under the wide scope of postmodernism, objects and authors were inherently politically engaged, and all forms of authority and power structures were vehemently questioned. The introduction of alternative discourses on gender, the environment, cultural minorities, and *high* versus *low* culture also characterized this pivotal transition period.

¹ “Visions of the Future” is a pilot project of the Iberian Design Archives (<https://iberiandesignarchives.org/>), a network of research centers and institutions, engaged to promote a shared study of visual culture between Portugal and Spain. Hosted by COW (Center for Other Words – DELLI, Universidade Lusófona, Lisboa) and GREDITS (Grup de Recerca en Disseny i Transformació Social – BAU, Centro Universitario de Artes y Diseño de Barcelona).

The current issue welcomes two original articles, two visual essays and a book review that examine how communication design served as a “pivot of change” and engaged with the cultural complexities of this historical context. The intersection of the post-modern debate and the political and cultural frame of Portugal and Spain during this period presents intriguing avenues for research in visual communication.

The article *The construction of the graphic identity of the public institutions of Galicia in postmodernity (1979-1999)*: The reinterpretation of their own symbols based on place myths by the authors Marcos Dopico, Jesús Vázquez Gómez and Cibrán Rico López focuses on the renewal of the visual identity of public administrations, which occurred with the arrival of democracy. Specifically, through several case studies, it analyses the singularities of the institutional and territorial corporate design of Galicia in the 80s and 90s. The article shows how the search for new Galician identity symbols moved between the contradiction of the rigor of the modern project and the new postulates of postmodernity. According to the authors, the reinterpretation of the Atlantic tradition, specifically of its symbols as place myths, compared to the dominant concept of “Mediterraneanness”, has given the Galician identity a timeless, differentiated image that is still valid in the present day.

The second article, *Papers d'Art, editorial project from the periphery: the emergence of contemporary art magazines in the eighties and nineties in the Spanish State*, as its title indicates, also focuses on the Spanish context and the 80s and 90s. Yet, in this case, the object of research is the publishing sector at a time when contemporary art and culture magazines with very different formats, intentions and missions were flourishing. Focusing on a case study, the analysis of the magazine *Papers d'Art*, published in Catalonia and linked to a private initiative, its authors, Carme Ortiz and David Serra, who also had an experiential connection with it, reveal the difficulties that this type of editorial project (art magazines) suffered due, mainly, to an unstructured context.

For this issue of *Inmaterial*, we have two visual essays. The first one is dedicated to the countercultural Spanish publishing sector and is the work by Jaume Pujagut Grau, a former member of the journal's team and a collector of graphic material with which he has been, directly or indirectly, professionally or emotionally linked. His essay, titled *The graph of (counter)culture. A visual essay*, takes a tour of what he considers the most representative publications of the Spanish countercultural movement, most of which appeared before Franco's death and the establishment of democracy in the Spanish State. Although the author focuses mainly on the magazine *Ajoblanco* (1974-1980 / 1987-1999) and the comic *Star* (1974-1980), through the selection of

covers that he presents to us from magazines, fanzines, comix (comics for adults), it is clear how the discourse of postmodernism took root in Spain in the 70s, and how the main international underground magazines, such as the British Oz Magazine, influenced local design.

The second visual essay is a proposal by Isabel Duarte entitled *Dancing to someone else's tune. Authorial voice in design, and the case of Fatima Rolo Duarte's record covers*. It reveals the graphic work that Fátima Rolo Duarte developed over 20 years for the Portuguese record label EMI – Valentim de Carvalho, without being fully recognized for it. Following her previous research, *Errata*, a project dedicated to the inclusion of Portuguese female designers in the design history, Isabel investigates the designer's mechanism of recognition due to an authorial trait as opposed to a negotiation between their sensitivity, the demands of the label and the identity of the musicians.

Finally, in *Alexandra Midal's Design: from architecture's accident to a totality of its own*, Mário Moura reviews Alexandra Midal's book *Design by accident*. Moura provides a close overview of Midal's approach to design historiography, which aims to produce a history of design "on its own terms", which "means demanding a history made by designers, not architects or art historians". This new framework in design history tackles design autonomy from architecture since the modernist movement until the seventies. What makes design a distinctive discipline, as opposed to its role as an extension of architecture? These answers are found in the domestic space as "a place where architecture and design intersect." From here, Mário Moura, a design history teacher and critic, takes us through Midal's arguments unveiling background and complementary references and providing us with an exciting review of this book. Moura concludes that Midal's book is a refreshingly polemic and stimulating act of revisionism, which transforms design into an inherently post-modern discipline.

The editors would like to thank the *Inmaterial* team, especially Mariona Moncunill for their support and help that guided us through the editing process.

Patrícia Cativo

Doctora en Diseño por la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Lisboa y licenciada en Diseño de Comunicación – Artes Gráficas por la Escuela de Bellas Artes de la Universidad de Oporto. Es profesora asistente en el curso de Diseño de la Comunicación en la Universidad Lusofónia de Lisboa. Es miembro del COW (Center for Other Words), donde realiza un proyecto de investigación en historia del diseño gráfico de principios de los años noventa en Portugal. Trabaja de forma independiente como diseñadora gráfica.

PhD in Design from the School of Architecture of the University of Lisbon and Degree in Communication Design – Graphic Art from the School of Fine Arts of the University of Porto. She is an Assistant Professor in the Communication Design course at Lusofónia University, Lisbon. She is a member of COW (Center for Other Words), where she undertakes a research project in Graphic Design History in Portugal during the early nineties. She works independently as a graphic designer.

M. Àngels Fortea

Doctora en Diseño por la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente es profesora del Grado en Diseño de BAU, Centro Universitario de Artes y Diseño de Barcelona, donde también coordina el Departamento de Contextos Culturales e investiga como miembro de GREDITS (Grup de Recerca en Disseny i Transformació Social).

Como investigadora se ha especializado en Historia del Diseño, siendo sus campos de interés: el diseño, en general; el diseño gráfico y la comunicación visual, más específicamente; la cultura pop y los *sixties* en el diseño gráfico. Actualmente, su interés se focaliza en diseño y género, en concreto en dar visibilidad a las diseñadoras gráficas y luchar por el reconocimiento de su trabajo y aportación al ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual intentando, de esta manera, poner fin a una situación histórica de discriminación de género.

Es miembro del Patronato de la Fundación Historia del Diseño.

PhD in Design from the Faculty of Fine Arts of Universitat de Barcelona. Degree in Advertising and Public Relations from the Universitat Autònoma de Barcelona. She is a lecturer of the Degree in Design at BAU, College of Arts & Design of Barcelona, where she also coordinates the Department of Cultural Contexts and does research as a member of GREDITS (Design and Social Transformation Research Group).

As a researcher she has specialized in the History of Design, being her fields of interest: design, in general; and more specifically, graphic design and visual communication; pop culture and the sixties in graphic design. Currently, her interest is focused on design and gender, and, in particular, on giving visibility to female graphic designers and fighting for the recognition of their work and contribution to the field of graphic design and visual communication. She is, thus, attempting in this way, to put an end to a historical situation of gender discrimination.

She is a member of the Board of Trustees of the Design History Foundation.

La construcción de la identidad gráfica de las instituciones públicas de Galicia en la posmodernidad (1979-1999): la reinterpretación de los símbolos propios a partir de los mitos-de-lugar

Marcos Dopico Castro

<https://orcid.org/0000-0003-0212-3322>

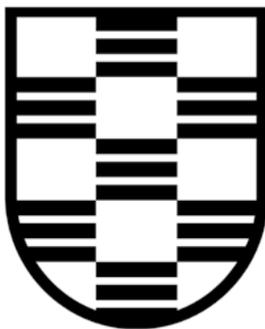
Universidad de Vigo, facultad de Diseño (Pontevedra)

mdopico@uvigo.gal

Jesús Vázquez Gómez y Cibrán Rico López

Investigadores independientes

describir@gmail.com



Recibido: 19/10/2023

Publicado: 22/12/2023

Cómo citar este artículo:

Dopico Castro, M., Vázquez Gómez, J. y Rico López, C., 2023. La construcción de la identidad gráfica de las instituciones públicas de Galicia en la posmodernidad (1979-1999): la reinterpretación de los símbolos propios a partir de los mitos-de-lugar. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad*, 8 (16), pp. 13-41

DOI 10.46516/inmaterial.v8.187



Resumen

La llegada de la democracia a España supuso la descentralización del Estado y una oportunidad para repensar una compleja identidad cuyas diferentes sensibilidades nacionales habían sido cercenadas y perseguidas durante la dictadura. El diseño emergió como una herramienta de vanguardia, y la identidad visual de los nuevos estamentos políticos; ministerios, autonomías, diputaciones, ayuntamientos y demás entidades territoriales abordaron una urgente renovación de su imagen con resultados dispares. En Galicia, la primera generación de diseñadores y diseñadoras con conciencia de serlo, protagonizaron una búsqueda de novedosos símbolos identitarios.

Siguiendo las nuevas ideas posmodernas, reinterpretaron la tradición desde la esquina atlántica en contraposición al concepto de «mediterraneidad» dominante. Recurrieron a los símbolos ancestrales como la vieira del peregrino, la Cruz de Santiago, los símbolos de la cultura castrexa o las reinterpretaciones de heráldica con la complicidad política de instituciones que buscaban una identidad singular y un encaje propio. Los estudios de diseño construyen sobre las ideas de sus predecesores, aquellos diseñadores-artistas que habían intentado el proyecto casi utópico de los años sesenta y setenta del Laboratorio de Formas de Galicia. El diseño gráfico en la Galicia de los ochenta y noventa se movió entre la contradicción de descubrir, al mismo tiempo, el rigor del proyecto moderno y los nuevos postulados posmodernos. Este artículo pretende analizar las singularidades del diseño corporativo institucional y territorial en Galicia en la época posmoderna, mediante la reinterpretación de una serie de símbolos propios como mitos-de-lugar que han definido hasta la actualidad una identidad gráfica diferenciada.

Palabras clave

Identidad territorial, posmodernidad, símbolos, identidad corporativa, tradición

The construction of the graphic identity of the public institutions of Galicia in the postmodern era (1979-1999): The reinterpretation of their own symbols based on place myths

Abstract

The advent of democracy in Spain led to the decentralization of the State and an opportunity to reconsider a complex identity whose various national sensibilities had been stifled and persecuted during the dictatorship. Design emerged as a cutting-edge tool, and the visual identity of new political entities such as ministries, autonomous regions, councils, municipalities, and other territorial entities underwent an urgent renewal with varied results. In Galicia, the first generation of designers with a conscious identity embarked on a quest for new identity symbols. Pursuing postmodern ideas, they reinterpreted tradition from the Atlantic perspective, contrasting with the dominant “Mediterranean” concept. They drew upon ancestral symbols like the pilgrim’s scallop shell, the Santiago Cross, symbols of the Castro culture, or heraldic reinterpretations, politically supported by institutions seeking a distinctive identity. Design studios built upon the ideas of their predecessors, designers-artists who had pursued the almost utopian project of the 1960s and 1970s at the Galicia Laboratory of Forms. Graphic design in 1980s and 1990s Galicia oscillated between discovering the rigor of the modern project and embracing new postmodern principles. This article aims to analyze the specificities of institutional and territorial corporate design in postmodern Galicia through the reinterpretation of symbols as place myths, shaping a distinct graphic identity to this day.

Keywords

Territorial Identity, postmodernity, symbols, corporate identity, tradition

Metodología

El siguiente artículo se basa en el análisis de una serie de casos de estudio que ejemplifican la creación de símbolos e identidades corporativas vinculadas al territorio, creadas en Galicia en los años ochenta y noventa. Previamente se realiza una contextualización histórica y un análisis de aquellos símbolos que durante siglos han definido la identidad gallega, a partir de los cuales se puede realizar una trazabilidad de su influencia en el diseño gráfico durante la posmodernidad. La investigación se acota a aquellos símbolos e identidades creados para las administraciones públicas como ejemplos de las estrategias de identidad territorial diferenciadas con respecto al resto del Estado.

Introducción: los símbolos de Galicia

La llegada de la democracia a España y la descentralización del poder, junto con la apertura política y económica, pusieron al país ante la necesidad de redefinir su identidad para dejar atrás tiempos pasados. Los profesionales del diseño que comenzaron su andadura hacia finales de los setenta en Galicia, trataron de responder a las grandes expectativas de un país en ebullición e intentaron definir una nueva identidad gráfica acorde con el desafío. La historiadora María Luisa Sobrino señaló, desde las páginas del catálogo de la exposición «La creación de lo necesario. Aproximaciones al diseño en el siglo XX en Galicia», celebrada en el museo MARCO de Vigo en 2004, a propósito de la situación a principios de los ochenta, lo siguiente:

Tanto el abundante número de encargos institucionales como la aparición de iniciativas privadas buscaron una representación acorde con las expectativas que desde el terreno de la moda, la música y desde la cultura en general se empezaron a generar en aquel momento (Sobrino, Segade y Barro, 2004, p. 174).

Tal como indica Sobrino, esa efervescencia creativa había llegado en forma de estallido cultural, con un resurgimiento de las artes plásticas de la mano del grupo Atlántica¹, la nueva escena musical protagonizada por los grupos de la Movida viguesa y el diseño de moda con su base empresarial junto a la marca aglutinadora Galicia Moda².

1 El Grupo Atlántica, vinculado a la posmodernidad, fue un movimiento renovador de las artes plásticas en Galicia durante la década de los ochenta. Estaba compuesto por una veintena de artistas multidisciplinares entre los que se encontraban también diseñadores como Alberte Permuy. Surgió al amparo de la llegada de la democracia, los cambios sociopolíticos y la necesidad de renovación del arte contemporáneo en Galicia.

2 Galicia Moda fue la primera tentativa de invención de una imagen de marca para la promoción de la incipiente industria de la moda en Galicia en los años ochenta. Formada por una asociación, una campaña de máquetin y una revista promovida por la administración gallega, fue coordinada y dirigida por el publicista Luis Carballo, que sembró la semilla de la actual potente industria del diseño de moda en Galicia.

A la luz de la influencia de ese entorno creativo, el diseño gráfico asumió la tarea tan necesaria de una renovación de la imagen. Ante este contexto, los profesionales del diseño buscaron en su historia y rescataron una serie de símbolos que ya habían representado su identidad a lo largo de los siglos para redefinir un nuevo imaginario colectivo aplicando los postulados del diseño gráfico.

Una de las estrategias esenciales de la posmodernidad, la apropiación de la historia y la recuperación de los símbolos como mitos-de-lugar a los que nos referiremos más adelante, presentó en Galicia tanto similitudes como diferencias con otros territorios. La disciplina de la identidad corporativa institucional acudió a símbolos como el de la vieira del peregrino, los signos lapidarios de los trabajos de cantería, los petroglifos de la cultura castrexa, los símbolos de la tradición heráldica, la cruz de Santiago y los signos de los oficios, entre otras manifestaciones gráficas más globales.

Más allá de atribuciones identitarias, estas expresiones en Galicia definieron un canon simbólico, un catálogo de registros gráficos capaces de transmitir significado más allá de su forma, y cuyas reinterpretaciones se convirtieron en protagonistas del diseño gráfico posmoderno. Planteado como fórmula de continuidad, podemos definir una trazabilidad de determinados registros gráficos que, con variaciones o resignificaciones, han pervivido en la memoria de la sociedad como un repositorio colectivo con capacidad de comunicación atemporal.



1. Ilustración de vieira creada por Alfonso R. Castelao y usada en diferentes números de la Revista Nós. Elaboración de los autores.

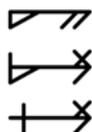
Uno de los símbolos con mayor protagonismo en este ideario es sin duda la imagen gráfica de la concha de la vieira, un símbolo de la peregrinación a Santiago de Compostela desde el siglo XII. La competencia de los lugares santos del cristianismo en Palestina obligó en 1099 a Diego Xelmírez, arzobispo de Compostela, a idear un símbolo que certificara en su peregrinar la llegada a las costas gallegas del fin del mundo, a la tumba del Apóstol Santiago. Por extensión, la vieira de los peregrinos se convirtió en su evolución también en la imagen de toda Galicia, después de aparecer

representada en lugares icónicos como el Códice Calixtino del siglo XIII o como símbolo de la Casa de la Moneda. Ya en las primeras décadas del siglo XX se convirtió en un emblema popular y en símbolo del galleguismo político y cultural. En la resignificación de la institucionalidad democrática a finales del siglo XX se recuperó como imagen de muchas instituciones e iniciativas públicas como el Xacobeo, el Consorcio de Santiago, el Camino de Santiago y la marca Galicia Calidade.

Las denominadas marcas de cantería, creadas originalmente para la identificación de la producción de los trabajos de labrado de los artesanos en iglesias y castillos, establecieron un repertorio formal propio de signos sencillos tallados con cincel sobre granito para transmitir la idea de grupo o marca familiar. Más allá de las formas originales, estas poseían la particularidad de evolucionar hacia un alfabeto gráfico que influyó definitivamente en la definición de la denominada «letra gallega», un diseño tipográfico básico protagonista de muchas identidades corporativas hasta la actualidad. Otras marcas vinculadas a la artesanía y a los oficios desde la Edad Media, como los casos de las marcas de marineros de A Guarda (Pontevedra) o las marcas de comerciantes y artesanos en Noia (A Coruña) conformaron muestras de símbolos y sistemas gráficos primigenios, precedentes de lo que hoy entendemos como identidad corporativa.



2. Ilustraciones gráficas de diferentes marcas de cantería de la época medieval. Elaboración de los autores.



3. Esquemas gráficos elaborados a partir de marcas de los marineros de A Guarda (Pontevedra). Edad Media hasta la actualidad. Elaboración de los autores.



4. Esquemas gráficos elaborados a partir de ejemplos de marcas gremiales presentes en el cementerio de Santa María a Nova de Noia (A Coruña). Edad Media. Elaboración de los autores.

En Galicia, así como en toda la Europa medieval, la heráldica, por medio de los escudos de armas, tuvo un especial desempeño en la construcción simbólica. La fusión de sellos, monedas y pendones configuraron un sistema heráldico acorde con reglas estrictas que se consolidaría en el siglo XII y que daría como resultado unos diseños con colores y combinaciones geométricas. Ejemplos como el escudo de los

3 La Ley de símbolos de Galicia 5/1984 del 29 de mayo detalla con exactitud la bandera, el escudo y el himno. La descripción heráldica del segundo es el resultado de una evolución histórica que parte de la primera representación conocida del escudo de armas del Reino de Galicia, recogido en el armorial Segar's Roll de 1282. En 1972 la Real Academia Galega adopta en sesión plenaria el modelo definitivo de este símbolo oficial.

Fonseca, Ulloa, Taboada, Mariño, Torrado o el de Galicia³, con un cáliz que apareció documentado por primera vez en el Segar's Roll alrededor de 1282, ejercieron una especial influencia sobre la idea de la representación de los símbolos territoriales en las nuevas identidades corporativas de las ciudades gallegas e incluso del propio gobierno autonómico.



5. Esquemas gráficos elaborados a partir de los escudos de armas de la Casa Fonseca, Casa Ulloa (Siglos XII-XIII) y primer escudo conocido de Galicia, Segar's Roll. Ca. 1282. Elaboración de los autores.

Otra línea de trabajo en la creación de símbolos de identidad nos remite al patrimonio cultural de la «cultura castrexa», desarrollada entre la Edad de Bronce y principios de nuestra era en el noroeste peninsular y con especial relevancia en el territorio gallego. Formas ancestrales, símbolos primigenios encontrados en castros, petroglifos con formas primigenias, joyas y utensilio fueron puntos de partida para el diseño de la gráfica del Laboratorio de Formas de Galicia y posteriormente de otras identidades institucionales que explotaron el sentimiento de pertenencia a una cultura propia.

Muchos de estos elementos gráficos, considerados como propios, se asimilaron a otros vinculados a culturas lejanas. Sin embargo, la geografía cultural, las circunstancias propias de cada territorio, su clima, su paisaje, su geología, su lengua y todo el conjunto de circunstancias sociales, económicas y políticas en cada momento de la historia conformaron singularidades propias.

El precedente del Laboratorio de Formas. El rescate de los símbolos de la cultura gallega

En la configuración de este universo de símbolos arraigados al territorio que el diseño gráfico gallego explotaría hacia finales de siglo XX, existió un precedente fundamental previo al trabajo desarrollado más tarde en la posmodernidad. Se trata del trabajo del Laboratorio de Formas de Galicia, una sociedad instrumental creada por los artistas y diseñadores Luis Seoane e Isaac Díaz Pardo en 1968 y que albergó empresas como la Cerámica de Sargadelos y Cerámicas do Castro, Ediciós do Castro, el Seminario de Sargadelos, el Instituto Galego de Información y muchas otras entidades de

los ámbitos empresarial y cultural. El objetivo principal del Laboratorio de Formas era la recuperación de las depauperadas identidades cultural y empresarial de Galicia en la época de la dictadura franquista. El laboratorio desarrolló una identidad visual distintiva en todas sus manifestaciones gráficas basada en la creación de símbolos integrados a un sistema escalable y reconocible, reinterpretando y estudiando las formas históricas y la tradición gallegas. Su poder identitario no descansó solo en los tradicionales símbolos identificativos básicos, sino que integró también elementos considerados secundarios como los patrones gráficos decorativos, las gamas cromáticas o la creación de *lettering* y tipografías personalizadas como elemento clave de la identidad.

Este enfoque innovador permitió crear una identidad gráfica pionera en Galicia y un sistema de expresión propio, referente para generaciones futuras. A pesar de las tendencias globales hacia la uniformidad estética desarrolladas en esa época por el proyecto moderno, la gráfica del Laboratorio de Formas sirvió de puente generacional entre la modernidad y la posmodernidad, inspirada en diversas fuentes para crear su propio ecosistema de expresión gráfica. Estas fuentes iban desde el trabajo de los maestros canteros en las iglesias, cruceros e inscripciones lapidarias de larga tradición en Galicia del Románico al Barroco, elementos gráficos y motivos rescatados de las fachadas de la arquitectura popular, temas formales de los petroglifos y la cultura castreña y la tradición cerámica hasta los símbolos gráficos creados en los oficios de la práctica artesanal. Además de estas influencias patrimoniales, también se inspiraron en los referentes de las vanguardias históricas como la Bauhaus y en modelos del proyecto moderno como la Escuela de Ulm. Esta fusión de tradición y modernidad manifestaba un anhelo de enriquecer el mundo con la diferencia⁴, una idea recogida ya en el Manifiesto del Laboratorio de Formas como intención de singularidad con respecto a la estandarización.



6. Díaz Pardo, I., 1967. Símbolo del Laboratorio de Formas y de la editorial Edición do Castro.

Un aspecto fundamental del Laboratorio de Formas fue su capacidad para preservar y reinterpretar los símbolos y las tradiciones gallegas en sus diseños. Crearon un ecosistema de símbolos gráficos en torno al Laboratorio y el Seminario de Estudios

4 Manifiesto del Laboratorio de Formas, publicado en el Cuaderno n.º 1 del LF en Edición do Castro, 1970.



7. Díaz Pardo, I., 1964. Símbolo de Cerámica de Sargadelos.



8. Díaz Pardo, I., 1977. Logotipo para el IGI Instituto Galego de Información.

Cerámicos, principalmente por medio del trabajo de Isaac Díaz Pardo, Luis Seoane y diseñadores allí formados como Xosé Vizoso. Estos símbolos compartían características comunes y formaban parte de los elementos identificativos básicos de las instituciones del Laboratorio de Formas. Uno de los más destacados fue el imago tipo del Laboratorio, creado por Isaac Díaz Pardo en 1967 e inspirado en las formas de un castro y en el botijo característico de Buño, elementos asociados a la cultura castreña. A nivel popular, uno de los símbolos con mayor reconocimiento fue la cerámica de Sargadelos, diseñada por Isaac Díaz Pardo en 1964 a partir de un viejo sello de la primera etapa de la fábrica, como una representación solar de formas helicoidales. El Laboratorio de Formas también influyó en la construcción de identidades para otras entidades relacionadas, como la del Instituto Galego de Información, un logotipo basado en la tipografía característica del Laboratorio con formas orgánicas y curvas helicoidales.

9. Díaz Pardo, I., 1964. Logotipo para Cerámica de Sargadelos, compuesto en una de las tipografías personalizadas para la marca.

SARGADELOS

Cada una de estas instituciones adoptó símbolos y tipografías específicas que se utilizaron en diversas aplicaciones gráficas, como carteles y publicaciones editoriales, embalajes, señalizaciones de las fábricas y tiendas, que forjaron una conexión visual coherente y distintiva entre sus productos. El Laboratorio de Formas también se distinguió por su enfoque pionero en la tipografía personalizada, integrada a su filosofía y a su idea gráfica. Estos *lettering* y familias tipográficas se sustentaron en representaciones orgánicas, curvas y helicoidales conectadas con los símbolos gráficos, con diversas ligaduras y un espacio entre letras ajustado, y también en la repetición y la variación de formas tipográficas desde unas mismas pautas estéticas y formales, que originaron un sistema tipográfico pionero en la creación *ad hoc* de tipografías para identidades corporativas.

El Laboratorio de Formas de Galicia se destacó por su capacidad para instaurar una identidad visual distintiva apoyada en el estudio y en la reinterpretación de las formas presentes en la historia y la tradición gallegas. Su perspectiva innovadora, que combinaba elementos tradicionales y modernos, marcó un camino y un referente en la siguiente generación posmoderna de profesionales del diseño que comenzó a trabajar hacia finales de los setenta y que enfrentó una necesaria y urgente redefinición de la identidad gallega por medio de sus símbolos en la democracia.

La urgencia de construcción de símbolos comunes. La proyección internacional

La década de los noventa supuso la consolidación de la democracia en España, pero ya desde la década anterior había comenzado una estrategia de renovación de los símbolos de identificación de su imagen pública, derivada de la descentralización del Estado y de la creación de nuevas entidades gubernamentales. Ya en 1985, el diseñador Alberto Corazón, en el catálogo de la exposición «El diseño en España», del MNCARS, puso de relieve la importancia del papel de las administraciones públicas en esa política coordinada de diseño: «En estos momentos, ministerios y consejerías de comunidades autónomas son, cuantitativa y cualitativamente, el principal cliente de los diseñadores» (Corazón, 1985, p. 180). Pero fue solo a principios de los noventa, con una apuesta decidida por grandes eventos internacionales que proyectaron al exterior la imagen del país, cuando el diseño adquirió una relevancia fundamental. Se trataba de equipararse con aquellos países democráticos de nuestro entorno y realizar una puesta de largo aliento de una joven democracia con grandes esperanzas. El Quinto Centenario del descubrimiento de América, la Expo de Sevilla y sobre todo las olimpiadas de Barcelona 92 fueron acontecimientos que obligaron a repensar la imagen de un país en clave de vanguardia, adoptando el diseño como una herramienta estratégica hasta esos momentos inédita.

Desde la mirada del diseño, desarrollar una identidad para un país que renacía resultó ser una tarea complicada en virtud de su diversidad cultural y política. En 1992, de nuevo Alberto Corazón, a propósito del proyecto gráfico de la Expo92 enfatizó este desafío al afirmar: «El retraso en la construcción y asunción de un sistema de símbolos de identificación con la España democrática» (Corazón, 1992, p. 72) aludiendo a las dificultades para encontrar y reconocer una única cultura visual en un país que exhibió múltiples estratos culturales y la distorsión de los símbolos patrióticos durante la dictadura. Por primera vez, las autoridades gubernamentales confiaron en los profesionales del diseño para realizar la tarea de crear nuevos símbolos identitarios concebidos a partir de valores y referencias históricas compartidas y que a la vez proyectaran una idea de modernidad. Sin embargo, la elaboración de esta imagen

de país se realizó de forma descentralizada, más que una planificación ordenada, confiando en el talento individual de las nuevas figuras del diseño surgidas en la posmodernidad. Prueba de ello fueron las dispares estrategias con desigual resultado desde el punto de vista del diseño de los dos principales eventos como Barcelona 92⁵ y la Expo de Sevilla⁶. La identidad visual de los Juegos Olímpicos se fundamentó en una noción de «mediterraneidad» de trazos pictóricos espontáneos, utilizando un estilo gráfico cálido, expresivo y posmoderno inspirado por artistas como Miró, Picasso, Dalí, Gaudí y Tàpies.

Esta representación visual, asentada en trazos pictóricos expresivos, se venía empleando desde los años ochenta con el propósito de dejar atrás los clichés folclóricos y los símbolos patrióticos de la época de la dictadura. Artistas como Joan Miró y Antoni Tàpies influyeron en esta idea al originar identidades visuales a partir de fragmentos de sus obras, como sus carteles para la Copa Mundial de Fútbol de 1982 o el emblema del Sol de Miró⁷ utilizado como identidad nacional desde 1983. Las agencias de *branding* también popularizaron este estilo, tal como sucedió con la identidad corporativa de La Caixa⁸, diseñada por la agencia Landor Associates a partir de un encargo a Joan Miró en 1980. Otros ejemplos incluyen el trabajo de Pepe Gimeno para el Institut de Turisme de Valencia en 1987, la imagen de «Barcelona, més que mai» de Pepino García en 1984 y la marca «Moda de España» desarrollada por el estudio Taula de Disseny en 1981. Siguiendo esa idea de «mediterraneidad» de trazos espontáneos, el diseñador Josep María Trias concibió la idea del logotipo olímpico. El experto en diseño gráfico para las olimpiadas, Markus Osterwalder, explicó su génesis:

5 El símbolo de la candidatura olímpica de Barcelona 92 fue obra de América Sánchez en colaboración con Carmen Vives; el dossier de presentación fue obra de Toni Miserach; el logotipo, pictogramas de señalización y la gráfica de los juegos corrió a cargo de Josep María Trias; la mascota Cobi fue creada por Xavier Mariscal; los carteles de las instalaciones olímpicas fueron obra de Pilar Villuendas y Josep Ramón Gómez y la antorcha olímpica fue un trabajo de André Ricard.

6 En el caso de la Expo 92, junto al meritorio logotipo de Carlos Rolando y las publicaciones de Oscar Mariné y Roberto Turégano, se realizaron concursos para la creación de la mascota y el cartel oficial, que arrojaron un resultado menos cohesionado como imagen de un país. La propuesta ganadora para la mascota oficial, Curro, fue obra del diseñador alemán Heinz Edelmann. En cuanto al cartel oficial, se hizo un concurso por invitación cuyo ganador fue el ilustrador francés Guy Billout, aunque finalmente no se utilizó, porque se optó por otros trabajos que participaron en el mismo concurso, como los de Oscar Mariné o Javier Romero.

7 En 1983 el gobierno de España, por medio de la sociedad Turespaña, encargó a Joan Miró la imagen de la campaña «Spain, everything under the sun». Un símbolo de carácter abstracto en forma de sol y estrella, elementos recurrentes en la obra de Miró, junto con una tipografía, se convirtió en la primera marca país para identificar a España como destino turístico internacional, después de que varios gobiernos autonómicos hubieran creado identidades para sus regiones.

8 En 1980 la agencia internacional de *branding* Landor colaboró con Joan Miró en la creación de la nueva marca de La Caixa. El logotipo, que consiste en un fragmento de una obra de Miró compuesto por una estrella azul de cinco puntas junto con dos puntos en los colores de la bandera catalana, continúa siendo en la actualidad la imagen de CaixaBank.

Desde un punto de vista gráfico, Barcelona rompió con todas las reglas conocidas y desarrolló un estilo propio. Esto ya es evidente en la elección del emblema de los juegos: tres pinceladas pintadas a mano, el mayor contraste posible con los emblemas geométricos de anteriores juegos olímpicos (Osterwalder, 2019, p. 108).

El historiador del diseño Guy Julier analizó esta tendencia del diseño gráfico en España en los ochenta y la relacionó con la construcción de identidades a partir de objetos como mitos-de-lugar, idea acuñada por el sociólogo Rob Shields (1991).

En el diseño gráfico en la década de los 80 en España, el uso frecuente de los gestos pictóricos ‘mironianos’ en colores primarios se convirtió en símbolo de mitos-de-lugar emergentes que daban respuesta a las nociones de espontaneidad, libertad y creatividad, términos que contrastan claramente con el pasado histórico reciente del país (Julier, 2000, p. 202).

El argumento de Shields giró en torno a la idea de que el espacio en sí no era tan importante como las prácticas culturales y sociales que allí se desarrollaban. De esta manera, la noción de mito-de-lugar construida a partir de una serie de imágenes-de-lugar que definen ese espacio, se convirtió en un aspecto clave en el diseño de identidades territoriales que conectaba con las nuevas ideas posmodernas. Tal como hemos visto, la identidad de España en los grandes eventos internacionales explotó esa idea de símbolos mediterráneos, con una imagen de una cultura abierta y creativa, pero esta no fue, ni mucho menos, una estrategia homogénea en todo el Estado. En Galicia, una de las nacionalidades históricas del país, esos mitos-de-lugar eran las formas ancestrales y los símbolos primigenios construidos desde una cultura atlántica. A propósito de los trazos pictóricos expresivos, los profesionales del diseño en Galicia optaron por representaciones de esos símbolos. Este concepto de atlantismo, planteado aquí como contraposición a la mediterraneidad, no resultó novedoso dentro del movimiento nacionalista gallego. El escritor y teórico del nacionalismo gallego Vicente Risco (1884-1963), en su libro *Teoría del nacionalismo gallego*⁹ (1920), planteó como factores diferenciales para la definición de nación la tierra, la raza, la lengua propia, la organización social, la mentalidad y el sentimiento. Risco habló de tres civilizaciones: la oriental, la mediterránea y la atlántica, incluyendo a Galicia en esta última junto a los países celtas¹⁰ que comparten un pasado común.

9 Puede consultarse la edición más actual de Vicente Risco.

10 El concepto de civilización y cultura atlántica para Vicente Risco incluye los países celtas del Atlántico Escocia, Irlanda, Isla de Man, Cornualles, Gales, Portugal y Galicia.



10 Def. Macua & García Ramos,
1989. Símbolo del Camino de
Santiago como itinerario cultural
europeo.

El primer uso de la imagen de la vieira como símbolo contemporáneo en el diseño gráfico en Galicia nos lleva a 1987. El Consejo de Europa decidió concebir la imagen y la señalización del Camino de Santiago como itinerario cultural europeo. El trabajo corrió a cargo de los diseñadores Macua & García Ramos, que realizaron un estudio previo de todos los objetos-de-lugar que desde la Edad Media se relacionaban con el fenómeno de la peregrinación. Se descartaron prendas del peregrino como la capa y el sombrero característicos, objetos como el báculo o la calabaza o símbolos más abstractos como las estrellas, la Vía Láctea o las marcas solares en favor del objeto vieira como imagen de mayor vigencia y consenso de representación de una idea de peregrinaje. De esta forma, la imagen de la vieira se reconstruyó mediante las líneas de abstracción geométrica de los once nervios que confluyen en un punto como fin del camino.



11 Def. Permy, A., 1999. Identidad
corporativa del Xacobeo 2010.

El caso más destacado de identidad visual institucional en Galicia es la marca Xacobeo, el ejemplo más significativo de la contribución de esa comunidad autónoma a la proyección internacional y apertura del país en los años noventa. La Xunta de Galicia se unió a estos eventos y revivió la secular tradición del Camino de Santiago mediante la creación de esa marca. La celebración religiosa de los años jubileos en la secuencia de 6, 5, 6 y 11 años sirvió de base para la promoción turística y cultural de la ciudad de Santiago y, por extensión, de toda Galicia. El primer Xacobeo «moderno» celebrado en 1993 supuso una primera gran oportunidad para la redefinición de

los símbolos identitarios de la imagen de Galicia al exterior. Las ediciones de 1999 y 2004 consolidaron la imagen de uno de sus grandes mitos-de-lugar más perdurables e identificables: la concha de la vieira. El autor de la identidad, Alberte Permuy, describió así su proceso de trabajo:

El símbolo se construye a partir de la repetición especular de la vieira, generando un nuevo elemento gráfico que revela el carácter excepcional del acontecimiento y resulta plenamente identificable con el evento Xacobeo y con Galicia. Se asocia con dos características inherentes al hecho xacobeo: es expansivo por su composición en aspa (brazos abiertos) y, al mismo tiempo, sugiere la idea de acogida (2008, p. 52).

12. Permuy, U., 2021. Identidad corporativa del Xacobeo 2021.



Un imagotipo simétrico y de factura racional surgido de un símbolo arraigado a la cultura del peregrinaje, representó diferentes ideas como la convergencia de caminos en Santiago, punto de encuentro de culturas, pensamiento y valores humanísticos. Después de un paréntesis en las ediciones de 2006 y 2009¹¹ en las que se prescindió de la imagen de la vieira, los números posteriores hasta la actualidad recuperaron el símbolo con ligeras variaciones. En la última edición del Xacobeo 2021-22, la diseñadora Uqui Permuy, actualizó la marca a partir del símbolo original y atendiendo a las nuevas necesidades de los soportes digitales, incluyendo una tipografía personalizada¹².



13 Def. Permuy, A., 1993. Identidad corporativa del Consorcio de Santiago.

11 El estudio compostelano Océano Visual creó la imagen de los años xacobeos 2006 y 2009. Se trata de una reinterpretación con forma de círculos de la flecha amarilla que popularizó el párroco de O Cebreiro Elías Valiña. En 1984 Valiña emprendió la tarea de señalar con una simple flecha de color amarillo pintado con brocha todo el camino francés desde Roncesvalles con el fin de guiar a los peregrinos hasta Compostela. Este es un precedente de identidad del camino que en la actualidad está integrado a su señalización oficial.

12 Producida en colaboración con la diseñadora de tipos gallega María Ramos y de Adriana Pérez Conesa.

El evento Xacobeo experimentó un éxito excepcional desde su primera edición y contribuyó a la consolidación de la imagen de la vieira como un símbolo internacionalmente reconocido de Galicia y se convirtió en uno de los objetos-de-lugar más reconocido. El mismo diseñador Alberte Permuy había trabajado unos años antes, en 1993, con el mismo símbolo en la identidad del Consorcio de Santiago de Compostela, sociedad encargada de las actividades turísticas y culturales en los Años Santos Xacobeos. En esta ocasión, la imagen de la vieira consistió en unas formas asimétricas que tendían más a la abstracción y permitían una multisignificación. Las líneas señalan el sepulcro del apóstol y representan un haz de luz de una estrella luminosa. El indiscutible vínculo de la imagen gráfica de la vieira en representación del peregrinaje a Santiago de Compostela se extendió en el diseño gráfico contemporáneo a todo tipo de ámbitos y se tornó en protagonista de infinidad de identidades, tanto desde un punto de vista amateur como institucional, tal como lo demuestran los más de cien ejemplos recopilados por el diseñador Alberto R. Rodríguez en su libro *La marca Compostela. Memoria gráfica de un símbolo* (2021).



galiciacalidade

14. Torné, X. M., 2006. Identidad corporativa de Galicia Calidade.

En los años noventa surgió Galicia Calidade, una fusión entre marca y campaña publicitaria que supo captar el orgullo por los productos locales en Galicia. Esta empresa pública, dependiente de la Consellería de Industria e Comercio de la Xunta de Galicia, usaría inicialmente una imagen pictórica de una vieira como garantía de calidad para productos y servicios gallegos. En 2006 el diseñador Xosé María Torné se encargó de la renovación de la marca en otro ejercicio de síntesis racionalista con líneas que imitan la concha bivalva. Además de su enfoque comercial, Galicia Calidade se ha transformado en una expresión popular para denotar la creatividad, fiabilidad y excelencia de lo ideado en esa ciudad, algo a lo que ha contribuido su símbolo.



TURGALICIA
DIRECCIÓN XERAL DE TURISMO

15. Grupo Re-visión diseño, 1993.
Identidad corporativa de Turgalicia.

La imagen de Galicia en el exterior no se ha limitado a la de la vieira, sino que los profesionales del diseño han dado origen a muchos otros en la posmodernidad, a partir de mitos-de-lugar propios. Las grafías de nuestros antepasados están detrás del proyecto de identidad de la Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia, Turgalicia diseñado por el Grupo Re-Visión, también en 1992, y que podríamos enmarcar dentro de esa estrategia de las diferentes administraciones para la proyección internacional y la atracción del turismo en la década de los noventa. Un diseño radial de líneas entrelazadas alude a formas encontradas en las grafías de las piedras de los castros gallegos, y nos entronca con la tradición de otros países del arco atlántico. Los objetos encontrados como herramientas, joyas y objetos de culto, ya habían sido la inspiración de maestros canteros medievales y artesanos en sus obras y objetos. Los diseñadores del Grupo Re-visión, Xosé Díaz y Pepe Barro, explicaron sus intenciones, hacia finales de los años ochenta:

El diseño en este nuevo país que deseamos tiene que llevar incorporada, queramos o no, la tradición... Los diseñadores que integramos Re-Visión tenemos clara nuestra misión: inventar, sin traumas ni fanatismos, las nuevas imágenes que necesita la sociedad gallega que agota el siglo XX y se enfrenta al siglo XXI (Díaz y Barro, 1987, p. 115).

De la reinterpretación de la heráldica a las marcas-ciudad

Estas estrategias de proyección internacional de las décadas de los ochenta y noventa no solo fueron una consecuencia de los cambios políticos. La desindustrialización de las ciudades en la posmodernidad, otro hecho económico y social, tuvo un gran impacto en la renovación del fenómeno urbano. Esto trajo como consecuencia nuevas imágenes corporativas de ayuntamientos y municipalidades que se adaptaron a esa reconfiguración de las actividades económicas. La desindustrialización de las ciudades se refiere al proceso mediante el cual la actividad económica dominante es sustituida por la producción de otro tipo de bienes y servicios más rentables, bien por el cierre, traslado o reubicación de la industria a zonas más periféricas. Esto implicó una atención renovada en las ciudades hacia sectores emergentes como el tecnológico, el turístico y el cultural, y también aspectos previamente descuidados, como la sostenibilidad, la calidad de vida en el centro de las ciudades o la movilidad urbana.

Uno de los cambios más destacados provocados por este proceso fue la transformación de las áreas urbanas en productos comercializables con una marca. La necesidad de la búsqueda de alternativas para frenar el declive demográfico y económico provocado por la pérdida de empleos en las industrias tradicionales, empujó a las

ciudades gallegas a una competencia activa para atraer alternativas económicas como el turismo cultural, inversiones diversificadas en sectores como el tecnológico, la apuesta por la educación con la creación de nuevas universidades en todas las urbes, la sanidad pública con la construcción de hospitales con la consecuente mejora en la calidad de vida y la apuesta por la creación de nuevos centros culturales y museos. Por otro lado, se puso un fuerte énfasis en la revitalización urbana, especialmente los centros históricos de las ciudades, la recuperación del espacio público para el disfrute de los ciudadanos y el fomento de la movilidad sostenible. Estas tácticas implicaron una reconsideración de la identidad de cada ciudad con el propósito de hacerlas más atractivas para la inversión, el turismo y el establecimiento de nuevas industrias.

Desde la perspectiva del diseño gráfico y de la identidad corporativa, al abordar la creación y revitalización de las marcas territoriales en la década de 1980 en adelante, se prefirieron principalmente dos enfoques: el rediseño de los símbolos heráldicos y la creación de las denominadas marcas-ciudad. Muchas ciudades eligieron actualizar con una factura formal simplificada y racionalista los símbolos que las habían identificado durante siglos, mediante sus escudos de armas o emblemas con referencias históricas. Los profesionales del diseño acudieron a estos símbolos, ya que estos habían mantenido su desempeño y capacidad de reconocimiento e identificación con un territorio o grupo social a lo largo del tiempo.

Actualizar la heráldica en el diseño contemporáneo, planteando una adaptación a las nuevas tecnologías y los nuevos soportes de comunicación y nuevas necesidades de comunicación, ha resultado una solución eficaz cuando se busca la identificación con la ciudadanía con símbolos que forman parte de su patrimonio. A diferencia de otras áreas del diseño gráfico posmoderno, esta estrategia no buscó una ruptura radical, sino una sistematización del diseño corporativo y una coherencia en la aplicación de los elementos básicos de las identidades territoriales. Ejemplos exitosos de esta síntesis formal se encuentran en los rediseños de los escudos de armas de diferentes ciudades de Galicia.



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña

16. Trias, J. M., 1986 Identidad corporativa del Ayuntamiento de A Coruña. Trias Quod Design.



CONCELLO DE OLEIROS

17. Permuy, A., 1991. Identidad corporativa del Ayuntamiento de Oleiros (A Coruña).

La ciudad de A Coruña posee un escudo de armas, como identidad gráfica desde hace 400 años, que cuenta la historia mitológica de la lucha de Hércules contra el gigante Xerión a los pies de la Torre de Hércules, que dio lugar a la fundación de la ciudad. Este viejo escudo, que mezcla las imágenes de la Torre de Hércules, la concha de la vieira y una calavera representando la cabeza enterrada del gigante, sirvió en 1986 al diseñador catalán Josep María Trias como punto de partida para la nueva imagen de la ciudad. El rediseño de la identidad del Ayuntamiento de A Coruña fue pionero en Galicia en el proceso de transición desde el símbolo gráfico «aislado» al diseño de esquemas corporativos sistematizados y amplios mediante programas de identidad como respuesta al creciente número de soportes, contextos y medios a los que tenía que atender una marca. Si bien el símbolo seguía ocupando un lugar central, este proyecto desarrolló aspectos como la atención detallada a la tipografía corporativa y su articulación, el color, la retícula que organiza los elementos, las submarcas y sus declinaciones, etc. El trabajo de Trias quedó recogido en uno de los primeros manuales de identidad corporativa para entidades públicas en Galicia y sirvió como referente en posteriores proyectos. En 1991 el diseñador Alberte Permuy creó la identidad para el Ayuntamiento de Oleiros, localidad próxima a A Coruña, en un ejercicio de síntesis formal característico del diseñador gallego. De nuevo se reinterpretó un escudo de armas tradicional, compuesto por un castillo de tres torres sobre las olas del mar, con una estrella dorada sobre la torre más elevada, dos ollas representando el pasado alfarero de la localidad y nueve cruces sobre fondo de plata.

Este símbolo plantea una estilizada torre usando el recurso de la contraforma sobre un círculo azul y líneas estilizadas que representan el mar. Años más tarde, en 2002, el diseñador Xosé María Torné hizo otra síntesis del escudo de armas de Pontevedra. La ciudad del sur de Galicia se encontraba en un profundo proceso de transformación urbana que promovía un modelo urbano sostenible y la recuperación del espacio público para la ciudadanía. La nueva identidad corporativa pretendía

reflejar ese cambio. Así como en muchas otras ciudades, en el ámbito de la gestión municipal era representada por un escudo de armas con elementos simbólicos recurrentes en la ciudad. El diseñador decidió mantener esos elementos y conservar los símbolos del puente del Burgo, el río Lérez, la Cruz de Santiago y las torres de su muralla, mediante un ejercicio de síntesis.



CONCELLO DE
PONTEVEDRA

18. Torné, X. M. 2002. Identidad corporativa del Ayuntamiento de Pontevedra.

Otra innovación provino de una alteración de la forma tradicional de los escudos, que integró la corona real al interior de una forma ovalada en una clara licencia formal. La construcción de estas identidades siguió una línea de continuidad en la parte simbólica de la heráldica, pero renovó la forma por medio de la síntesis, la geometría y la unificación del color para superar el reto de la legibilidad en los nuevos soportes.

Desde los ochenta, como alternativa a la utilización de elementos heráldicos, muchos ayuntamientos emplearon lo que se conoce como marcas-ciudad. Estas estrategias de comunicación se caracterizaron por una mayor amplitud y un propósito de proyección exterior. El catedrático Sebastián García Garrido ofrece una definición de las marcas territoriales concebidas en la era posmoderna:

La identidad, la marca y la imagen corporativa formarán un proyecto que debe construirse con objetivos específicos, que pueden centrarse en sectores muy concretos, como lograr una empatía general o un atractivo turístico suficiente; algo más amplio, como conseguir una buena reputación de los productos/servicios que se ofrecen; o promover un referente nacional/cultural de manera global en todos los aspectos sensibles tanto a nivel interno como en relación con otras naciones (García Garrido, 2020, p. 131).

En el ámbito de la promoción de las ciudades y regiones como marcas, se implementaron buena parte de las estrategias empleadas por las empresas. En la época democrática, con la apertura internacional del país, las ciudades se esforzaron por mantener su influencia política y su prestigio, y compitieron en ámbitos más tangibles

y medibles económicamente, como inversiones, exportaciones y turismo. Aparte de proyectar aspectos culturales, históricos y valores característicos de las ciudades, abarcaron metas de índole económica, comercial y política en su imagen pública. Un ejemplo notable es el diseño de Alberte Permuy para el Ayuntamiento de Santiago de Compostela en 1988, que incorporó una imagen de líneas estilizadas que representan la Catedral de Santiago. Este símbolo, ampliamente reconocido, realzó el valor del patrimonio arquitectónico y religioso e impulsó el fenómeno del Camino de Santiago. Esta estrategia innovadora anticipó transformaciones futuras en la ciudad y sirvió como pionera en las políticas de captación de turismo e inversiones. En términos generales, la construcción de marcas territoriales en Galicia siguió las tendencias del resto del Estado. Se resaltaron elementos icónicos, se fomentó el patrimonio cultural y arquitectónico y se fortaleció la identidad ciudadana mediante símbolos fácilmente reconocibles, que permitieron una conexión más estrecha entre la ciudad y sus residentes.

Confluencia de modernidad y posmodernidad

La perspectiva de diseño del proyecto moderno, fundamentada en la idea ilustrada del siglo XVIII de un progreso constante mediante la razón y la ciencia, ejerció una fuerte influencia en Europa tras la Segunda Guerra Mundial, que dio forma a las corrientes de diseño en las décadas subsiguientes. En la década de 1920 en Europa, los artistas de la órbita de la vanguardia histórica y la Bauhaus comenzaron a explorar las identidades visuales con símbolos abstractos y racionales, pero solo a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial estas se sistematizaron y superaron la idea de «genialidad artística» imperante y las imágenes figurativas. El nuevo enfoque del diseño seguiría los principios de «la forma sigue a la función»¹³ y «menos es más»¹⁴, guiado por principios visuales que buscaban proporcionar soluciones universales, sin importar



19. Permuy, A., 1988. Identidad corporativa del Ayuntamiento de Santiago de Compostela.

13 Form follow function fue el lema de batalla de la arquitectura del movimiento moderno durante la segunda mitad del siglo XX, acuñado por el arquitecto estadounidense Louis Sullivan por primera vez en 1896 en su artículo «The Tall Office Building Artistically Considered». Según este principio, la forma de un edificio u objeto debería basarse en su función o finalidad.

14 Less is more, expresión atribuida al arquitecto Mies van der Rohe, fue otro de los lemas del movimiento moderno que propuso una simplificación y eficiencia de las formas arquitectónicas y objetuales, extendida también a cualquier manifestación del diseño gráfico.

el contexto o el lugar. La eficacia extraordinaria de este enfoque en la reconstrucción de Europa, seguido por su adopción en la década de 1960 por grandes corporaciones en los Estados Unidos, con diseñadores europeos que buscaban evitar las secuelas de la guerra, estableció estándares en el campo del diseño que perduraron durante décadas.

En las décadas de los ochenta y noventa, en un contexto de cambio generacional, se comenzaron a cuestionar esos principios modernos en el inicio del debate de la posmodernidad. A la generación de aquellos que defendían las premisas de la modernidad le sucedieron nuevos profesionales que, desde diferentes lugares como California, con David Carson o April Greiman, Gran Bretaña con Neville Brody o Malcolm Garrett o Italia con el Grupo Memphis empezaron a trabajar con un enfoque más abierto y rupturista. En el diseño gráfico se introdujeron nuevas teorías, como la deconstrucción y el posestructuralismo, y nuevas actitudes como el revival, la parodia, el pastiche, el eclecticismo, el reciclaje de formas históricas, la recuperación de lo vernáculo y la afinidad con la cultura de masas. Estos cambios marcaron una nueva etapa de exploración de nuevas propuestas en el mundo del diseño.

Sin embargo, la situación en Galicia fue notablemente diferente. La práctica ausencia del movimiento moderno, debida a la dictadura, impidió el debate entre la modernidad y la posmodernidad que estaba ocurriendo en otras partes del mundo. A excepción de la experiencia única del Laboratorio de Formas, que compartía algunos elementos tanto del proyecto moderno como de la posmodernidad, la primera generación de profesionales del diseño en la Galicia posmoderna no tuvo la oportunidad de discutir y confrontar ideas en su entorno.

Esta generación elaboró su propio discurso y descubrió las virtudes del proyecto moderno mientras se producía la irrupción del diseño posmoderno en la década de los ochenta, acompañado de las nuevas tecnologías digitales. En su conjunto, su trabajo albergó identidades creadas según los parámetros de la abstracción geométrica, el racionalismo, la retícula de composición y el lenguaje universal, junto con otros proyectos que pusieron el énfasis en la experimentación con la tipografía digital, el culto a los símbolos locales, el lenguaje gestual pictórico y una mezcla de elementos locales y globales.

Esta recuperación de la cultura y de la historia local fue uno de los rasgos distintivos de buena parte de las identidades creadas en Galicia. La inclusión de elementos propios, como mitos y símbolos locales (como la vieira, la cruz de Santiago, la heráldica o las marcas de cantería), fueron definitivos para la construcción y deconstrucción de la

identidad individual y colectiva por medio de los símbolos culturales. Estos símbolos desafiaron la confianza moderna en un lenguaje universal y en la validez en cualquier contexto, arraigándose de manera específica a un lugar y a un contexto determinados.

Un ejemplo de esto se aprecia en la identidad del Consello da Cultura Galega (1993) del Grupo Re-visión: el símbolo se compone de una reinterpretación de la heráldica con la Sirena de los Mariño, en la versión de Castelao de 1937, un símbolo revolucionario contra los golpistas de 1937, reinterpretado a su vez a partir del escudo heráldico de los Mariño de Lobeira, y que abraza un escudo de Galicia. Este símbolo posee las características que en su día Rick Poynor definió como la esencia de la posmodernidad gráfica: «[...] híbrido, doblemente codificado y representando un retorno parcial a la tradición» (1994, p. 35). Sin embargo, su ejecución formal fue rigurosa y su enfoque sistemático y se convirtió en uno de los primeros proyectos de identidad creados en Galicia y que incluyó el manual de identidad como una herramienta de enfoque sistemático en el diseño. Otros ejemplos de alusión a simbología local y formalización moderna, se encuentran en los proyectos de Alberte Permuy en las décadas de los años ochenta y noventa.



20. Grupo Re-visión Diseño., 1993.
Identidad corporativa del Consello da Cultura Galega.

Tal como vimos con sus trabajos con el símbolo de la vieira en las identidades del Xacobeo (1999) y en el Consorcio de Santiago (1993), y otros que tienen como referente los símbolos arquitectónicos, como el del Concello de Santiago (1988) y el Auditorio de Galicia (1989), presentaron una construcción rigurosa apoyados en las leyes de la percepción visual y los efectos ópticos, con un alto grado de abstracción. Sin embargo, tienen una fuerte conexión con el lugar que hacen imposible su réplica en otro contexto.

En la otra vertiente de trabajos más experimentales, existen claros ejemplos de símbolos que usan un lenguaje más reconocible como posmoderno. En la década de los ochenta, el trabajo de Xosé María Torné reflejó la influencia de lo vernáculo y del



AUDITORIO DE GALICIA

21. Permuy, A., 1989. Identidad corporativa del Auditorio de Galicia.



22. Marca para Turismo de A Coruña, 1987.

amateurismo en el diseño gráfico. Marcas como la campaña de turismo de la ciudad de A Coruña (1987), combinan la tipografía Futura cursiva y un trazo gestual, recoge las influencias del grafismo del mobiliario del grupo italiano Memphis¹⁵, inspiradores de muchos proyectos gráficos propio de la época. La estética de los vinilos adhesivos aplicados en muebles, con colores vibrantes estampados, diseños inspirados en establecimientos de comida rápida, iluminación de neón y la fusión sin restricciones entre la cultura popular y la alta cultura, dirigieron el enfoque del diseño hacia la diversión, el pastiche, la ironía y a un arraigo a la cultura popular.



INTERSINDICAL NACIONAL DOS TRABALLADORES GALEGOS

23. Torné, X. M., 1980. Logotipo para INTG Intersindical Nacional dos Traballadores Galegos.



Confederación Intersindical Galega

24. Torné, X. M., Logotipo para CIG Confederación Intersindical Galega. Xosé María Torné, 1994.

Desde el mundo de la arquitectura, el manifiesto antimoderno que supuso la publicación *Learning from Las Vegas* de Robert Venturi y Denise Scott Brown (1972) encumbraron los no-lugares como referencias, con un registro de formas y símbolos propios de la cultura popular que recogería el diseño gráfico. El uso de tipografías geométricas radicales, inspiradas en la vanguardia histórica, fue otra estrategia posmoderna. El propio Torné, en su trabajo para la Intersindical Nacional dos Traballadores Galegos (INTG) y la Confederación Intersindical Galega (CIG), adoptó una estética gráfica

15 El Grupo Memphis, creado en Milán por Ettore Sottsass en 1980, surgió como una respuesta al minimalismo y al racionalismo del diseño del movimiento moderno. Sus diseños innovadores en muebles y diseño de interiores introdujeron nuevas formas con un enfoque lúdico, irónico y lleno de color, inspirado en elementos de la cultura popular. Además, reinterpretó los clásicos del diseño.

que evocaba los carteles políticos de la vanguardia histórica y el constructivismo ruso, utilizando las tipografías geométricas de Neville Brody como la serie Typeface Six. La influencia de la revisión de la vanguardia en la posmodernidad con publicaciones como *Pioneros de la tipografía moderna* de Herbert Spencer (1990) y la referencia de artistas como El Lisitski, van Doesburg, Schiwwitters, Zwart, Rodchenko o Moholy-Nagy tuvo un enorme impacto en la gráfica y en la tipografía, especialmente en los años noventa.

Hacia finales de los años noventa y principios de los años dos mil, se evidenció a escala global un fenómeno de agotamiento de las corrientes posmodernas en el diseño gráfico. En Galicia esta consunción propició un retorno a la búsqueda de propuestas más ordenadas y estructuradas en el diseño. A pesar de este cambio de enfoque, varios de los casos de estudio analizados conservan su vigencia en la actualidad al mantener la capacidad de transmitir de manera efectiva una identidad propia.

Conclusiones

Esta investigación exploró el diseño gráfico gallego en la posmodernidad, analizó los mitos-de-lugar rescatados para las identidades institucionales y territoriales en forma de símbolos. De esta manera, el diseño es el resultado de una manifestación cultural en constante evolución, influenciado por factores internos y externos. Aunque existe un claro impacto de la globalización en el diseño identitario, los casos de estudio revelan una clara influencia de factores internos como geografía, cultura, lengua, clima y circunstancias sociales, económicas y políticas gallegas, reforzando la idea de atlantismo. Estas identidades han definido un canon simbólico a lo largo de la historia y han transmitido significado en el diseño gráfico contemporáneo.

En la transición democrática en Galicia, el diseño gráfico emergió como un medio para forjar una nueva identidad visual. Los/as diseñadores/as rescataron símbolos históricos como estrategia posmoderna para construir una identidad y subrayar la continuidad de ciertos registros gráficos en la memoria colectiva. Este diálogo entre pasado y presente define una rica expresión gráfica de Galicia.

El impacto del Laboratorio de Formas de Galicia en el diseño gráfico gallego es innegable. Su labor pionera en la recuperación de identidades cultural y empresarial durante la dictadura franquista sentó las bases para la creación de identidades visuales distintivas. La fusión de elementos tradicionales y modernos, inspirados en la rica herencia gallega y en movimientos vanguardistas, generó un ecosistema de símbolos gráficos únicos. Este legado ha actuado como un puente generacional entre la modernidad y la posmodernidad en la expresión gráfica gallega.

En los años noventa, España, tras consolidar la democracia, emprendió una estrategia de renovación de símbolos para proyectar una imagen moderna y unificada internacionalmente. Grandes eventos como la Expo de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 impulsaron el diseño como herramienta estratégica. La diversidad cultural y política del país presentó un desafío para la construcción de una identidad colectiva. Mientras Barcelona adoptó un enfoque expresivo y mediterráneo, Galicia, por medio del Xacobeo, rescató la vieira como símbolo atlántico y se consolidó como un objeto-de-lugar reconocido internacionalmente.

En las décadas de los ochenta y noventa, la desindustrialización de las ciudades, su reconfiguración urbana y la necesidad de revitalización económica llevó a pensar estrategias para atraer turismo, inversiones y nuevas industrias. El rediseño de símbolos heráldicos, con una síntesis formal y adaptación a nuevos soportes, y la creación de marcas-ciudad, anticiparon la importancia de proyectar valores económicos y políticos en la imagen pública. Este enfoque sigue siendo crucial para mantener la relevancia global y local de las ciudades.

Las décadas de los ochenta y noventa fueron testigos de una transición de principios modernos a enfoques más abiertos y rupturistas. Mientras el diseño global adoptaba la deconstrucción y la parodia, en Galicia, marcada por la ausencia del movimiento moderno, se produjo una síntesis única. La identidad visual gallega, influenciada por la posmodernidad, fusionó elementos propios como símbolos locales con la rigurosidad de la abstracción geométrica. Quizá por ello buena parte de las identidades creadas en Galicia en esa época mantienen una atemporalidad y vigencia y transmiten una identidad de forma eficaz.

Bibliografía

Barreiro, X. R. y Villares, R., 2007. *Os símbolos de Galicia*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, Real Academia Galega.

Corazón, A., Diseño e identidad: una mirada al futuro inmediato. En: V.V.A.A. *El diseño en España: antecedentes históricos y realidad actual*. Madrid: Ministerio de Industria y Energía, ADGFAD, ADIFAD, ADP, BCD.

Corazón, A., 1992. El proyecto gráfico español en la Expo. *Revista ARDI*, 30, noviembre/diciembre.

Díaz, X., y Barro, P., 1987. Re-Visión: De cómo se inventa una futura memoria visual en Galicia. *On Diseño. Especial Galicia*, 80, 115-20.

García Garrido, S., 2020. *Diseño de la identidad visual de las instituciones*. Madrid: Ed. Experimenta Libros.

Julier, G., 2015. Otra visita a los 80: la identidad y la mirada de los turistas del diseño. En: E. Satué. *Signos del siglo: 100 años de diseño gráfico en España*. Madrid: DDI, Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación.

Osterwalder, M., 2019. *Olympic Games: The Design*. Salenstein, Suiza: Niggli Verlag.

Permuy, A., 2008. *Permuy Asociados: Deseño e comunicación*. Santiago de Compostela: Permuy Asociados.

Poynor, R., 1994. *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: Gustavo Gili.

Risco, V., 2020. *Teoría do nacionalismo galego*. Santiago de Compostela: Galaxia Editorial.

Rodríguez, A., 2021. *La marca Compostela. Memoria gráfica de un símbolo*. Santiago de Compostela: Asociación Cultural Rocamadour, 2021.

Seoane, L. y Díaz Pardo, I., 1970. *Manifiesto del Laboratorio de Formas*. Sad, La Coruña: Ediciós do Castro.

Shields, R., 1991. Places on the Margin: *Alternative Geographies of Modernity*. London: Routledge.

Sobrino, M. L., De Llano, P., Segade, M. y Barro, P., 2004. *La creación de lo necesario: aproximaciones al diseño en el siglo XX en Galicia*. Vigo: MARCO Museo de Arte Contemporáneo de Vigo.

Spencer, H., 1990. *Pioneros de la tipografía moderna*. Barcelona: Gustavo Gili.

Venturi, R., Scott Brown, D. e Izenour, S., 1972. *Learning from Las Vegas*. Cambridge MA: MIT Press.

V.V. A.A., 1985. *El diseño en España: antecedentes históricos y realidad actual*. Madrid: Ministerio de Industria y Energía, ADGFAD, ADIFAD, ADP, BCD.

Marcos Dopico Castro

Licenciado en Bellas Artes con la especialidad de Diseño (1997) y doctor en diseño por la Universidad de Vigo (2009). Es profesor titular de universidad en la Facultad de Diseño de la Universidad de Vigo. Su labor investigadora incluye las áreas de influencia de la modernidad en la gráfica y la tipografía contemporánea y la relación entre la tradición y la identidad en el diseño en Galicia. Ha publicado los libros *Propuestas para un diseño normal* (Ellago Ediciones: Castellón, 2009) y *Arqueología tipográfica: La evolución de los caracteres de palo seco* (Campgràfic Editors: Valencia, 2011). En el 2019 fue nombrado decano-comisario para la creación de la Facultad de Diseño de la Universidad de Vigo. Desde 2011 a 2015 ha sido director del Área de Imagen corporativa de la Universidad de Vigo. Es socio fundador de la DAG Asociación Galega de Deseño.

*Bachelor's degree in Fine Arts with a specialty in Design (1997) and PhD in design by the University of Vigo (2009). He is a university professor at the Faculty of Design of the University of Vigo. His research includes the areas of influence of modernity in contemporary graphics and typography and the relationship between tradition and identity in design in Galicia. He has published the books **Propuestas para un diseño normal** (Ellago Ediciones: Castellón, 2009), and **Arqueología tipográfica: La evolución de los caracteres de palo seco** (Campgràfic Editors: Valencia, 2011). In 2019 he was appointed dean-curator for the creation of the Faculty of Design of the University of Vigo. From 2011 to 2015 he has been director of the Corporate Image Area of the University of Vigo. He is a founding member of the DAG Galician Design Association.*

Jesús Vázquez Gómez y Cibrán Rico López

Licenciados en Arquitectura por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad de A Coruña, son los fundadores en 2008 del estudio de diseño Desescribir, en el que desarrollan proyectos de identidad visual, diseño editorial y diseño estratégico con un enfoque integral. Los trabajos desarrollados en su estudio han conseguido múltiples reconocimientos en certámenes de diseño de prestigio de ámbito nacional e internacional: 14 LAUS del ADG-FAD (Barcelona), 2 D&AD Awards (Londres), 3 Premios Paraugas del Clúster de Comunicación de Galicia y el Premio PhotoEspaña 2014 (Madrid).

Han participado como docentes en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, en el Máster de Gráfica Publicitaria y en la Escuela de Diseño y Moda ESDEMGA de la Universidad de Vigo. Han impartido numerosos cursos, charlas y talleres de diseño gráfico y diseño editorial en distintas universidades, certámenes y escuelas de diseño.

En 2012 fundan Fabulatorio, una editorial independiente centrada en proyectos sobre arte, diseño y cultura visual. El segundo título publicado por Fabulatorio fue incluido en la lista de los mejores libros de fotografía del mundo del año 2014 que publica el ICP (International Center of Photography) de Nueva York.

Son socios de la DAG Asociación Galega de Deseño.

Bachelor's degrees in Architecture from the Higher Technical School of Architecture of the University of A Coruña, they are the founders in 2008 of the design studio Desescribir, in which they develop visual identity, editorial design and strategic design projects with a comprehensive approach. The works developed in their studio have achieved multiple recognitions in prestigious national and international design competitions: 14 LAUS from the ADG-FAD (Barcelona), 2 D&AD Awards (London), 3 Paraugas Awards from the Communication Cluster of Galicia and PhotoEspaña Award 2014 (Madrid).

They have participated as teachers in the Degree in Advertising and Public Relations, in the Master of Advertising Graphics and in the ESDEMGA School of Design and Fashion at the University of Vigo. They have given numerous courses, talks and workshops on graphic design and editorial design at different universities, competitions and design schools.

In 2012 they founded Fabulatorio, an independent publishing house focused on projects about art, design and visual culture. The second title published by Fabulatorio was included in the list of the best photography books in the world of 2014 published by the ICP (International Center of Photography) in New York.

They are members of the DAG Asociación Galega de Deseño.

Papers d'Art, proyecto editorial desde la periferia: la eclosión de las revistas de arte contemporáneo en las décadas de los ochenta y los noventa en el Estado español

Carme Ortiz Valeri

<https://orcid.org/0000-0001-9676-6366>

UOC, Universitat Oberta de Catalunya (Barcelona)

cortizv@uoc.edu

David Serra Navarro

<https://orcid.org/0000-0001-7062-647X>

UdG, Universitat de Girona (Girona)

david.serranavarro@udg.edu



Recibido: 16/10/2023

Publicado: 22/12/2023

Cómo citar este artículo:

Ortiz, C. y Serra, D., 2023. *Papers d'Art*, proyecto editorial desde la periferia: la eclosión de las revistas de arte contemporáneo en las décadas de los ochenta y los noventa en el Estado español. Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad, 8 (16), pp. 42-71

DOI 10.46516/inmaterial.v8.119



Resumen

Durante las décadas de los años ochenta y noventa del siglo XX se produjo en España una eclosión de revistas de arte y cultura contemporáneas de formatos, intenciones y misiones muy diferentes. Este artículo se sitúa en el momento sociopolítico que propició una proliferación de proyectos editoriales vinculados al arte contemporáneo en el Estado español.

Siguiendo este contexto nos ubicaremos en la fractura entre los principios de la modernidad en el periodo llamado Transición, teñidos de un sentimiento de euforia y una necesidad de desmemoria, y la crisis de los valores modernos que implicó la entrada de la posmodernidad, momento que asociamos con la insatisfacción de las generaciones jóvenes que habían accedido a la universidad y el resurgimiento de los valores neoconservadores que, en las mismas décadas, se extendían por la sociedad y la cultura occidentales (Europa y Estados Unidos). Mediante un ejercicio de síntesis de corte histórico, en virtud de la importante cantidad de proyectos editoriales de arte y cultura contemporánea que surgieron, nos centraremos en recuperar el planteamiento y evolución del proyecto editorial *Papers d'Art*, revista publicada en Cataluña. Esta propuesta estuvo vinculada a una iniciativa privada, la Fundació Espais de Girona, primero Espais. Centro de Arte Contemporáneo; un ejemplo singular de acuerdo con su compromiso desde un marco periférico y su vinculación sesgada con la globalización, fenómeno ligado al contexto geopolítico de la posmodernidad, con el que *Papers d'Art* evolucionó, creció y finalizó su actividad.

Palabras clave

Papers d'Art, periferia, políticas culturales, revistas de arte, cultura visual ibérica

***Papers d'Art*, an editorial project from the periphery: the emergence of contemporary art magazines in the Spanish State in the eighties and nineties**

Abstract

During the eighties and nineties, there was an explosion in Spain in the number of contemporary art and culture magazines with very different formats, intentions and aims. This paper is positioned in the sociopolitical moment that led to a proliferation of editorial projects linked to contemporary art in the Spanish State. In this context we will situate ourselves in the fracture between the principles of modernity in the period called Transition, tinged with a feeling of euphoria and a need to forget, and the crisis of modern values that led to the emergence of postmodernity, a moment that we associate with the dissatisfaction of the young generations who had started University and the resurgence of neoconservative values which, during the same decades, spread throughout Western society and culture (Europe and the United States). Through an exercise of historical synthesis, given the significant number of editorial projects on contemporary art and culture that emerged, we will focus on the approach and evolution of the editorial project *Papers d'Art*, a magazine published in Catalonia. This editorial proposal was linked to a private initiative, the Fundació Espais de Girona, first Espais Contemporary Art Center; a unique example given its commitment from a peripheral framework and its biased connection with globalization, a phenomenon linked to the geopolitical context of postmodernity, where *Papers d'Art* evolved, grew and ended its activity.

Keywords

Papers d'Art, periphery, cultural policies, art magazines, Iberian visual culture

1. Camino hacia la posmodernidad

Para entender el contexto concreto de este artículo es clave explicar el recorrido histórico que nos sitúa en el cruce entre modernidad y posmodernidad y con el que visualizamos la concatenación de sucesos que darán lugar al modelo de la democracia española.

1.1 Transición y desmemoria en el Estado español

España, en la década de los setenta del siglo XX, entraba, después de cuarenta años de dictadura, en un proceso de democratización de sus instituciones, se iniciaba la llamada «Transición»¹. Un escenario marcado por un proceso de democratización en el plano político (Ysàs, 1999), por cambios en las estructuras productivas con su consecuente tasa de crecimiento extraordinario (Redero, 1997), las elecciones y la aprobación de la Constitución y de los estatutos autonómicos de Cataluña y del País Vasco.

Algunos han querido ver el inicio de la llamada transición pacífica del régimen dictatorial en la muerte del presidente del Gobierno español, el almirante Luis Carrero Blanco². No obstante, la idea de conciliación que acompañó esta operación política de transición no significó una ruptura³ radical, sino una reforma paulatina, objeto de diferentes análisis (Baby, 2012; Gallego, 2008; André-Bazzana, 2006; Gallego, 2008) marcada por la noción del mito de transición, fundamentada en la idea de que este periodo estuvo exento de violencia⁴ política.

Desde la proclamación del rey Juan Carlos I de Borbón (22 de noviembre de 1975) se precipitaron una serie de acontecimientos relevantes que relataron frenéticamente

1 «La transición política ha comenzado en España», titulaba el 17 de noviembre de 1975 el semanario Cambio 16 (206, 17/11/1975, Editorial).

2 El 20 de diciembre de 1973, Carrero Blanco murió en el atentado del grupo terrorista ETA, hecho que llevó a un endurecimiento de las acciones de un régimen caduco, que precipitó las últimas sentencias de muerte, a pesar de las crecientes protestas internacionales.

3 Al respecto es relevante recuperar las reflexiones del profesor Vicenç Navarro en su ensayo *Bienestar insuficiente, democracia incompleta* (2002) en el que argumentó que la democracia española es incompleta, no solamente por su déficit en relación con el bienestar social y las instituciones democráticas, sino por la falta de reconocimiento de las víctimas franquistas.

4 El 2 de marzo de 1974 se ejecutó en Barcelona al libertario Salvador Puig Antich y el 27 de septiembre de 1975 se produjo la ejecución de cinco sentencias de muerte de tres militantes del FRAP y dos de ETA. La última comparecencia pública del dictador fue el primero de octubre, con lo que comenzó una larga agonía. Franco murió la madrugada del 20 de noviembre de 1975, tras una serie de operaciones quirúrgicas.

la secuencia⁵ que dio paso al acceso a la modernidad, protagonizada por el gobierno socialista⁶ a partir de las elecciones de 1982, cuya crítica que recuperamos versa sobre su asentamiento voluntario y consciente en la necesidad de la desmemoria colectiva (Ortiz y Eraso, 2015).

1.2 El arte contemporáneo, una marca de modernidad

Para contextualizar y relacionar los sistemas artísticos, con sus proyectos editoriales en particular, que se dieron en el Estado español a principios de los años ochenta, tenemos que poner en paralelo la realidad de Europa y Estados Unidos (EE. UU.), que convivieron con ritmos y valores diferentes.

En la escena internacional, en la década de los setenta del siglo XX, se produjo la crisis de valores que llevó, una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, a la creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que recogía el espíritu de concordia que regiría «el nuevo orden mundial»⁷. Se iniciaba el derrumbe de las grandes ideologías y de los sistemas que habían dado origen a la organización y justificación de la Europa de los Estados y el mapa geopolítico que había construido un mundo dividido en dos esferas de poder que mantenían el equilibrio en los pactos internacionales de la llamada Guerra Fría. En Europa la crisis del humanismo tendría como consecuencia la reafirmación del creciente movimiento llamado

5 El 15 de junio de 1977 la Unión de Centro Democrático (UCD), —partido político gubernamental creado desde el propio gobierno con Adolfo Suárez como líder—, ganó las primeras elecciones democráticas celebradas en España desde la finalización de la Guerra Civil; en julio de 1977 fue nombrado presidente del Gobierno el aperturista Adolfo Suárez; el 24 de octubre de 1977 Josep Tarradellas volvió del exilio en calidad de presidente en funciones de la restablecida Generalitat de Catalunya; el 6 de diciembre de 1978 se aprobó, por referendo, la nueva Constitución española; en 1979 se convocaron nuevas elecciones generales y las primeras municipales, en julio y agosto se dio visto bueno en el Congreso a los estatutos de Cataluña y Euskadi; y finalmente, el 25 de octubre del mismo año se aprobaron por referendo en sus respectivas comunidades. Con este hilo cronológico estamos en el final de una primera línea de tiempo que llevó al Estado español a andar junto a los países democráticos europeos.

6 Tras la crisis gubernamental, que acabó con la vida política de Adolfo Suárez y hundió a su sucesor Leopoldo Calvo-Sotelo, en octubre de 1982 la presidencia del Estado recayó en Felipe González que ganó con una cómoda mayoría al PSOE, quien a lo largo de la campaña había propugnado un cambio de estilo en la gobernabilidad del país. Se configuró entonces el Estado de las autonomías y se consolidó su participación en las instituciones europeas. El primero de enero de 1986 entró en vigor la integración española a la CEE y en el mismo año se convocó a un referendo que confirmó, con un 52,53 % de votos favorables, la voluntad de los españoles de continuar en la Alianza Atlántica, adhesión que se había firmado en 1981.

7 Basado en preservar la paz, la seguridad, el bienestar y la libertad general de toda la humanidad, así lo declararon en la Conferencia de Yalta (febrero de 1945) Roosevelt, Churchill y Stalin, jefes de las tres grandes potencias aliadas.

*neocón*⁸, que respondería a diferentes formas neoconservadoras procedentes de las reflexiones de grupos y teóricos de EE. UU.

También entraron en crisis las grandes narrativas que habían sostenido los valores éticos y sus formulaciones estéticas: el socialismo, el capitalismo, la sociedad de clases, el reconocimiento de los derechos del proletariado y la progresiva construcción de la sociedad del bienestar, y su sistema de producción industrial y económico, basado en la sociedad de consumo y de masas; en definitiva, la puesta en escena de los valores que esgrimió y defendió la Ilustración y que alimentaron la denominada modernidad (Lyotard, 1979). Estas evidencias se produjeron después de la década del sesenta cuando ocurrieron las grandes convulsiones.⁹ De hecho, era la última vez que se utilizaba en la sociedad occidental contemporánea la utopía revolucionaria como motor de cambio social y político.

Los orígenes de esta situación deben buscarse en una sensación global de frustración, tanto en Occidente como en Oriente. Los valores de la democracia, la libertad de los pueblos y las mejoras sociales ligadas al estado del bienestar que habían emergido después de la Segunda Guerra Mundial no se estaban cumpliendo después de veinte años, de ahí la desilusión y la insatisfacción de las nuevas generaciones con formación y capacidad crítica, que iniciaron la contestación y la revuelta (Fontana, 2011).

La sensación de prosperidad general no volvería nunca más, aunque los indicadores mejoraran coyunturalmente y se instauraran los cambios estructurales que llevaron a Paul Krugman a fijar en estos años el inicio de «la gran divergencia», fenómeno que definió las últimas décadas del siglo XX y el siglo XXI, en el que todavía estamos inmersos. Así pues, en 1975 finalizó un periodo de reparto de la riqueza más equitativo que permitió mejorar a la mayoría en los países desarrollados. Simultáneamente se dio el proceso contrario, en el que los más ricos aumentaron la riqueza a expensas de empobrecer la clase media. Así lo describió Josep Fontana:

8 A finales de la década de los ochenta los profesores Agnes Heller y Ferenc Fehér presentaron su ensayo *Políticas de la postmodernidad*. Ensayos de crítica cultural, publicado en el Estado español por Paidós en 1989 dentro de su colección Ideas. En este escrito exhaustivo reflexionaron sobre la condición de la modernidad y la posmodernidad. En las diferentes acepciones y posiciones de muchos de los protagonistas de los debates registrados durante la década de los ochenta surgieron preguntas como: «¿Es la condición posmoderna tan apolítica como sugiere Marshall Berman o tienen los postmodernos una política neoconservadora?», a las que aportaron reflexiones desde distintos puntos de vista.

9 En 1968 confluyó una larga secuencia de eventos: se produjo en Vietnam la ofensiva del Tet, lo que hizo entender a Estados Unidos que no podía ganar la guerra, y que se tradujo en las protestas que protagonizaron los estudiantes en diferentes campus universitarios del país (conocido como movimiento hippy); la Primavera de Praga, intento frustrado de instaurar un «socialismo» con rostro humano; el asesinato de Martin Luther King, que derivó en disturbios raciales en múltiples ciudades americanas; revueltas estudiantiles en Europa, que culminaron con Mayo del 68 francés; la matanza de estudiantes en la plaza de Tlatelolco en México... Momento calificado por el entonces ministro de cultura francés André Malraux como «una crisis de la civilización» (Gallant, 2008).

La insatisfacción prendió sobre todo en los jóvenes y se manifestó en movimientos de protesta que carecían de proyectos razonables para cambiar las cosas y que acabaron por todas partes en la desesperación de la impotencia (2011, p. 374).

A lo largo de la década de los ochenta del siglo XX se produjeron las manifestaciones en la esfera pública que indicaban la crisis de modelo y de los ideales que habían movido a la modernidad; así se empezó a describir la posmodernidad, caracterizada por una progresiva espectacularización del mundo, mundo que rompía las fronteras entre realidad y ficción (Baudrillard, 1998).

Siguiendo esta cadena, queremos destacar dos eventos significativos que en el marco simbólico fueron exponentes de ese momento. El primero fue en 1980, ligado a las formas y las producciones estéticas, cuando en la Bienal de Venecia se incluyó por primera vez la disciplina de la arquitectura. La primera bienal de arquitectura, dirigida por Paolo Portoghesi, se tituló *La presencia del pasado*¹⁰. Un posicionamiento criticado con dureza por el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas, uno de los convencidos de que el proyecto de la modernidad no estaba aún agotado y que era necesario analizar y revisar sus principios. Así quedó reflejado en su texto *La modernidad*, un proyecto inacabado:

La nota que sonó en aquella primera bienal de arquitectura fue de decepción y podríamos describir diciendo que quienes exhibieron sus trabajos en Venecia formaban una vanguardia de frentes invertidos. Quiero decir que sacrificaban la tradición de la modernidad para hacer sitio a un nuevo historicismo (Habermas, 1985, p. 19).

Esta manifestación provocó un importante debate entre los arquitectos partidarios de la modernidad y los defensores de las nuevas tendencias posmodernas. Para algunos, la exhibición era una apología del posmodernismo que, suponían, había por fin destronado al imperio del modernismo arquitectónico: el estilo internacional tan atento a la función como indiferente a la historia y a las tradiciones locales.

El segundo acontecimiento simbólico que queremos remarcar por su trasfondo ético y de comprensión de la nueva distribución geopolítica del mundo tuvo lugar el 9 de noviembre de 1989 con la caída del muro de Berlín, que se produjo como

10 La exhibición central fue en la Strada Novissima, que ocupó, por primera vez, el espacio de la Cordelería del Arsenal veneciano con una escenografía compuesta por veinte fachadas diseñadas por otros tantos arquitectos, algunos emergentes, como Frank Gehry, Arata Isozaki, Aldo Rossi, Robert Venturi y Denise Scott Brown, Christian de Portzamparc, Ricardo Bofill, Léon Krier y Rem Koolhaas.

consecuencia del fin de una era, al término de la Guerra Fría y la cristalización de un nuevo paradigma global, máximo exponente social, político, económico y cultural del nuevo escenario: la globalización.

A lo largo de la década de los ochenta el sistema artístico internacional tuvo una fase de involución que quedó plasmada en la *Documenta 7*¹¹ de Kassel (1982) y que no tuvo en cuenta el camino recorrido por las anteriores ediciones del papel social del trabajo artístico que las dos documentas anteriores, planteadas como exposiciones-concepto, supieron recoger. En esa convocatoria convergieron tendencias¹² y se consagró el retorno triunfal de la pintura y sus valores áureos¹³. Algunos vieron en esto el resurgimiento de la supremacía de los europeos sobre el escenario estadounidense¹⁴. Otra de las líneas de actuación de Rudi Fuchs, director de *Documenta 7*, fue la reinención del museo¹⁵ para redibujar el papel del santuario estético en un nuevo sistema del arte al servicio de determinados intereses comerciales.

Los ejes que acabamos de describir de la *Documenta 7* marcaron los aspectos y la hoja de ruta del sistema artístico occidental, tras los pasos dados en el reconocimiento, como hemos dicho, en las dos ediciones anteriores, del papel social del trabajo artístico; aquí se sitúa el arte contemporáneo en Europa, gracias a los variados atributos que le reconoció la *Documenta 7* y que la crítica aceptó, como un valor de mercado seguro, lo que influyó en la creación del coleccionismo privado sólido en los ámbi-

11 El equipo que diseñó y puso cara a la *Documenta 7*, bajo la dirección de Rudi Fuchs, lo conformaron Germano Celant, uno de los directores de la revista *Art Forum*, la crítica francesa Coosje van Bruggen, el director del museo de Berna, Johannes Gavnang y Gerard Storck.

12 De este modo lo valoró Simón Marchán Fiz: entre los atractivos de la última *Documenta 7* (1982) no era menor comprobar cómo la diseminación del momento articulaba una especie de espacio estético intermedio, imaginario, que provenía de una confrontación de los artistas más vitales de la pasada década con los valores pictóricos emergentes. En esta puesta en escena en común de las diferencias coexistían antiguos minimalistas, accionistas, artistas del «Land art» y conceptualistas o la llanura mayor del «arte povera» con constructivistas marginales, puritanos abstractos o informalistas, junto con los «nuevos salvajes» de la pintura europea (1994, p. 321).

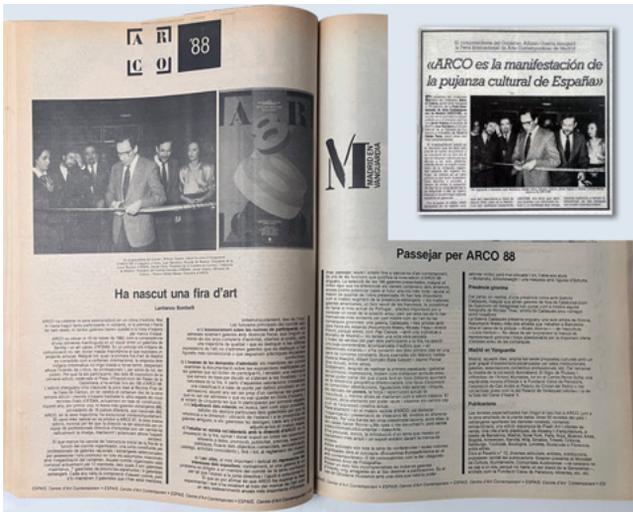
13 Así lo expresó Rudi Fuchs: «La salvación, la pintura preserva la libertad de cuyo pensamiento es la expresión triunfante. El pintor es un ángel guardián como una paleta a través de la cual bendice el mundo; quizás el pintor es el amado de los dioses (...)», citado en Lupe Godoy en *Documenta de Kassel. Medio siglo de Arte Contemporáneo* (2002, p. 143).

14 Pierre Restany afirmó: «[...] el sagrado imperio romano-germánico de la pintura ha encontrado el camino dorado de un neo, posexpressionismo europeo bajo la guía de Rudi Fuchs y Celant, dando medio finalizado el complejo posbélico de la inferioridad artística europea en relación a EE. UU. El actual eje Génova-Eindhoven actúa como el instrumento operativo de un nuevo contrapoder: los 80' parecen haber sido los años en los que los dos dúos de la camorra de la pintura, Fuchs-Celant, Szeeman-Bonito Oliva han saldado sus cuentas» (1982, p. 42), citado en Lupe Godoy. Op. cit. p. 143.

15 Harald Kimpler lo planteó en los siguientes términos: «Se instalará cómodamente la ideología museo burguesa (...) Sentido y meta de la práctica artística y de la mediación será, para la *Documenta 7*, el museo» (1997, p. 351), citado en Lupe Godoy, Op. cit. p.145.

tos anglosajón y centroeuropeo. Estos aspectos contribuyeron positivamente a la creación de discurso y a la mejora del papel de los proyectos editoriales, algunos de trayectoria consolidada (*Flash Art*, *Artforum...*), y otros de nueva creación.

Mientras, en el Estado español, el arte contemporáneo se empezó a utilizar como proyección de la imagen de modernidad del Estado. De esta forma, una de las primeras acciones fue la inauguración de la Feria de Arte Contemporáneo ARCO (1982), una intervención que situó el arte español en el mapa internacional, pero que denotaba la poca legitimidad del arte español, sin un sistema museológico estructurado, un sistema crítico sólido y un sistema de galerías profesionalizadas (Ortiz y Eraso, 2015).



1. Alfonso Guerra, vicepresidente del Gobierno inaugurando la séptima edición de ARCO en 1988.

Fuente: *Papers d'Art*, n.º 9; *El punto de las Artes*, n.º 61, febrero de 1988.

¿Qué influencia tuvieron los ejes marcados por la *Documenta 7* en el Estado español? No se vivió la situación que acabamos de describir como un proceso de transformación en el que se cuestionaron unos valores de la modernidad y otros se recuperaron, tal como se vivió en el resto de Europa y Estados Unidos. El aspecto diferencial con mayor impacto en el contexto del Estado español fue la reinención del museo. En este sentido, basta con enunciar la gran cantidad de infraestructuras dedicadas al arte distribuidas por la geografía española, diseminación que se inició a finales de la década de los ochenta y se desarrolló durante la década de los noventa.

En España el déficit provocado por cuarenta años de gobierno autárquico se manifestó en muchos campos y disciplinas, y evidentemente, uno fue en la creación de discurso, en el sistema de divulgación del arte contemporáneo y más concretamente en el de su sistema de relato y visibilidad: los proyectos editoriales. Como veremos a continuación, estos fueron abundantes y de recorrido efímero, pero casi todos participaron del sistema de ecos positivos que impregnó el arte contemporáneo español durante las décadas de los ochenta y noventa del siglo XX.

2. Panorama y euforia de los proyectos editoriales

En los últimos años de la década de los ochenta y primeros años de los noventa, marco en el que, como hemos explicado en el apartado anterior, se precipitó la construcción de infraestructuras dedicadas al arte contemporáneo, que coincidió con un momento situacional de euforia general en el mundo de la cultura y en particular en el del arte contemporáneo en el Estado español. En este periodo se dieron las condiciones para que se desarrollara un amplio abanico de proyectos editoriales, algunos públicos, otros privados, de miradas nacional e internacional, desde posturas independientes de carácter *amateur* y voluntarista o promovidas por industrias editoriales o centros de producción de actividades artísticas. Dentro de esta eclosión de manifestaciones plurales que albergaron también posicionamientos contrahegemónicos o periféricos, se ubicó el inicio y el desarrollo de *Papers d'Art*. Este momento fértil nos obsequió con diferentes proyectos editoriales, documentados minuciosamente en el libro *Arte en España (1939-2015) ideas, prácticas, políticas*¹⁶ (Marzo y Mayayo, 2015), de los cuales haremos sintéticamente una selección sesgada que nos ayude a situar el contexto paralelo para entender la actitud e idearios de *Papers d'Art*. La reflexión en torno a la publicación de revistas de arte y cultura contemporáneas, relacionando la parte editorial con la formación y el panorama sociopolítico y cultural se inició en el taller Pensar la edición en 2002, en el marco del proyecto UNIA Arte y Pensamiento, proceso de trabajo¹⁷ en el que colaboraron UNIA, *Arteleku* y *Espais*.

De esta manera, empezando por el ámbito de las iniciativas públicas, destacamos el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS), que optó por una publicación que divulgara su programación, *RS* (1989-1991); el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), que con la revista *Kalías* (1989-1994), tenía la voluntad de fomentar la investigación. Así lo señala la primera editorial:

¹⁶ Sobre el tema de publicaciones de arte y cultura contemporánea cabe citar el capítulo Publicaciones (Marzo y Mayayo, 2015, pp. 655-659).

¹⁷ Véase monográficos *Papers d'Art* (n.os 82-83) y *Zehar* (n.os 47-48).

[...] como publicación de teoría e historiografía del arte con el propósito de ofrecer un espacio a los trabajos de investigación especializada, españoles y extranjeros e incidir en la polémica metodológica en torno a los supuestos generales de la historia del arte, los modelos de argumentación e interpretación en una perspectiva actual, el examen crítico de la tradición de la modernidad artística a través de las diferentes tentativas históricas de legitimación e institucionalización (Revista Kalías, 1989, citado en Ortiz, C. y Eraso, M, 2015, p. 98).

Coincidiendo con su inauguración, en 1990, el Centro Atlántico de Arte Contemporáneo (CAAM) editó la revista *Atlántica*, destacada por su larga vida —todavía está vigente—, en contraste con el resto de las revistas ligadas a instituciones museísticas que tuvieron una vida efímera. *Atlántica* surgió con la idea de difundir y promocionar los objetivos del Centro y significó ejemplo de capacidad de adaptación. Otra experiencia particular fue la revista *Àrtics* (1986-1990), financiada por el Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña, y que en su génesis fue planteada por su impulsor, el poeta y escritor Vicenç Altaió, como:

[...] un espacio para creadores, artistas y escritores. Altaió remarca que en *Àrtics* hablen los creativos. No es una plataforma para críticos ni tendencias (...) sino para los artistas, de los que incluye trabajos hechos expresamente o elegidos (2002).¹⁸

O también recordemos la revista-boletín editada por el Ministerio de Cultura de carácter gratuito Información Cultural (1984-1989), cuya finalidad era divulgar y dar el máximo de información puntual.

Complementando esta selección cabe destacar dos proyectos que han llegado hasta nuestros días desde ámbitos territoriales periféricos y ambos desde la iniciativa pública en el País Vasco, e impulsada por la Diputación Foral de Guipúzcoa: la revista *Zehar*, que, a lo largo de su existencia, de 1989 hasta 2011, albergó la voz de *Arteleku*, centro de arte contemporáneo (San Sebastián). *Arteleku* tuvo la capacidad de transformar sus objetivos iniciales y supo adaptarse a los cambios de la sociedad y la cultura contemporáneas. *Zehar* también se transformó: inicialmente desempeñó un importante papel de información y divulgación de las actividades del Centro, pero pasó a ser progresivamente un espacio de opinión, de reflexión y de debate. En el primer número de la revista, en el saludo editorial, se presentaban así las directrices de trabajo de la publicación:

18 Fragmento extraído del artículo «ÀRTICS. Trimestral multilingüe de las artes y de las equis. Barcelona, 1985-1990» de Teresa Grandas, fruto de la conversación que la autora mantuvo con Vicenç Altaió en mayo de 2002. Publicado en el monográfico «Pensar la edición», en la revista Papers d'Art, n.os 82-83, 2002, p. 42.

La aparición de este primer número de *Zehar*, Boletín de Arteleku, nace con el deseo de ser una revista de creación e información artística. *Zehar* se apoya en su clara denominación transitiva —a través de— para definir el propósito de ser ágil intermediario entre el sitio para la creación que es Arteleku y una sociedad cada vez más atenta al desarrollo del arte contemporáneo (1989, p. 2).



2. Portada monográfico de la revista *Zehar* (2002), n.os 47-48. Fuente: Autores.

Otro proyecto lo encontramos en Cataluña con el título de cabecera *Transversal* (1996-2007), impulsado y financiado por el Departamento de Cultura del Ayuntamiento de Lleida. Esta iniciativa editorial reunió una visión transversal de la cultura catalana contemporánea.

Divulgar, difundir, investigar y promocionar fueron los objetivos diferenciados que cada una de las anteriores revistas¹⁹ consideró en su ideario inicial, características genéricas que nos ayudan a entender los parámetros con los que podemos evaluarlas.

También de iniciativa pública en el ámbito universitario encontramos publicaciones orientadas hacia la formación artística, de corte académico, entre las que destacamos:

19 Las vicisitudes que viven la cultura y las publicaciones hacen que estas muchas veces las condicione la politización de la cultura, y más si dependen de forma directa de la financiación pública. Kim Bradley en un extenso artículo publicado en *Art in America* en febrero de 1996 titulado «El experimento socialista» hacía referencia a cómo las instituciones tuvieron problemas para consolidarse debido a los continuos cambios en las decisiones políticas y cómo estas también influyeron especialmente en las revistas de museos.

*Arte, Individuo y Sociedad*²⁰ (Madrid) o *Astrágalo* (Alcalá de Henares). En torno a la Universidad también surgieron otras propuestas singulares como *Sin Título* (1994-1998) que editó cinco números, con trabajos que recopilaban textos y entrevistas; o la revista *Creación* derivada del proyecto del Instituto de Estética y Teoría de las Artes de la Universidad Autónoma de Madrid y que publicó nueve números desde 1990 hasta 1993, fecha de su desaparición. También surgieron otras publicaciones editadas por las Escuelas de Arte, como la revista *Látex* (Lleida).

En relación con las iniciativas privadas, la mayoría de carácter efímero y animadas por el entusiasmo de lo que parecía un buen momento cultural y económico, rescatamos entre la diversidad los tres números de *Cruce* (Madrid, 1994-1996), creada por la asociación que lleva el mismo nombre; *Guía mensual de la cultura visual* (Barcelona, 1990-1994); de *De Calor* (Barcelona, 1993-1994), revista trimestral de crítica cultural que publicaba artículos políticamente comprometidos; o la particular propuesta *Sub Rosa. Revista de arte y estética* fundada en 1990 en Cáceres por el filántropo restaurador Julián Rodríguez.

Cabe mencionar en este apartado —como el proyecto más duradero— a la revista *Lápiz* con sus 246 números (Madrid, 1982-2016), publicación que recogía artículos relacionados con el programa de exposiciones del Estado español de iniciativas privada y pública. En términos generales, las editoriales han ido tratando los temas de más de actualidad sin reparos disidentes, aunque durante los últimos años los textos se han reducido y han pasado a tener un carácter más informativo que de opinión. Esta evolución se hizo visible en *El paseante*, creada por Jacobo F. J. Stuart en 1985 y editada en Madrid, que destacó por su edición lujosa y sus contenidos culturales, pero que a partir de 1991 empezó a desvanecerse en su regularidad.

En medio de este estallido de publicaciones apareció la experiencia de *Papers d'Art* (1987-2008), editada en la ciudad de Girona, y que más adelante será el centro de nuestra atención.

Durante los años noventa surgieron propuestas más sesgadas, que pusieron énfasis en reivindicar determinadas prácticas artísticas o ideologías y se convirtieron en portavoces de distintos sectores del propio colectivo. Tal fue el caso de la revista-fanzine *Ars video* (Rentería, Guipúzcoa) que publicó 17 números de 1989 a 1994, se centró en la difusión del vídeo como soporte creativo y estuvo muy atenta a la programación

²⁰ *Arte, Individuo y Sociedad*, editada por el Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid fue una revista de periodicidad trimestral, fundada en 1988 en la Facultad de Bellas Artes. Actualmente es una de las revistas españolas de humanidades con los mejores índices de calidad.

de festivales, certámenes y becas. O el fanzine feminista *Erreakzioa/Reacción* (Bilbao, 1995). En esta misma línea surge *L'Avioneta*, publicación que nació en Barcelona en junio de 1987, de carácter independiente, con marcado carácter interdisciplinario, producida por voluntad del grupo de artistas que la hizo posible. Tuvo como director al poeta Carles Hac Mor y como editor a Albert Ferrer. En general, todas iniciativas privadas, creadas con pocos recursos, pero con mucho entusiasmo y con una destacada inquietud encaminada a desestabilizar el consenso, con una clara vocación crítica y un serio compromiso con la comunidad artística.

Ampliando estos títulos, pero con una perspectiva más orientada a la internacionalización, destacamos propuestas como: *Figura* (Sevilla, 1983-1986) y *Sur Exprés* (1987-1988) que relacionaron lo nacional con lo internacional, por medio de colaboradores españoles en ese momento en el extranjero; la revista *Arena Internacional del arte* (1989) que intentó acoger el arte español y el internacional desde una visión crítica y contrastada, sin hacer ninguna concesión a las instituciones ni a los poderes establecidos, y supo contextualizar el arte español en el panorama internacional sin dejar de enfrentarse con el «aquí y ahora». Otras revistas pretendieron acoger a un público más amplio para el que fomentaron la creatividad pluridisciplinar, como la revista *Balcón Internacional* dirigida en sus inicios, hacia 1989, por Antonio Zaya y que se publicó hasta 1992 presentando trabajos de artes plásticas y poesía. Este modelo todavía lo encontramos a finales de los noventa en revistas de ámbito internacional como *Zing Magazine* o *Grand Street*.

Finalmente, no podemos dejar de citar *Acción paralela: ensayo, teoría y crítica de la cultura y el arte contemporáneo*²¹ (1995-2022), uno de los proyectos singulares por su peso intelectual. Se trataba de una publicación semestral dirigida por el filósofo y crítico de arte José Luis Brea junto a un amplio consejo editorial, que tomó como modelo la prestigiosa revista americana *October* (MIT Press).

3. Desde la periferia Papers d'Art

La Fundación Espais de Girona publicó desde 1987 hasta 2008 la revista *Papers d'Art. Espais Centre d'Art Contemporani*, iniciativa privada ubicada en la ciudad catalana de Girona que abrió sus puertas el 19 de marzo de 1987. Desde este momento, la dirección, presidencia y la cabeza visible de la sociedad inversora de la Fundación fue

21 La revista se financió con publicidad, suscripciones y ayudas de entidades públicas, lo que le dio independencia intelectual. También acogió a algunas de las personas que habían pasado por diferentes proyectos editoriales y que se habían formado en este camino. Recalamos que fue la única revista que dio paso a una plataforma digital, pionera en ese momento.

Jordi Vidal Boris, vinculado y conocido en el espacio empresarial de la ciudad. Fue un periodo marcado por una euforia general en el Estado español, específicamente económica, en el que las estructuras del poder utilizaron el arte contemporáneo como marca de modernidad en el proceso de democratización del sistema sociopolítico y cultural del país. En este contexto, parecía que iniciativas como las de Espais proliferarían en toda la geografía española y que en consecuencia se dibujaría un nuevo marco legal que propiciaría las funciones de mecenazgo de las actividades culturales del sector privado, hasta entonces propias del sector público. El sector privado, capaz de generar riqueza y de destinar parte de esta a patrocinar y promover actividades, que son, en sí, valores de futuro para cualquier país que le apueste a ello, pero que no son directamente fuentes de riqueza material inmediata.

Desde su apertura, Espais tuvo en su gestión un cuadro técnico profesionalizado que diseñó un esquema que apenas cambió su forma esencial en sus distintas etapas, y que se definía en su primer libro o anuario de actividades de la siguiente forma:

[...] es un centro donde se realizan exposiciones de carácter interdisciplinar (...) se editan catálogos y un magazine, donde se organizan conferencias, coloquios, presentaciones (libros, revistas, videoclips...), espectáculos de danza, de música (...) quiere ser un centro vivo, con presencia en la ciudad... (Bosch, 1988, p. 3).

Además de las secciones indicadas, amplió su perfil con un centro de documentación y un fondo de colección que reprodujo las diversas etapas expositivas del Centro. Apartados que, junto al expositivo, el editorial y la convocatoria anual del «Premio Espais a la crítica de arte»²², creado en 1989, único de este género en el Estado español, marcaron el perfil de trabajo del Centro²³, que desde 1998 pasó a ser Fundación Espais. En sus inicios, el espacio fue diseñado para dar cabida a los proyectos expositivos, habilitar una zona de trabajo y otra de documentación. En 2001 Espais se trasladó al casco antiguo en un proceso de transformación de la ciudad, donde actuó como motor de regeneración del barrio.

22 Entre el capital humano que aglutinó tanto críticos, historiadores o premiados que participaron en las publicaciones del Centro, podemos destacar nombres como: Juan A. Álvarez, Xavier Antich, Manolo Borja Villel, Maria Lluïsa Borràs, José Luis Brea, Manel Clot, Mery Cuesta, Román de la Calle, Gillo Dorfles, Miren Eraso, Santi Eraso, Marcelo Expósito, Daniel Giralt Miracle, Teresa Grandas, Carles Guerra, Carles Hac Mor, Pepe Lebrero, Simón Marchán Fiz, Jorge Luis Marzo, Pilar Parcerisas, Glòria Picazo, Arnau Puig, Antoni Puigvert, Juan Antonio Ramírez, María Ruido, Narcís Selles, Mar Villaspesa, Esther Xargay... entre otros.

23 A lo largo de las diferentes etapas encontramos una valiosa lista de artistas que participaron en alguna actividad del Centro, tales como: Francesc Abad, Ignasi Abellí, Margarita Andreu, Pep Aymerich, Eugènia Balcells, Carmen Calvo, Joan Casellas, Jordi Colomer, Quim Corominas, Montserrat Costa, Pep Dardanyà, Begoña Egurbide, Jaume Faixó, Joan Fontcuberta, Gabriel, Toni Giró, Salvador Juanpere, Francesca Llopis, José Maldonado, Anna Manel·la, Antoni Mercader, Antoni Muntades, Maitè Ninou, Roc Parés, Jaume Plensa, Carles Pujol, Aureli Ruiz, Saralegui, Francesc Torres Monsó, Francesc Torres, Azucena Vieites o Gabriel Villota.

La evolución ideológica del Centro/Fundación, en su trayectoria de 21 años, se vinculó a las directrices de los cuadros técnicos que determinaron las distintas actividades, esto llevó a momentos muy desiguales en su compromiso con la contemporaneidad.



3. Ensanche de la ciudad de Girona, 2023. Emplazamiento original en el que se situó la Fundación Espais en su inicio en 1987. Actualmente es zona comercial del ensanche de Girona. Fotografía: autores.

Recordemos que, hacia la segunda mitad de los ochenta, arrancó el proceso de creación²⁴ de centros y museos de titularidad pública o semipública en España (Rodríguez, 2010, p. 168), años que Alberto López Cuenca describió como un convulso periodo:

[...] en el que se afianzó una concepción del arte como un bien de consumo, ya sea como objeto de coleccionismo o como ocio espectacular. Tanto la iniciativa privada como la participación del Estado y el retrato mediático impulsaron y asentaron esa visión mercantilista del arte. Cabe preguntarse si no había otras propuestas, otros modos de favorecer la práctica artística que el Estado podía o debía haber apoyado en lugar de abogar por su comercialización (2004, p. 36).

Papers d'Art creció y evolucionó en este marco. Desde la periferia estableció un diálogo con su entorno cercano y con el contexto general, como un proyecto abierto. Su función activista de información y divulgación, especialmente en la primera etapa

24 En 1986 se abrió el Centro de Arte Reina Sofía, que utilizó dos plantas del antiguo Hospital Clínico San Carlos de Madrid como salas de exposiciones temporales. Se transformó en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS), creado por el Real Decreto 535/88 del 27 de mayo de 1988, con la incorporación de los fondos artísticos del Museo Español de Arte Contemporáneo de antaño. Se abrió al público en 1990. De finales de los ochenta, también datan el Centre d'Art Santa Mònica (Barcelona, 1988); Instituto Valenciano de Arte Moderno [IVAM] (Valencia, 1989) y el Centro Atlántico de Arte Moderno [CAAM] (Las Palmas de Gran Canaria, 1989).

cuando se dio a conocer, fue una marca de identidad a lo largo de su crecimiento, que dio visibilidad y ofreció un nuevo canal a voces críticas.

Otra característica que marcó su voluntad fue el interés pedagógico y formador, aspecto que se apreció en su elenco de colaboradores entre los que aparecen nombres consolidados, críticos y artistas emergentes.

La libertad editorial de este proyecto, con rasgos diferenciales como el uso del catalán como idioma principal, su capacidad evolutiva, la participación en los eventos y el diálogo con aspectos de interés general en clave crítica, definieron su identidad como proyecto singular desde la periferia, desde el sector privado.

Con un punto de vista conscientemente subalterno, en sus páginas se recogieron dos décadas de actividades artísticas y culturales, un debate abierto en su carácter local, pero también de conexión con espacios centrales nacionales e internacionales. Una amalgama de conocimientos y cuestionamientos corales que forjaron una plataforma de crítica, investigación y opinión sobre la estética y el arte contemporáneos. Este proyecto, en otras circunstancias, posiblemente habría continuado su evolución para estar presente y participar en el entramado digital. Un reto de adaptación a la realidad de las redes, en el que tendríamos que considerar, tal como lo apunta Joaquim Espuny en conversación con Jorge Luis Marzo: «[...] aunque los posibles editores de una revista cultural como *Papers d'Art* deberían gestionar digitalmente la cadena de valor como una de las necesidades imperiosas para generar nuevas narrativas dentro de la esfera artística» (2020, p. 11). Actualmente, gran parte de los contenidos de la revista aún no están digitalizados.

A continuación, explicaremos las principales características formales y de contenido que marcaron la evolución de *Papers d'Art* en sus etapas:

3.1 Primera etapa (1987-1989)

El primer número de la revista-magacín se publicó el 19 de marzo de 1987, día de la inauguración del Centro. En esta primera etapa, con una tirada de 15.000 ejemplares, de carácter gratuito, la publicación salió encartada en un periódico local que se llamaba *Punt Diari*²⁵ aspecto que determinó el formato. Su principal función, coordinada²⁶ desde el Centro y trabajada en composición e impresión en la fotocomposi-

25 El Punt, diario catalán, apareció el 24 de febrero de 1979. En Girona se denominó Punt Diari.

26 Coordinación de Gloria Bosch y Carme Ortiz.

	1.ª etapa (1967-89) N.1-24	2.ª etapa (1989-91) N.25-43	3.ª etapa (1992-97) N.44-73	4.ª etapa (1998-2008) N.74-93
Editorial	Sí	No	Sí	Sí
Exposición	Sí	Sí	No	No
Actividades	No	No	Sí	Sí
Entrevista	No	Sí	Sí	Sí
Monográfico	No	No	Sí	Sí
Investigación y estudios	No	No	No	Sí
Periodicidad		Calendario Expositivo Centro	Trimestral	Semestral
Tirada	15.000	3000	3000	3000
Números publicados	24	18	29	20
Gratuito	Sí	No	No	No
Distribución	Encartado <i>El Punt diari</i>	Suscripción <i>Centro Espais</i>	Suscripción <i>Centro Espais</i>	Suscripción <i>Centro Espais</i>
Formato	Adaptación encartado-rotativa	Adaptación encartado-rotativa	Adaptación encartado-rotativa	Normalizado DIN-A4
Portada			Serigrafía encargada a artista. 75 ejemplares	Serigrafía encargada a artista. 75 ejemplares
Publicidad	Sí	Sí	Sí	Sí
Coord. monográfico invitado	No	No	No	Sí

Tabla 1. Ampliación del estudio previo de Joaquim Espuny (2020, p. 10).

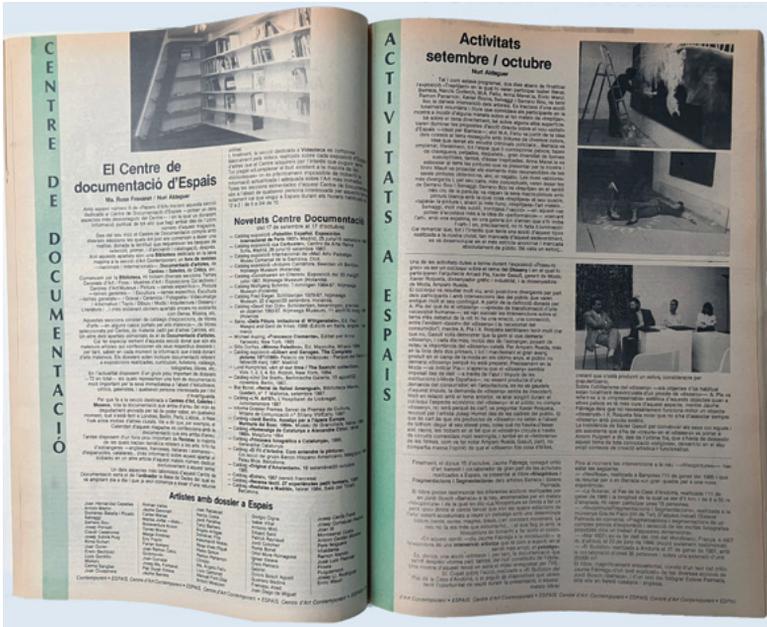
ción del periódico y su rotativa, respectivamente, era crear un foco de atención de la actividad artística en la ciudad e informar y divulgar prioritariamente las actividades del Centro (temas a los que se dedicaba entre el 70 y el 80 % del contenido de la publicación). Además, había breves secciones de actualidad y de agenda general y escuetas entrevistas de jóvenes creadores. En esta primera etapa se publicaron 24 números marcados por pocas pautas, las mínimas, de retícula, el uso del color en la portada y una importante presencia de la imagen. Voluntades que se resumieron, con estas palabras, en una de las primeras editoriales:

[...] estos *Papers d'Art* intentan aglutinar, en la medida de lo posible, un marco de opciones culturales contemporáneas (música, danza, teatro, diseño, imagen, pintura, escultura...) y de opiniones diversas (Editorial, 1987, p.2).

3.2 Segunda etapa (1989-1991)

A finales del tercer año de existencia, coincidiendo con el número 25, que salió el 21 de diciembre de 1989, se hicieron cambios de carácter cualitativo y cuantitativo. Y entonces el magacín dejó de ser gratuito, se dejó de encartar y se distribuyó por suscripción desde el Centro Espais con una tirada de 3000 ejemplares. También se retocó sutilmente el diseño de la publicación que, en general, se ordenó y dio paso a una retícula más definida con una nueva cabecera. El formato se conservó y se continuaron utilizando el color y el tipo de tacto austero del papel para impre-

mir. Los contenidos no tuvieron muchas variaciones: con una estructura básica de coordinación²⁷ y colaboradores de número se mantuvo una importante divulgación de las actividades propias, aunque empezaron a tener más presencia la actualidad y las secciones externas al Centro. Esta estructura duró 18 números que salían con la periodicidad que marcaba el calendario expositivo del Centro.



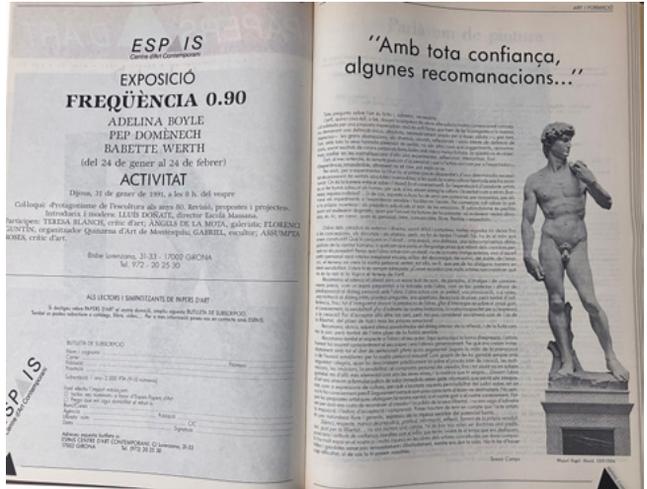
4. Muestra de la promoción del Centro de documentación y Actividades. Papers d'Art, n.º 6.

3.3 Tercera etapa (1992-1997)

Se inicia con el número 44, que salió en enero-febrero y constituyó un primer momento de inflexión importante en la historia de la publicación, ya que afectó en primer lugar la estructura de organización de la revista y también sus contenidos y periodicidad. Se habló por primera vez de la responsabilidad de una dirección²⁸ y de una mínima redacción siguiendo con el esquema de colaboradores de cada número. La portada se encargó a un artista que tenía relación con el programa expositivo del

27 Coordinación del n.º 25 al n.º 31: Gloria Bosch y Carme Ortiz; Coordinación del n.º 32 al n.º 40: Carme Ortiz y Pilar Sanz; Coordinación del n.º 41: Carme Ortiz y Assumpta Bases; Coordinación del n.º 42 y n.º 43: Carme Ortiz y Anna Capella.

5. Muestra de actividades propias, sistema de suscripción y recomendaciones. *Papers d'Art*, n.º 36.



Centro. Del original se produjo un tiraje de serigrafía industrial de 75 ejemplares, de los cuales se obsequió uno a los diferentes participantes debido a que la colaboración en *Papers d'Art* no era remunerada.

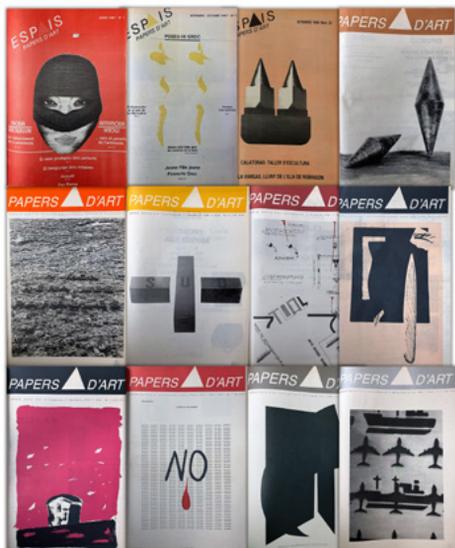
El sumario empezó a cambiar, cada vez surgieron más secciones: incipiente monográfico; entrevistas; actualidad; un autor, un lector; noticias del mundo del arte y la cultura... y progresivamente creció el apartado de divulgación y ensayo activo de ideas. Asimismo, se redujo el inicial de información y divulgación de las actividades propias del Centro. Alejada del tráfico mercantil y cada vez más receptiva a una cierta idea de servicio público, su transformación se orientó a complementar la oferta de la universidad y de otras instituciones públicas (Selles, 2007).

Se mantuvieron el formato, el tacto y las retículas ensayadas en la anterior etapa y el número de hojas que desde el inicio había oscilado entre 16, 20 y 25, grapadas. En esta etapa empezaron a crecer los monográficos: en un primer momento, con el epígrafe de «Ensayando ensayos» se publicaron trabajos de colaboración entre artistas y críticos; posteriormente se trataron temas monográficos como la Bauhaus, la *performance*, sobre el vídeo y la crítica de arte, cuando el monográfico ya era la parte más importante de la revista y salía trimestralmente. La etapa evolutiva consolidó el

valor de transformación de la revista/magacín del Centro con vocación informativa a un segundo paso de contenidos de divulgación y de opinión para evolucionar a la revista de reflexión y de opinión crítica que llegaría en la cuarta etapa. Durante este periodo se publicaron 29 números de forma trimestral y se conservó el tiraje. Esta etapa finalizó en diciembre de 1997 con el número doble (72-73) dedicado al estado del mundo de la crítica artística.



6. Muestra del sumario. *Papers d'Art*, n.º 44.



7. De izquierda a derecha y de arriba a abajo: selección de portadas correspondientes a los números: 1, 5 y 22 (1.ª etapa); 25, 30, 32 y 42 (2.ª etapa); 44, 48, 58, 63 y 71 (3.ª etapa). Fuente: autores.

3.4 Cuarta etapa (1998-2008)

Dirección y redacción plantearon a la Fundación una nueva revisión, con la voluntad de repensar el proyecto y hacerlo crecer para adecuarlo a las necesidades del contexto cultural y específicamente artístico. Después de un largo debate se inició una nueva etapa marcada por la necesidad de llenar un espacio: la reflexión y la opinión crítica, con la intención de dar visibilidad al/los relato/s que interpelaron y entendieron el papel social de la práctica artística. De forma relevante, esta etapa incorporó estudios de investigación, vinculados a la universidad o de carácter independiente. Así quedó claro en la editorial del primer número (74) de esta nueva etapa:

Este primer monográfico sobre Arte y Política que presentamos en *Papers d'Art* esperamos que constituya una buena oportunidad para que el lector se aproxime a un tema controvertido y, por lo tanto, fascinante, como hemos querido plasmar a través de las aportaciones de nuestros colaboradores. También aprovechamos la ocasión para presentarnos con un nuevo formato y una nueva periodicidad (semestral) que esperamos que ayudarán a la mejora de la publicación. Obviamente, también queremos expresar nuestro agradecimiento a todos aquellos que nos han demostrado su fidelidad a lo largo de los once años de vida de *Papers d'Art* (Editorial, 1998, p. 3).

Se formalizó, como hemos dicho, con cambios en la periodicidad porque la revista pasó a ser semestral, es decir, se publicaron dos números al año; cambió de formato: utilizó uno más pequeño y normalizado (DinA4); modificó el tipo de encuadernado: primero fue el grapado y luego el lomo cosido. En definitiva, la revista se tornó más funcional. Además, se trabajó una nueva composición y retícula, más ágil, para lo cual se sirvieron de un recurso ya utilizado, las imágenes y uno nuevo, los destacados. Mantuvieron el tipo de portada, y los encargos a artistas proporcionaron la cabecera al nuevo formato y también mantuvieron la austeridad en el uso del papel para imprimir.

En cuanto a contenidos, el sumario se definió de la siguiente forma: exposiciones y actividades Espais, dossier (monográfico), entrevistas, noticias del mundo del arte y la cultura, un autor y un lector y calendario; estas pretendían ser las secciones fijas y cada número incluía alguna sección variable. En cuanto al equipo de trabajo, continuó la figura de dirección junto a una pequeña estructura de redacción²⁹ y una importante ampliación de la participación de los colaboradores de cada número, que mantuvo una característica que dio identidad a *Papers d'Art*, es decir, trabajar simultáneamente con autores conocidos, con discursos bien elaborados y con colaboradores

29 Directora: Carme Ortiz; coordinación de redacción: Jordi Font y Magdala Perpinyà.

que en algunos casos consolidaron su experiencia profesional en *Papers d'Art*. De esta manera, por un lado, se desplegó «el paradigma interpretativo y, por otro, los hechos cualitativos, contextuales y fenomenológicos» (Espuny, 2007, p. 200).

En este periodo se publicaron 20 números, en los monográficos se trataron temas para el debate y el estado de la cuestión del artista contemporáneo en el Estado español: «Arte y política», «Enseñanzas artísticas/estudios visuales», «La historia del arte contemporáneo: situación y perspectivas», «Itinerarios de la memoria artística. Treinta años de arte contemporáneo en el Estado español 1970-2000». Si bien se consiguió captar las líneas de tensión que lo caracterizaban, articulando la reflexión crítica desde el rigor y el disenso necesarios para trazar un horizonte historiográfico que llevara a establecer relatos más amplios sobre el denominado hecho creativo y su solapamiento con la realidad (Espuny, 2020), el idioma limitó, en cierto modo, su consumo al entorno de los territorios de habla catalana, así como las dificultades propias de distribución de las revistas de esta temática en el Estado español.



8. De izquierda a derecha y de arriba a abajo: selección de portadas de la 4.^a etapa correspondientes a los números 74, 80, 82-83, 86, 88 y 93. Fuente: autores.



9. Izquierda: Portada del número 1 de *Papers d'Art*. Composición visual a partir de la obra de Issey Miyake (1987). Derecha: portada del último número de *Papers d'Art*. Serigrafía (75 ejemplares), obra alegórica de Kenneth Russo, acción documentada realizada durante el festival FIBArt de Benicassim (2008). Fuente: autores.

Conclusión

El panorama que acabamos de describir nos descubrió las dificultades que tuvieron los proyectos editoriales españoles, que trabajaron con entusiasmo en un contexto desestructurado, con una importante fractura entre sus diferentes agentes y que, como lo comprobamos, casi todos han desaparecido, tal como apuntó Mar Villaespesa al reflexionar sobre este tema en el seminario «Pensar la edición».³⁰

[...] uno de los lugares comunes de las publicaciones de arte y cultura en nuestro país ha sido, precisamente, la precariedad que, si ha dado lugar a proyectos de interés, no ha posibilitado, en la mayoría de los casos, que perduraran (2002).

Al mismo tiempo, somos conscientes del interés que estas publicaciones representaron, porque contribuyeron con su capacidad para crear estructura, interrelaciones y opinión, idea que también expresó Lisa Le Feuvre:

Las revistas de arte juegan un papel crucial en la distribución del arte: ellas son el lugar donde encontramos información sobre él, vemos su representación, encontramos opiniones, somos informados de lo que podemos visitar o de lo que podemos prescindir y, lo que es más importante, desarrollan un sentido de contemporaneidad (Le Feuvre, 2004, p. 7).

30 Fragmento extraído de la entrevista realizada por Carme Ortiz a Mar Villaespesa, «Apuntes sobre dos proyectos editoriales: las revistas *Figura* y *Arena Internacional*», publicada dentro del monográfico «Pensar la edición», Op. Cit. p. 49.

De forma concisa, Le Feuvre resumió la función de las revistas de arte y destacó su principal característica: desarrollar una labor en el presente, en esto radica el potencial de la edición de revistas, pero esta es también su complejidad.

Papers d'Art ha sido objeto de varios estudios, pero concretamente en este artículo, dada la vinculación experiencial de sus autores, ya sea desde la gestión y evolución, en definitiva, con su dirección, y desde la participación en primera persona, tejió un marco de relaciones histórico y cultural para acercarnos a un entendimiento más nítido de la razón de ser del proyecto y su legado de opiniones plurales, tanto como su importancia contextual como aparato crítico de una escena artística. Recordemos que actualmente no hay ningún repositorio digitalizado de esta revista, a diferencia de otras publicaciones de la época como *Zehar*. Recuperar el corpus de sus veinte años de actividad editorial, que en esencia representó un espacio dentro y fuera de la periferia, contrastando la cambiante realidad que rodeó su evolución, nos revela la capacidad que tuvo para crear estructura. *Papers d'Art*, como se ha descrito, fue capaz de realizar autocrítica a lo largo de sus etapas, con la voluntad de mantenerse como un ágora de referencia desde la arena. No obstante, también vimos cómo en su tramo final, ya con el inicio de nuevos formatos de distribución y edición de contenidos digitales, no acabó de consolidar su adaptación. En este sentido, simbolizó en el territorio una propuesta no ensimismada y abierta a la comunidad artística en un tono dialogante y participativo.

El discurso y la actitud consciente subalterna reflejados en sus números, que dio oportunidades a las voces disidentes, nos descubrieron el compromiso de esta publicación que combinó libertad con rigor u opinión; hecho que más allá de una estrategia era un objetivo, y que facilitó cuajar un sustrato cultural dentro y fuera del propio proyecto. Por tanto, *Papers d'Art*, sin desmerecer otras iniciativas de ese periodo efervescente, más allá de su tarea editorial, generó un relato sobre el contexto.

Desde este punto de vista creemos que los testimonios que hemos presentado han dejado un terreno abonado para que —y desde las posibilidades y oportunidades que nos dan las tecnologías de la información— podamos recuperar el trabajo de alguna de las cabeceras y evolucionar, desde marcos académicos, en la creación de discurso y contexto. En definitiva, incentivar aquellos proyectos que más allá de las individualidades promuevan un marco de trabajo, de comunidad, en una adaptación dentro de la salvaje globalización y la tiranía de las normas inherentes a las redes digitales en línea, para producir sentido crítico y promover la producción y el conocimiento artístico en todas sus manifestaciones.

Bibliografía

André-Bazzana, B., 2006. *Mitos y mentiras de la transición*. Barcelona: Editorial El Viejo Topo.

Baby, S., 2012. *Le mythe de la transition pacifique: violence et politique en Espagne, 1975-1982* (Vol. 59). Madrid: Casa de Velázquez.

Baudrillard, J., 1998. *Cultura y simulacro*. (5.ª ed.). Barcelona: Kairós.

Baudrillard, J., 1991. *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Anagrama.

Bosch, G., 1988. *Ara farà un any... Activitats 1987*. Girona: Espais. Centre d'Art Contemporani.

Bradley, K., 2002. The Great Socialist Experiment. Spain's Cultural Policy Towards the Arts. En: *Art in America*, febrero de 1996. Versión castellana: El experimento socialista, *Brumaria*, 2, pp.249-267.

Editorial. 1998. ¿De qué hablamos cuando hablamos de Arte Político (o contemporáneo)? *Papers d'Art*, 74, p.3. Girona: Fundació Espais.

Editorial. 1987. *Papers d'Art*, 4, p.2. Girona: Espais. Centre d'Art Contemporani.

Espuny, J., 2023. *Papers d'Art*. Contenidos de la sección Estudios e Investigación. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (23), pp.192-201.

Espuny, J., 2020 Arte contemporáneo en Cataluña a través de *Papers d'Art* (1987-2008). *Journal of Cultural and Creative Industries*, 1(1).

Ferenc, F. y Héller, A., 1989. *Políticas de la postmodernidad. Ensayos de crítica cultural*. Barcelona: Paidós.

Fontana, J., 2011. *Miedo al bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945*. Barcelona: Pasado & Presente.

Foster, H., Bois, Y. A., Buchloh, B. H. y Krauss, R. E., 2006. *Arte desde 1900*. Madrid: Ediciones Akal.

Gallant, M., 2008. *Los sucesos de mayo*: París, 1968. Barcelona: Alba.

Godoy, L., 2002. *Documenta de Kassel: medio siglo de arte contemporáneo*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim, Diputació de València.

Grandas, T., 2002. Entrevista a Vicenç Altaió, Àrtics. Trimestral multilingüe de las artes y de las equis. Barcelona, 1985-1990. Publicado en el monográfico Pensar la edición, *Papers d'Art*, 82-83, p.42.

Habermas, J., 1985. La modernidad, un proyecto incompleto. *La posmodernidad*, 7, pp.19-36.

Hernández, A., 2014. La última bienal. *Arquine*, 68. [En línea]. Disponible en: <http://www.arquine.com/la-ultima-bienal/> (Consultado: 20 mayo 2022).

Le Feuvre, L., 2004. Features 01: Avalanche. *Art Monthly* (Archive: 1976-2005), 278, p.7.

Liotard, J. F., 1987. *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.

Marchán Fiz, S., 1994. *Del arte objetual al arte de concepto. Epílogo sobre la sensibilidad «Postmoderna»*. Madrid: Akal. Arte y Estética.

Marzo, J. L. y Mayayo, P., 2015. *Arte en España (1939-2015): ideas, prácticas, políticas*. Madrid: Cátedra.

Navarro, V., 2015. *Bienestar insuficiente, democracia incompleta*. Barcelona: Anagrama.

Ortiz, C., 2002. Entrevista a Mar Villaespesa, Apuntes sobre dos proyectos editoriales: las revistas *Figura* y *Arena Internacional*. Publicado en el monográfico Pensar la edición, *Papers d'Art*, 82-83, p.49.

Ortiz, C. y Eraso, M., 2015. Editar en un sistema de ecos positivos. La edición de revistas de crítica artística contemporánea en la década de los ochenta del siglo XX en el Estado español, a través de los proyectos emblemáticos. *SOBRE. Prácticas Editoriales en Arte y Arquitectura*, 1, pp.90-116.

Redero San Román, M., 1997. Análisis de los condicionamientos de la transición política española. Ponencia presentada en el seminario *La transición en Cataluña y España*. Departamento de Historia Moderna y Contemporánea de la UAB. Barcelona: Fundación Dr. Lluís Vila d'Abadal.

Selles, N., 2007. El centro de arte Espais, una trayectoria de veinte años. *Diari de Girona* 20 dic, p.48.

Ysàs, P., 1999. Política y arte en la derogación del franquismo. Prólogo a Narcís Selles. En: *Arte, política y sociedad en la derogación del franquismo. La Asamblea democrática de artistas de Girona*. Gaüses: Llibres del segle.

Carme Ortiz Valeri

Investigadora, crítica e historiadora del arte y docente. Doctora en Historia del Arte por la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en Arte, licenciada en Historia del Arte e Historia por la Universidad Autónoma de Barcelona y graduada en Diseño, estudios realizados en la Escuela Massana de Barcelona. Es miembro de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA) y de la Asociación Catalana de Críticos de Arte (ACCA), de la que fue vocal de la Junta de 2005 a 2016. Su trabajo de crítica de arte se ha desarrollado en diferentes tareas, directora de la revista *Papers d'Art* (1987-2007), fue editora y administradora de la plataforma "Murcritic" de ACCA (2010-2016). Ha colaborado en varias publicaciones especializadas: *El Guía, Arte Omega, Marte, Transversal, ARTI, Zehar...* y en la prensa diaria *El Punt i Avui*. Ha publicado textos de ensayo en catálogos de artista y de exposiciones de tesis. Desde 1984 ha trabajado como comisaria en la programación y en el diseño de exposiciones en los ámbitos privado e institucional. Participa en proyectos de investigación e innovación de educación superior, en el marco de las enseñanzas artísticas superiores y en proyectos de edición y publicación de contenidos.

*Researcher, critic and art historian and teacher. PhD in Art History from the Autonomous University of Barcelona. Master in Art, graduate in Art History and History from the Autonomous University of Barcelona and graduate in Design, studies carried out at the Massana School in Barcelona. He is a member of the International Association of Art Critics (AICA) and the Catalan Association of Art Critics (ACCA), of which he was a member of the Board from 2005 to 2016. His art criticism work has been developed in different tasks, director of the magazine Papers d'Art (1987-2007), was editor and administrator of ACCA's "Murcritic" platform (2010-2016). He has collaborated in several specialized publications: **El Guía, Arte Omega, Marte, Transversal, ARTI, Zehar...** and in the daily press **El Punt and Avui**. He has published essay texts in artist catalogs and thesis exhibitions. Since 1984 she has worked as a curator in the programming and design of exhibitions in the private and institutional spheres. Participates in higher education research and innovation projects, within the framework of higher artistic education and in content editing and publication projects.*

David Serra Navarro

Investigador, artista visual y docente. Actualmente es profesor asociado del Departamento de Comunicación de la Universidad de Girona (UdG). Su interés por la comunicación interactiva, la innovación social, los mundos virtuales y la IA le ha llevado a publicar diferentes artículos en revistas nacionales e internacionales, realizar talleres colaborativos en instituciones y diferentes comunicaciones académicas en congresos. Paralelamente, a través de su alter ego Kenneth Russo (<https://kennethrusso.net>) y el colectivo WAAI, su producción artística roza la ironía, y busca una interacción crítica del espectador a través de formatos como la pintura, el vídeo, las instalaciones, las aplicaciones móviles o las acciones colaborativas. Su obra ha sido expuesta en Arts Santa Mònica, Fundació Godia, Loop Festival, CCCB (Barcelona), Bòlit Centre d'Art Contemporani (Girona), FIB Art (Benicàssim), Off-Arco (Madrid), Espacio Enter (Canarias/Berlín), DAHJ Gallery (CA), o en el Digital Graffiti Festival (Florida).

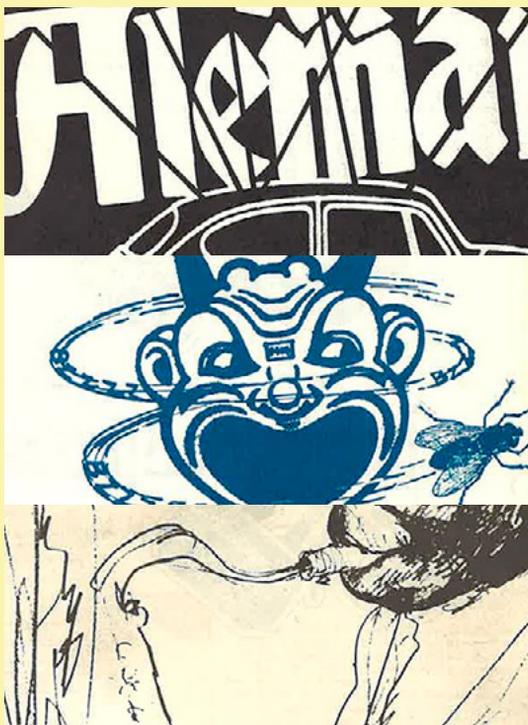
Researcher, visual artist and teacher. He is currently an associate professor at the Department of Communication at the University of Girona (UdG). His interest in interactive communication, social innovation, virtual worlds and AI has led him to publish different articles in national and international magazines, carry out collaborative workshops in institutions and different academic communications at conferences. At the same time, through his alter ego Kenneth Russo (<https://kennethrusso.net>) and the WAAI collective, his artistic production borders on irony, and seeks a critical interaction of the viewer through formats such as painting, video, installations, mobile applications or collaborative actions. His work has been exhibited at Arts Santa Mònica, Fundació Godia, Loop Festival, CCCB (Barcelona), Bòlit Center d'Art Contemporani (Girona), FIB Art (Benicàssim), Off-Arco (Madrid), Espacio Enter (Canary Islands/Berlin), DAHJ Gallery (CA), or at the Digital Graffiti Festival (Florida).

La gráfica de la (contra)cultura. Un ensayo visual

Jaume Pujagut Grau

BAU, Centro Universitario de Artes y Diseño de Barcelona (Barcelona)

jaumepujagut5@gmail.com



Cómo citar este artículo:

Pujagut, J., 2023. La gráfica de la (contra)cultura. Un ensayo visual. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad*, 8 (16), pp. 72-98

DOI 10.46516/inmaterial.v8.108



Resumen

¿Pueden las portadas de revistas y publicaciones explicar un mundo? ¿Una época? ¿Una cultura? ¿Un país? Recorriendo bibliotecas, archivos y hemerotecas podemos averiguar muchas cosas de nuestro pasado, reconstruir la historia, nuestra historia.

En unos tiempos, los nuestros, en los que estamos sometidos al dominio de la imagen en pantallas y dispositivos de todo tipo, este ensayo visual trata de contar una historia a partir de las portadas, cabeceras, ilustraciones y fotografías de algunas de las revistas y publicaciones que definieron un periodo concreto de la historia de España, que ha venido a llamarse «de transición». Para mí, una historia de la (contra)cultura, con dos ejemplos destacados, *Star* y *Ajoblanco*.

Star (1974-1980) fue un proyecto personal de Juan José Fernández que inició su andadura como una revista de comix –el 85 % del contenido estaba dedicado a ellos– y terminó siendo una revista contracultural que, en su último número, el 57, dedicaba solo el 20 % de su contenido a los cómics. De espíritu punk y apolítico, la auténtica revista *underground* de la contracultura, con incidencia en las principales ciudades del país.

Ajoblanco (1974-1980 / 1987-1999) fue un proyecto colectivo iniciado por Pepe Ribas, Toni Puig y Fernando Mir. La publicación aglutinó a filósofos, poetas, arquitectos y artistas con contenidos políticos y sociales de ideología libertaria y ácrata. La revista contracultural por excelencia, que influyó en el desarrollo de los jóvenes españoles tanto de grandes ciudades como de pueblos y aldeas de todo el país.

Sin olvidar a otras propuestas alternativas de distribución escasa, vida breve, intereses, como *Ozono*, *Nueva Lente*, *La Luna de Madrid*, *Barcelona*, *Underguía*, las publicaciones del colectivo *Aiguadevidre*, *Alfalfa*, *Bang*, *Nosotros Somos Los Muertos (NSLM)*, *Disco Expres*, *El Víbora*, *Madrid Me Mata*, *Sal Común* o el *underboletín EINA*.

Palabras clave

comix, contracultura, publicación alternativa, portada, historia

The graphics of (counter)culture. A visual essay

Abstract

Can the covers of magazines and publications explain a world? A time? A culture? A country? By visiting libraries, archives and newspaper archives we can find out many things about our past, reconstruct history, our history.

In times, ours, when we are subject to the dominance of the image through screens and devices of all kinds, this visual essay tries to tell a story from the covers, headers, illustrations and photographs of some of the magazines and publications that defined a specific period in the history of Spain, which has come to be called transition. For me, a history of (counter)culture, with two notable examples, *Star* and *Ajoblanco*.

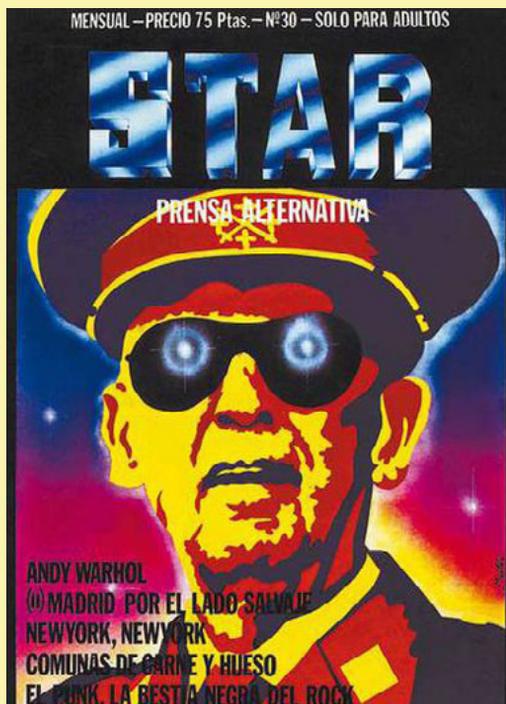
Star (1974-1980) was a personal project of Juan José Fernández that began its journey as a comix magazine –85% of the content was dedicated to this– and it ended up being a countercultural magazine that, in its last issue, number 57, dedicated only 20% of its content to comix. With a punk and apolitical spirit, the authentic underground magazine of the counterculture, with an impact in the main cities of the country.

Ajoblanco (1974-1980 / 1987-1999) was a collective project initiated by Pepe Ribas, Toni Puig and Fernando Mir. The publication brought together philosophers, poets, architects and artists with political and social content of libertarian and anarchist ideology. The countercultural magazine par excellence, which influenced the development of young Spaniards both in large cities and in towns and villages throughout the country.

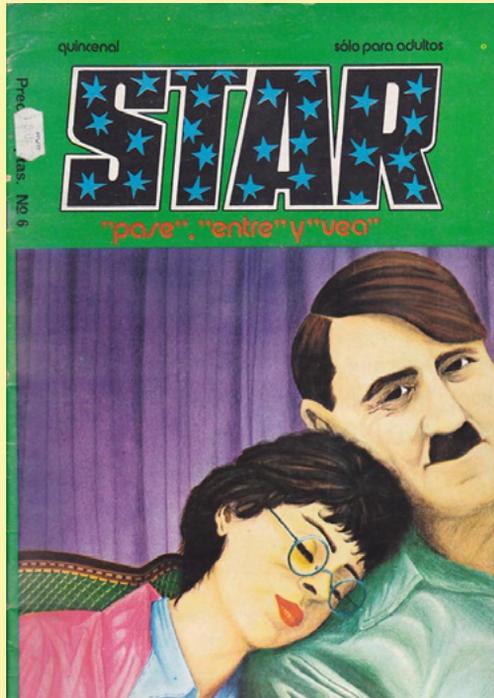
Not forgetting other alternative proposals with limited distribution, a short life or specific interests such as *Ozono*, *Nueva Lente*, *La Luna de Madrid*, *Barcelona*, *Underguía*, the publications of the Aiguadevidre collective, *Alfalfa*, *Bang*, *Nosotros Somos Los Muertos (NSLM)*, *Disco Expres*, *El Vibora*, *Madrid Me Mata*, *Sal Comun* or *underboletín Eina*.

Keywords:

comix, counterculture, alternative publishing, cover, history



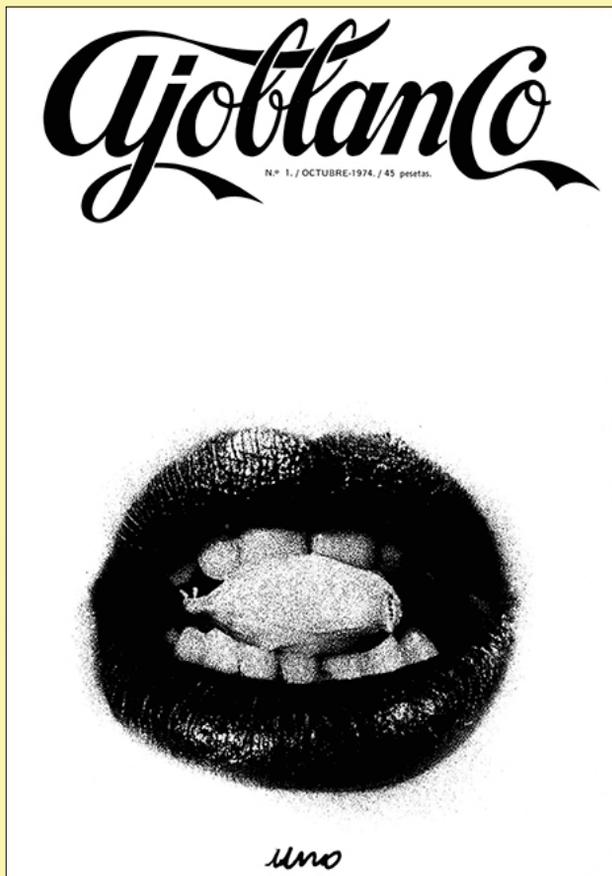
1. Dictador psicodélico. Portada revista *Star*, núm. 30, 1976. Diseño: Montxo Algora



2. Dictador hogareño. Portada revista *Star*, núm. 6, 1974. Diseño: Farriol



3. Muestra de diversos diseños
aparecidos del logotipo de la revista
Star a lo largo de su historia



4. Portada revista *Ajoblanco*, núm. 1, 1974. Diseño de la portada: Manel Esclusa. Diseño del logotipo: Quim Monzó.



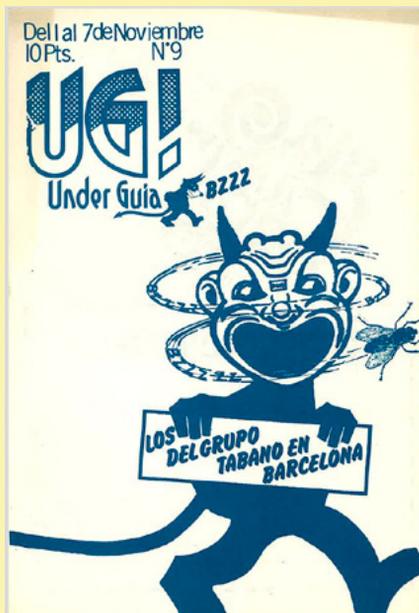
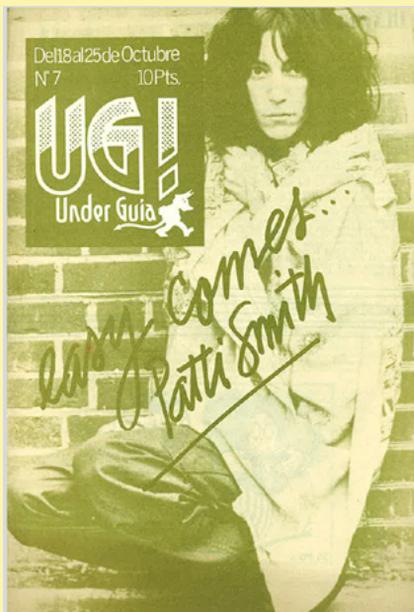
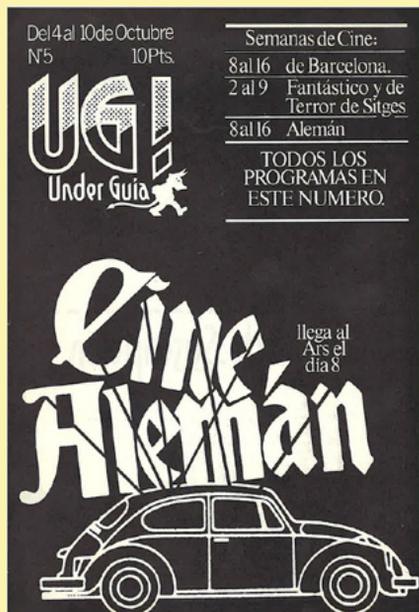
5. Selección de portadas de la revista *Ajoblanco*, núms. 18, 23 y 24.
Compaginación: Carles Guillén.
Equipo fotográfico: Pep Domenech.



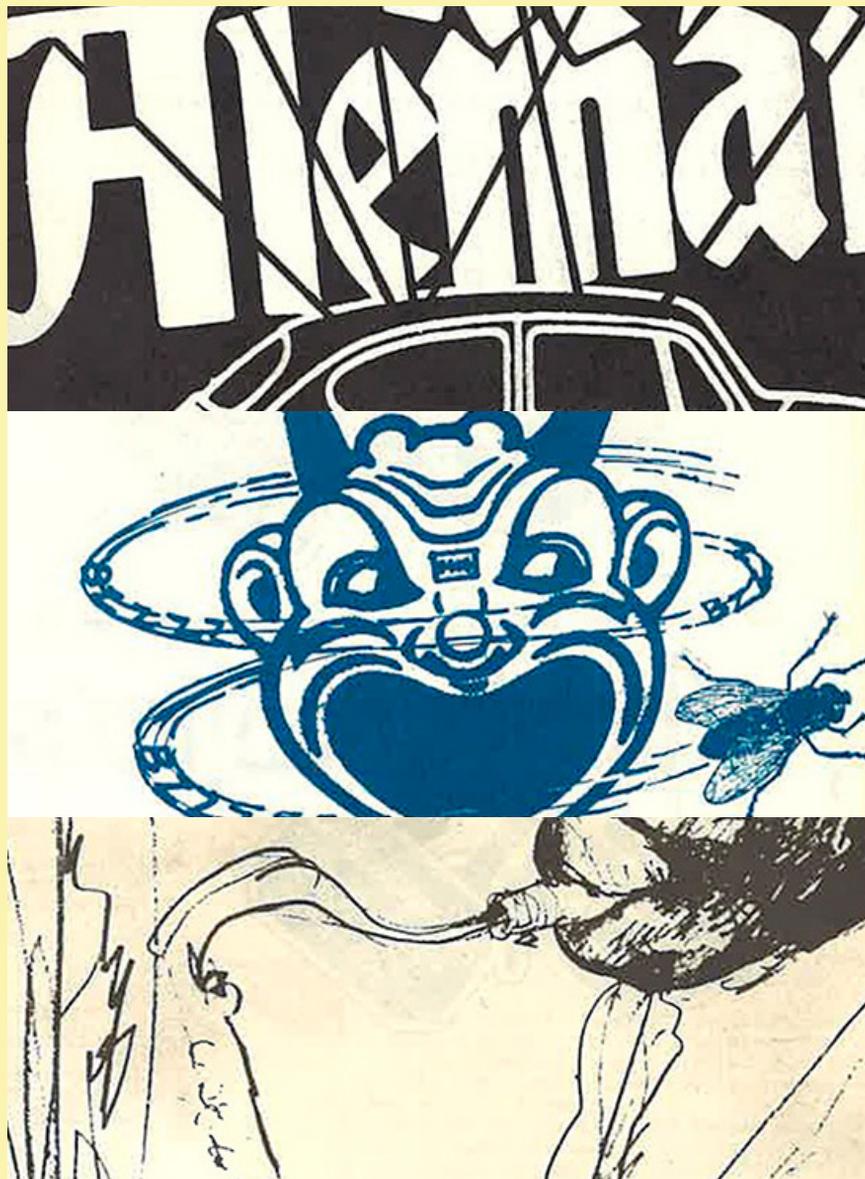
6. Selección de portadas de la revista *Ajoblanco*, núms. 4 y 5.
Diseño: Equipo Ceferino Namuncurá (America Sanchez).



7. Diseño del logotipo: Vivenc Viaplana. Collage: Juma



8. Diseños realizados por Carlos Rolando para la revista *Underguía*, publicada en el año 1976



9. Detalle de las portadas núm 5, núm.
7 y núm. 8 de la revista *Underguía*,
Octubre - Noviembre de 1976



10. *Parking de les feres*, pieza editada por el colectivo Aiguadevidre (mediados de los años 70).

Pollen d'Entrecuix

Biel Mesquida, I

NO VA ESSER SA PU-D'OR DE PIX-
 VM, DUES VORES: UNA PLACIÀRIA I
 ASENXADA UNA BUIDA MÒBIL: S'ES-
 CRIPTURA D'UNA ESCALA AL PALAU del
 CINEMA COLEGIO NACIONAL CADA PIC
 MÉS TAQUICARDIÉS. DIU: PROHIBIDO PAS-
 AR DIU: P **BAIXERAS** ROHIBIDO
 I ES LLUM D'AVALLA LENTA I LENTA-
 MENT,

.....

SON DOS.

VESTITS.

AMB SA BRAGVETA XAPADA.

I PAS.

ENCEN-BOLETIN DE INFORMACION A LA FAMILIA DRE.

FVM QUASI LILA

.....

DUR L'EXPERI-NIVEL 6^o ENCIA A DUR

LO MÉS LLUNY POSSIBLE: SA VIDA

1976-71

JO M'INSTRUEISC QUAN MÉS ERULETENC.

Alumn Del Valle Sobar, Luis

UNA OMBRELLA BLANCA: ETS SEUS CALÇONS

BLANCS ENCULATS DES MEU PARDAL.

Profesor NO HI HA RES DIT.

.....

11. *Pollen d'entrecuix*, pieza editada
 por el colectivo Aiguadevidre
 (mediados de los años 70).



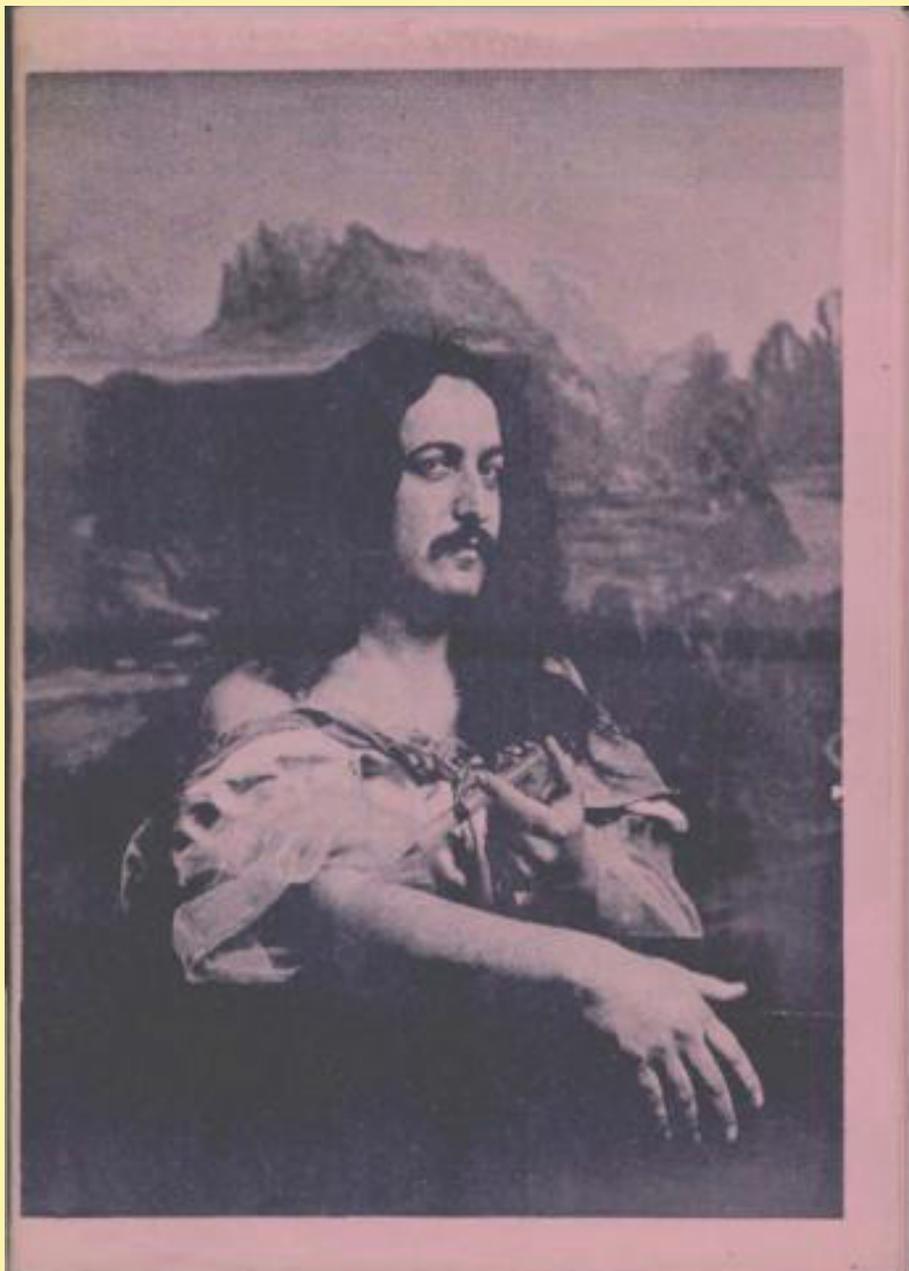
12. Selección de portadas de comics, fanzines y revistas, publicadas desde los años 70.



13. Selección de portadas de comics, fanzines y revistas, publicadas desde los años 70.



14. *Underboletín Eina*. Una publicación del Taller de Diseño Gráfico de la escuela Eina. Año 1972-73.



15. *Underboletin Eina*. Una publicación del Taller de Diseño Gráfico de la escuela Eina. Año 1972-73.



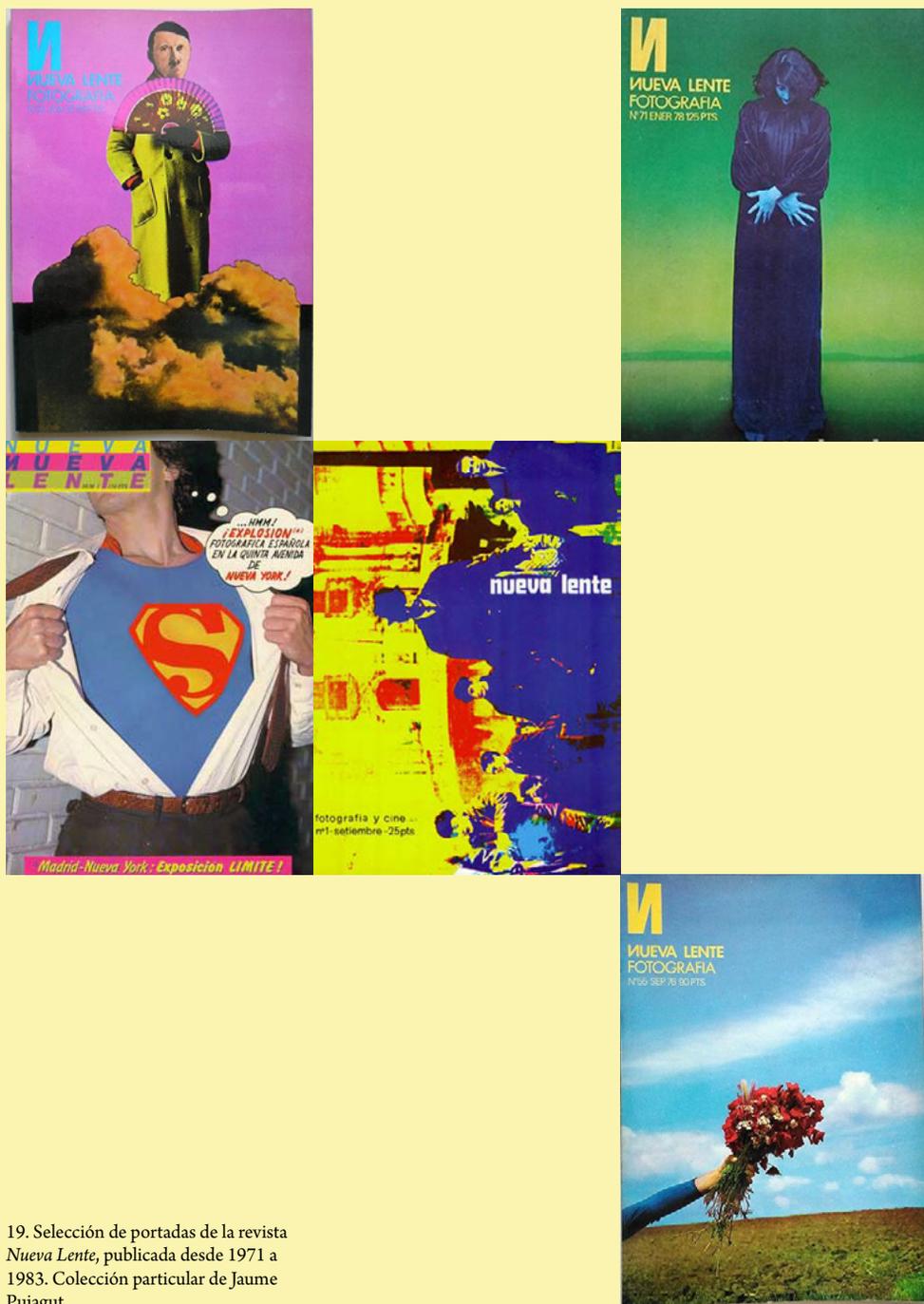
16. Selección de portadas de *Nosotros Somos Los Muertos* (*NSLM*), revista española de cómic alternativo, publicada de 1995 a 2007.



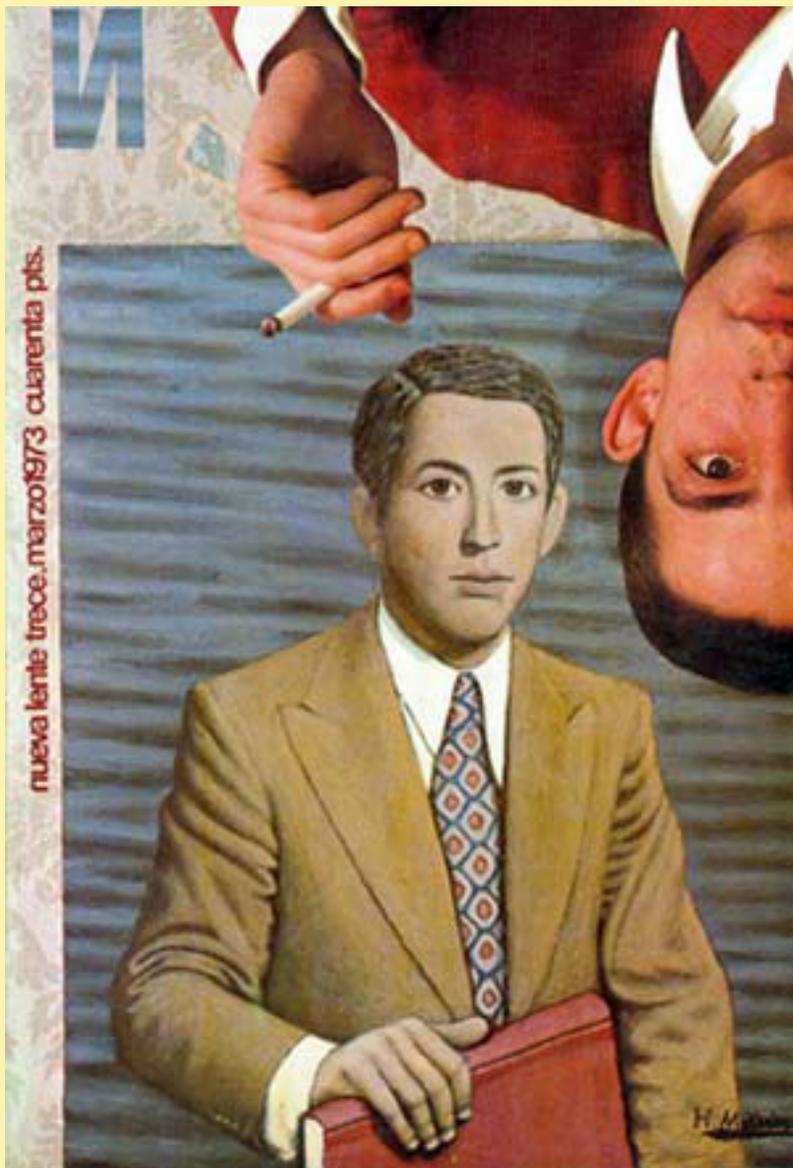
17. Selección de portadas de *Nosotros Somos Los Muertos* (NSLM), revista española de cómic alternativo, publicada de 1995 a 2007.



18. Revista de fotografía española
Nueva Lente. Colección particular de
Jaume Pujagut



19. Selección de portadas de la revista *Nueva Lente*, publicada desde 1971 a 1983. Colección particular de Jaume Pujagut



20. Portada revista *Nueva Lente*, núm.
13, Marzo de 1973.

Información adicional. Contexto

Muchas de las imágenes que aparecen en este ensayo visual pertenecen a mi colección particular. En algunas como *Barcelona*, *Disco Expres*, *underboletín EINA*, *Underguía* he participado de forma más o menos directa. En otras como las publicaciones de Aiguadevidre, *Ajoblanco*, *La Luna de Madrid* y *Star* he sido impresor, colaborador o he aparecido en sus páginas.

Aiguadevidre (1972-1975)

Un estudio de diseño y taller de serigrafía formado por Alex Ferrer, Oriol Treserra, Jaume Vallcorba y Pucci Villurbina, que aglutinaban escritores, artistas y filósofos como Josep Morgades, Narcís Comadira, Quim Monzó, Oriol Pi de Cabanyes, Fernando Trias, Antoni Marí o Francesc Parcerisas y editaron piezas como *Parking de les feres*, *Anotaciones-31 de desembre de 1974*, *Exercicis de cal·ligrafia*, *Notes nocturnes* o *Pol·len d'entreuix*.

Ajoblanco (1974-1980 / 1987-1999 / 2017-)

Un proyecto colectivo iniciado por Pepe Ribas, Toni Puig y Fernando Mir. La publicación reunió a filósofos, poetas, arquitectos y artistas con contenidos políticos y sociales de ideología libertaria y ácrata. La revista contracultural por excelencia influyó en el desarrollo de los jóvenes españoles tanto de grandes ciudades como de pueblos y aldeas de todo el país.

Alfalfa (1977-1979)

Revista de crítica ecológica y alternativas. Nacida a partir de la publicación de un número extra de *Ajoblanco* dedicado a las energías libres y coordinado por el colectivo TARA. En la gestación del proyecto, algunos de los miembros lo abandonaron para realizar la publicación *Userda*, en catalán.

Bang (1968-1977)

Una revista española de información y estudios sobre la historieta, lanzada por el Grupo de Estudios de las Literaturas Populares y de la Imagen (GELPI). En sus inicios la dirigieron Antonio Martín y Antonio Lara. Llegó a publicar 15 números. Además de estos números normales, editó cincuenta boletines informativos, una antología del cómic de ciencia ficción y tres cuadernos de reediciones.

Barcelona (1980)

Con solo cuatro o cinco números publicados, fue una rara avis dentro de este panorama. Se trataba de un proyecto claramente comercial –una revista de anuncios con

distribución gratuita y una sola página dedicada a unos peculiares «ecos de sociedad»-, pero que con la obligatoriedad de un solo anuncio por página y su formato tabloide la convirtieron en un artefacto gráfico visualmente interesante y un reflejo del comercio alternativo de aquellos días.

***Disco Expres* (1968-1984)**

Una revista sobre música, que nació y se desarrolló en una ciudad tan alejada de la modernidad como Pamplona. Una publicación semanal que acogía a los mejores críticos del país. Creada por un locutor radiofónico, pasó a manos de la empresa donde se imprimía para ser finalmente adquirida por el promotor musical Gay Mercader, que trasladó la sede a Barcelona y cambió su periodicidad de semanal a quincenal y finalmente a mensual.

***La Luna de Madrid* (1982-1988)**

Una revista de artistas, con una redacción abierta a colaboradores que, en una gran medida, desinteresadamente participaban en el producto que se hacía ligada a La Movida. Un emblema de la modernidad y, sobre todo, de lo que se empezó a denominar como posmodernidad. El primer director y aglutinador del grupo fundador fue Borja Casani.

***Madrid Me Mata* (1984-1985)**

Una revista de La Movida Madrileña creada, diseñada y dirigida por Oscar Mariné que contó con la colaboración de Moncho Alpuente, Jordi Socías, Pepe Fuentes y Juan Antonio Moreno. De periodicidad semimensual, se publicaron en total dieciséis números. La publicación exploró Madrid como espacio urbano y sociocultural de vanguardia. Siempre centrada en la capital, la revista observó y documentó la vida de sus habitantes y su compleja relación con ella.

***Nosotros Somos Los Muertos (NSLM)* (1995-2007)**

Revista española de cómic alternativo editada desde Palma de Mallorca por Max y Pere Joan. En una época de crisis, se caracterizó por presentar a algunos de los autores más renovadores del momento, tanto españoles como extranjeros. Su nombre proviene de una autopublicación de Max, un duro relato sobre la guerra en los Balcanes. Publicaron 15 números en tres épocas, del 1 al 7, hasta 1999. Reanudaron la edición en 2003. A partir del número 12, y hasta su cancelación con el número 15, sus historietas fueron cada vez más experimentales y vanguardistas.

***Nueva Lente* (1971-1983)**

Revista española de fotografía de carácter experimental y vanguardista. Aunque fue fruto del trabajo de un equipo dirigido por Bonifacio Varea, los directores artísticos fueron Carlos Serrano y Pablo Pérez-Mínguez. La publicación ofrecía un panorama totalmente diferente del modo de hacer fotografía, hacía propuestas críticas sobre la fotografía como medio, técnica o lenguaje; también se podían encontrar portafolios, reportajes y la obra de fotógrafos extranjeros relevantes. A partir de 1975, Jorge Rueda, como nuevo director, potenció el diseño gráfico de la publicación y la abrió al neosurrealismo. Una actitud provocadora que implicó una fuerte caída de la publicidad y la crisis económica de la revista. A finales del invierno de 1979 volvieron a la dirección Carlos Serrano y Pablo Pérez-Mínguez que editaron tres números más: 81, 82 y 83. Con el nombre de *Nueva Nueva Lente* quisieron relanzar la revista, pero no alcanzaron el éxito deseado.

***Ozono* (1975-1979)**

Surgida de las cenizas de la revista *Apuntes Universitarios*, la publicación contribuyó a la difusión de la contracultura y el *underground* en nuestro país. El locutor Juan de Pablos fue el impulsor de la revista que contaba también con nombres como Carlos Finaly, Gonzalo García Pelayo y Diego Manrique. La revista publicaba fotorreportajes, entrevistas y monográficos con un cuidado diseño sobre los artistas de la época.

***Sal Común* (1978-1981)**

Con diseño de Carlos Rolando, fue una publicación alternativa que nació como periódico *underground* y fue mutando hasta convertirse en una revista cultural que se nutría fundamentalmente de noticias, entrevistas y artículos sobre temas variados de la actualidad cultural y social, dentro de los que destacaba la música, sobre todo en la etapa final. También incluyó habitualmente artículos sobre cómic, además de viñetas e historietas.

***Star* (1974-1980)**

Un proyecto personal de Juan José Fernández que inició su andadura como una revista de cómics –el 85 % del contenido estaba dedicado a ellos–, terminó siendo una revista contracultural que, en su último número, el 57, dedicaba solo el 20 % de su contenido a los cómics. De espíritu punk y apolítico, fue la auténtica revista *underground* de la contracultura, con incidencia en las principales ciudades del país.

***Underboletín EINA* (1972-73)**

Realizada por los estudiantes del Taller de Diseño Gráfico de la escuela EINA, bajo la tutoría de Juan Carlos Pérez Sánchez también conocido como América Sánchez, como parte de los ejercicios del curso. Se editaron dos números.

***Underguía* (1976)**

La aventura de un colectivo de amigos fascinados por el londinense *Time Out*. 10 números con información de carácter alternativo sobre lo que ocurría en Barcelona. Contó con la colaboración desinteresada del diseñador Carlos Rolando que les regaló un personaje (precursor del Cobi de Mariscal) que como mascota aparecía en la gran mayoría de las páginas de esta modesta, pero pionera revista de información.

***El Víbora* (1979-2005)**

Revista española de historietas, de periodicidad mensual y editada por La Cúpula, llegó a publicar un total de 300 números y varios especiales. Con el lema de «Cómics para supervivientes», fue una de las más influyentes, al encauzar por las vías comerciales los cómics alternativos poniéndolos al alcance de todos. Creada por el editor Josep Maria Berenguer buscó satisfacer la demanda de los lectores de las publicaciones *underground* de mediados de los años setenta. En su origen reunió a una serie de autores que se habían iniciado en este mundo, como Gallardo, Mediavilla, Max, Montesol, Martí, Nazario, Alfredo Pons, Roger y Sento; la revista publicó también la obra de autores clave de la historieta como Robert Crumb, Gilbert Shelton, Peter Bagge, Jaime y Beto Hernández, Martin Veyron, René Pétillon o Tanino Liberatore.

Jaume Pujagut

Después de una infancia dedicada a la práctica del balompié, descubre a los Beatles y el ámbito familiar le lleva a amar el papel, el olor de la tinta y el diseño gráfico. Escribe sobre temas relacionados con el diseño gráfico. Miembro fundador del colectivo Grrr y del colectivo promotor de la Festa del Grafisme. En los últimos años, a veces en solitario a veces en colaboración ha participado en la exposición Gráficas Ocultas (comisario), el libro *Laus 05* para ADGFAD (coordinador del proyecto), el programa de radio Tendencias (Com Radio), Diseño gráfico con Mariscal (sección Off), etc. Es autor del libro *Gurus del diseño, volumen 1* (Bau, editorial de disseny), y *Vinil-O* (Fundación Comunicación Gráfica). También ha sido miembro de la junta directiva de ADGFAD desde 1997 hasta el año 2004. Escucha música (en vinilo), lee tanto como puede (especialmente novela negra), hojea *El País* cada día y es usuario y defensor del transporte público, sin olvidar su amor por el papel, el olor de la tinta y el diseño gráfico.

*After a childhood dedicated to playing football, he discovered the Beatles and the family environment led him to love paper, the smell of ink and graphic design. He writes about topics related to graphic design. Founding member of the Grrr collective and the collective promoting the Festa del Grafisme. In recent years, sometimes alone and sometimes in collaboration, he has participated in the exhibition Gráficas Ocultas (curator), the book **Laus 05** for ADGFAD (project coordinator), the radio program Tendencias (Com Radio), Graphic Design with Mariscal (Off section), etc. He is the author of the book **Gurus del diseño, volumen 1**, (Bau, disseny publishing house), and **Vinil-O** (Graphic Communication Foundation). He has also been a member of the board of directors of ADGFAD from 1997 to 2004. He listens to music (on vinyl), reads as much as he can (especially crime novels), browses **El País** every day and is a user and defender of public transportation, without forgetting his love for paper, the smell of ink and graphic design.*

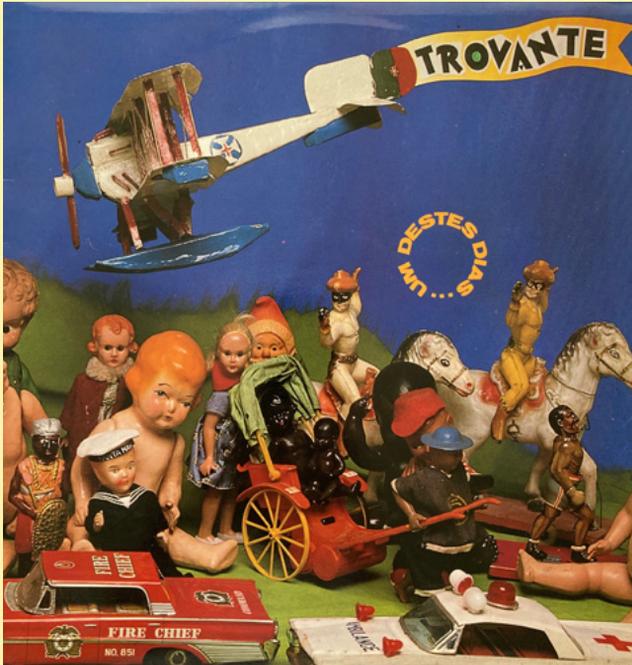
Dancing to someone else's tune. Authorial voice in design, and the case of Fatima Rolo Duarte's record covers

Isabel Duarte

<https://orcid.org/0009-0001-2084-2569>

University of Brighton (Brighton and Hove)

i.ferreira@brighton.ac.uk



Cómo citar este artículo:

Duarte, M., 2023. Dancing to someone else's tune. Authorial voice in design, and the case of Fatima Rolo Duarte's record covers. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad*. 8 (16),pp. 99-109
DOI 10.46516/inmaterial.v8.190



Abstract:

This visual essay confronts the predominant idea in graphic design history that success in a designer's career is measured by the presence of an authorial voice. This is examined through the work of Fátima Rolo Duarte, the designer at the record label Emi-Valentim de Carvalho.

Keywords:

Design, Authorship, History, Feminism, Women.

Bailando al son de otra persona. La voz del autor en el diseño y el caso de las portadas discográficas de Fátima Rolo Duarte

Resumen:

Este ensayo visual confronta la idea predominante en la historia del diseño gráfico de que el éxito en la carrera de un diseñador se mide por la presencia de la voz del autor. Esto se examina a través del trabajo de Fátima Rolo Duarte, diseñadora del sello discográfico Emi-Valentim de Carvalho.

Palabras clave:

Diseño, autoría, historia, feminismo, mujeres.

There is a predominant idea in design history that success is measured by an identifiable authorial voice, or a wide and varied portfolio of different projects. History's insistent search for a 'signature' in a designer's work has determined that the designer whose work is immediately recognizable, repeating similar styles and visual languages across different projects for different clients, should be considered noteworthy. This persistent, problematic idea excludes an enormous number of designers from the record. Those whose approach to design — either through personal choice or through the attendant requirements of working within an institution — is more chameleonic or conciliatory to different projects or clients' needs, create a collection of work that isn't easily identifiable as that of one designer, but rather the work of many combined voices. After all, as design historian Cheryl Buckley once wrote, 'design is a collective effort'.

While consulting Fonoteca, a Porto-based music record archive, the cover of the 1986 album *Psicopátria* by Porto-based rock band GNR — the bold setting of the band's name over a black and white picture of a boy jumping in the river in Ribeira, Porto — caught my attention. However, the credits only mentioned the author of the photograph, Beatriz Ferreira. Delving deeper, I learned from the band's manager that the designer of the cover had been a woman named Fátima Rolo Duarte.

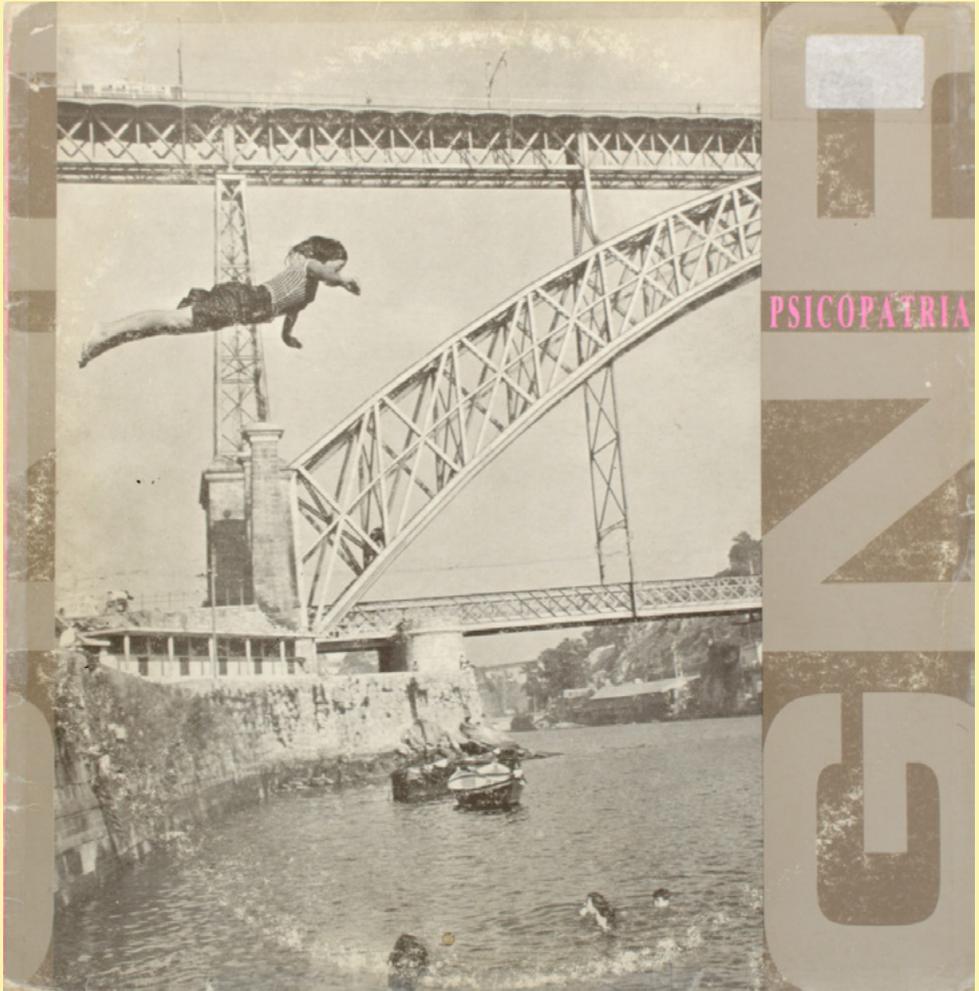
Hers was not a familiar name to me, but even though she might not be included in graphic design history books, her work can be found in most Portuguese houses.

Born in Lisbon in 1958, Duarte took a position as a graphic designer with the music publisher Emi-Valentim de Carvalho in 1983, the biggest music publisher in the country at that time. Many of the records she designed covers for were huge hits, iconic in Portuguese music, and contributed to the visual identity of the artists who are today regarded as intrinsic to the national musical identity.

As an in-house designer, Duarte was responsible for the graphics of hundreds of record covers, for a wide variety of Portuguese musicians: from the superstar crooner Marco Paulo; the very popular 'father of rock' Rui Veloso; the internationally acclaimed fado singer Amália Rodrigues; to António Variações, one of the most culturally significant performing artists after the Carnation Revolution and signifier of the liberalization period, to smaller, alternative bands like Ban. Fátima Rolo Duarte decided that, due to the varied musical styles of the authors that she worked with, each project should be approached independently. In conversation, Fátima mentioned: 'Thus, from Marco Paulo to Vitorino, Amália, GNR, and Toy, I managed to adapt myself to circumstances'. Such versatility would, however, come at a cost to Duarte's recogni-

tion as a designer. This attitude doesn't follow the authorial voice that the history of design looks for in a designer's work. As an in-house designer, it was also necessary for Duarte to navigate difficult waters, reconciling the various needs and desires of both the publisher (her employer) and the musicians, as well as her own sensibility. This is perhaps one of the reasons why this designer, despite having consistently delivered quality record covers with significant cultural importance, is not recognized by the field. Duarte notes that 'It always seemed curious to me that the graphic work was seldom mentioned in music reviews. There was (and there still is) a remarkable graphic ignorance, even within the trade.' The continuous change of skin that this job demanded, coupled with the lack of recognition by her peers and by the music industry, contributed to Duarte's decision to leave this job after almost two decades with *Emi-Valentim de Carvalho*.

Was it graphic ignorance, as *Fátima* called it, responsible for overlooking the work of a designer who created so many record covers with such cultural significance? Maybe, but what is more important now is restoring this name to graphic design history, and in doing so acknowledging Duarte's chameleonic efforts as being a strength rather than a weakness. It is only by continuing to question how design history is made, by whom and for what ends, that we can arrive at a more inclusive account of design history.



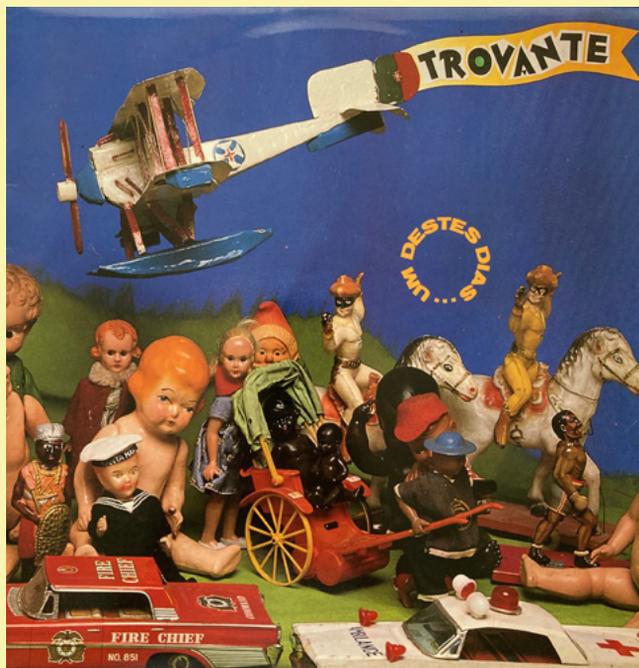
1. GNR, *Psicopátria* (1986). Published by Emi Valentim de Carvalho. Design by Fátima Rolo Duarte



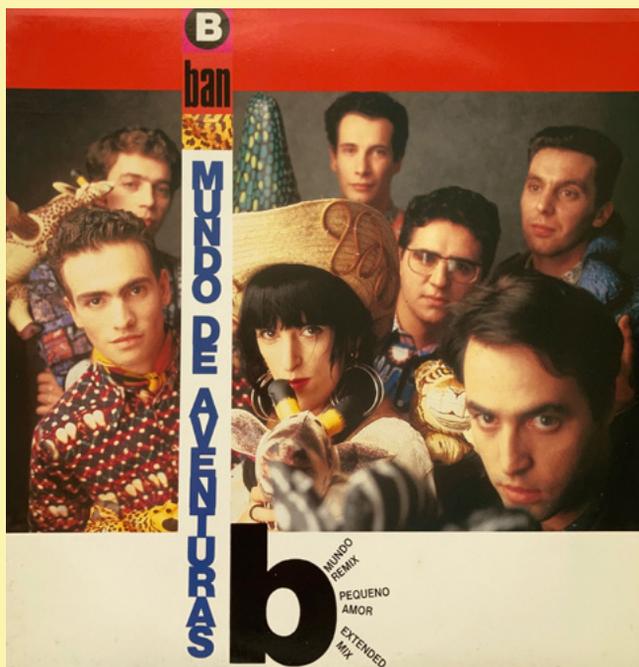
2. Rui Veloso, *Rui Veloso ao Vivo* (1988). Published by Emi Valentim de Carvalho. Design by Fátima Rolo Duarte



3. Colour tests for CD covers. Design by Fátima Rolo Duarte

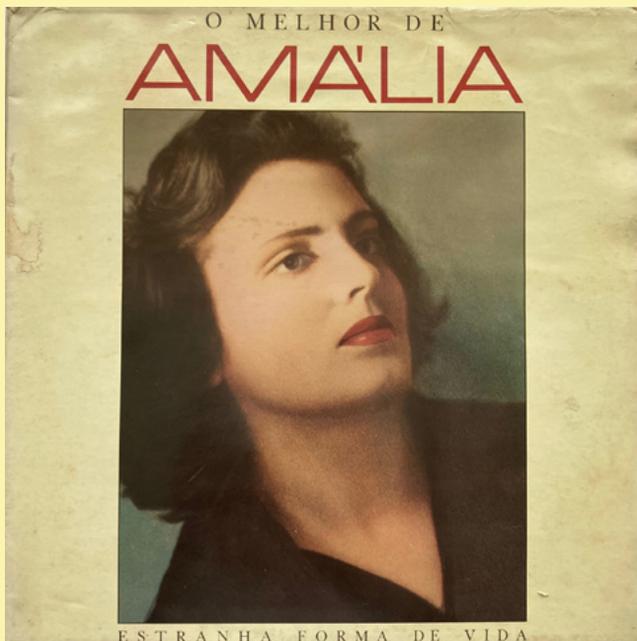


5. Trovante, *Um Destes Dias* (1990). Published by Emi Valentim de Carvalho. Production by Gráfica Monumental. Design by Fátima Rolo Duarte



6. Ban, *Um Mundo de Aventuras* (1991). Published by Emi Valentim de Carvalho. Production by Gráfica Monumental. Design by Fátima Rolo Duarte

7. Amália, *O Melhor De Amália*
 (Estranha Forma De Vida) (1995).
 Published by Emi Valentim de
 Carvalho. Design by Fátima Rolo
 Duarte



8. Ban, *Música Concreta* (1989).
 Published by Emi Valentim de
 Carvalho. Photography by João
 Silveira Ramos. Design by Rui Pregal
 da Cunha, Fátima Rolo Duarte e João
 Silveira Ramos

Isabel Duarte

Isabel Duarte (ella/ella) es diseñadora gráfica e investigadora. Actualmente desarrolla un Doctorado en Historia del Diseño en la Universidad de Brighton, Reino Unido. En 2021, cocomisarió la exposición *Errata: una revisión feminista de la historia del diseño gráfico portugués*. En paralelo, desarrolla el podcast *Errata*, documentando y reflexionando sobre los problemas que enfrentan las diseñadoras en Portugal a través de conversaciones con pensadores, curadores, historiadores y diseñadores sobre sus experiencias. y trabajo (disponible a través de www.errata.design). Como diseñadora, Isabel trabajó en varios proyectos editoriales, como *ArtReview* y *Eye Magazine* y con clientes como Tate Publishing, King's College, ArtQuarterly y la Royal Academy of Arts.

En 2023 comisarió *etceteras: feminist festival of design and publishing* junto con Maya Ober y Nina Paim.

*Isabel Duarte (she/her) is a graphic designer and researcher. She is currently doing a PhD in Design History at the University of Brighton, United Kingdom. In 2021 she cocurated the exhibition **Errata: a feminist revision of Portuguese graphic design history**. In parallel, she develops the *Errata* podcast, documenting and reflecting on issues facing women designers in Portugal through conversations with thinkers, curators, historians and designers about their experiences and work (available through www.errata.design). As a designer, Isabel has worked in several editorial projects, such as **ArtReview** and **Eye Magazine** and with clients such as Tate Publishing, King's College, ArtQuarterly and the Royal Academy of Arts.*

*In 2023 she cocurated **etceteras: feminist festival of design and publishing** with Maya Ober and Nina Paim.*

Alexandra Midal's Design: from architecture's accident to a totality of its own.

Mário Moura

<https://orcid.org/0000-0002-3589-0643>

Universidade do Porto (Porto)

mmoura@fba.up.pt

Cómo citar este artículo:

Moura, M., 2023. Alexandra Midal's Design: from architecture's accident to a totality of its own. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sciedad*, 8 (16), pp. 110-121

DOI 10.46516/inmaterial.v8.191



“Design by Accident: For a New History of Design” is a book by historian Alexandra Midal, published in 2019 by Sternberg Press. It is a translation of Midal’s doctoral thesis, supervised by Pascal Rousseau, and defended in 2012 at Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

We are in a particularly fertile period of historiographical production in the field of design. Doctorates, master’s degrees, bachelor’s degrees, conventions, and conferences generate abundant research that rarely reaches a broad audience. However, this new production almost always relies on a restricted and sometimes outdated group of historiographical texts. Each “new history” tends to “answer” more to this canon than to contemporary texts. The result is the reinforcement of the canon, even when attempting to correct or surpass it.

The problem is evident in the field of graphic design. “A History of Graphic Design” by Philip Meggs (1983)¹ is the original canonical text in this discipline. Although criticized for not being inclusive or being superficially formalistic, its objects, protagonists, chronology, and format tend to reappear in later histories, such as “Graphic Design: A New History” by Stephen J. Eskilson (2007) or “Graphic Design History: A Critical Guide” by Johanna Drucker and Emily McVarish (2008). Martha Scotford originally addressed the canon problem in “Is There a Canon of Graphic Design?” (1991), which, predictably, became the canonical text on the canon. Similarly, Clive Dilnot’s “The State of Design History” (Parts I and II) (1984a, 1984b) is the canonical text on design historiography.

This body of work is mostly over thirty years old, which in itself does not devalue it but compels its potential successors to a dual movement: trying to overcome the canon while paying tribute to it. For this reason, each “new” history, even when deeply revisionist, reinforces the canonical texts. “Design by Accident” follows this scheme, albeit more consciously than usual. Although it builds on the classic design canon, the result is a revisionism that reorganizes its pieces, documents, protagonists, and institutions, creating new readings and novel dynamics between them.

Midal’s primary sources are two texts that she considers the founding histories of the discipline: “Pioneers of Modern Design” by Nikolaus Pevsner (1936) and “Mechanization Takes Command: A Contribution to Anonymous History” by Sigfried Giedion (1948). She pits these stories against each other, seeking to reveal their blind spots. Midal draws this dialectical method from the historiographical work of Reiner

1 In this review, the choice was made to indicate the original publication dates of the design history works in parentheses. The aim is to give the reader an overview of their chronological distribution.

Banham (Midal, 2019, p. 62), particularly “Theory and Design in the First Machine Age” (1960) and “Design by Choice” (1981) — where she also found inspiration for the title² of her book.

A work of history inevitably has references, but “Design by Accident” has a special relationship with its sources that is important to stress. An urgency to produce a history of design “on its own terms” spans the book — which is not a new ambition among design historians. Usually, it means demanding a history created by designers, not architects or art historians. Under the pretext of involving people with direct knowledge of the subject, corporatism often closes design to new methods and leads it to errors and biases that other disciplines have long resolved — Midal does not entirely escape this problem.

However, when calling for a history produced “on its own terms,” she also conveys something more interesting than this underhanded corporatism. The book’s central idea, announced in its title, is that design as a discipline emerged by accident. Initially, architects created it as a vehicle to expand their discipline, upscaling architectural methods to design cities or downscaling it to design objects. According to Midal, the first histories of design were written by Pevsner and Giedion, who were not genuinely interested in design but in architecture’s quest for expansion. She aims, crucially, “to identify and investigate the sources that can be said to belong exclusively to design[.]” (2019, p.79)

When Midal asks what is distinctive about design, she is not searching for answers in the profession or the design institutions. She seeks them in the domestic space, a place where architecture and design intersect. Midal treats it as a contested border, not only between design and architecture but where industry, economy, hygiene, science, management, the body, racism, and gender intersect. “Design by Accident” could easily be a history of domestic space.

Midal tracks how American abolitionist Catharine Beecher applied industrial management techniques to domestic work to prove that slave labor was unnecessary or how the physician Henri Cazalis used William Morris’ ideas to build a hygienist program to redesign the home. Invoking the work of women like Beecher, Paulette Bernège, or Christine Frederick, who applied industrial insights to the domestic space, Midal argues against the “consensus among historians of design that the exclusion of women can be attributed to their relative distance from industrialization and their confinement to the domestic sphere[.]” (2019, p.73).

2 This title follows the aforementioned scheme of reinforcing the canon while attempting to revise it. The main title is a play on words with Banham’s book, while the subtitle states that it is the proposal for a new history.

The domestic space is, finally, the chosen focus by Midal to map the disciplinary ambitions of design. She selects the work of the Italian designer Joe Colombo as the moment when design becomes autonomous because he radically transforms the domestic space. Colombo's "Total Furnishing Unit" (1972) was a piece of furniture that combined all the functions of a house — sleeping, eating, storage — yet was autonomous from it. It was a total design object.

If "Design by Accident" can double as a history of domestic space, it could also be the history of design as a discipline. However, Midal tackles this subject unusually. She does not favor schools, State institutions, or magazines as central places for the design discipline. She mentions the Bauhaus, the Deutscher Werkbund, or figures like Henry Cole (who organized the 1851 Universal Exhibition and the first design magazine). However, by focusing on domestic space and viewing it as a nuanced design entity, she steers clear of discussing design exclusively in institutional and technical terms. This approach gives her the flexibility to delve into usually neglected aspects like form and aesthetics that, far from being irrelevant or superficial, dictate how design ideas materialize and are perceived.

Overlooking form and aesthetics is a usual trait of design history and criticism. Its origins lay in the functionalist and rationalist movements and their belief in a universal form and aesthetics derived from a Puritan idea of function. Midal knows better. She understands that it is in form that a crucial part of the political and disciplinary program of design resides. Form is how design materializes and engages with the world. It is in form that eccentric and unexpected connections become possible. Where one truly perceives the difference between an uninteresting design that merely fulfills and a design that matters and cares.

When Midal chooses the "Total Furnishing Unit" as the moment when design becomes autonomous, this autonomy bases itself on a formal unity that goes beyond the mere sum of functions and materializes in an aesthetic experience. Colombo turns the functions of a home inside out, isolating them from the building's architecture and concentrating them in a complete piece of furniture.

Like Colombo's domestic space, Midal inverts design's disciplinary field to seek unexpected, eccentric connections that may reveal underground links. Focusing on the margins and eccentric details may seem to contradict the fact that "Design by Accident" can also be read as a history of design as a discipline. There is no paradox. Disciplinary power operates in the margins as much as in the center. Every inch of a discipline's territory is a contested border. A discipline is a totality, not because it is

everywhere, but because it is a will for totality (Foucault, 2005). What Midal constantly seeks are the signs of the disciplinary struggle for totality.

“Design by Accident” could be, in addition to a history of domestic space and design as a discipline, a history of totality in design. The disagreement between design and architecture is the struggle between two concepts of totality for the same territory. On one side, there are those who claim that “architecture is everything,” while others insist that “design is everything.” Midal presents a succession of concepts of totality, culminating in Joe Colombo (the book could also be a history of this designer’s work). As the name implies, his “Total Furnishing Unit” represents a total design program that goes against architecture’s aspirations of totality. After Colombo, what remains is an omnipresence of design (from “jeans to genes,” as Hal Foster quipped [2003, p.17]) — a totality from which design as a discipline risks exclusion. Colombo’s brief gesture risks being both the discipline’s beginning and end. It is a stimulating and tempting reading of the history of design. But inevitably incomplete.

We spent the first part of this review trying to understand “Design by Accident” on its own terms. Now, we will address the problems the book raises. When reviewing, it is necessary to distinguish formal flaws (conceptual problems in the work), and “flaws” in the sense of “fissures” the work causes in us and its field of study. This wariness is essential when dealing with “Design by Accident.”

It is a book based on extensive, almost always rigorous research,³ with an exciting and relevant purpose. The title expresses its most stimulating idea: design as a discipline emerged by accident, as a byproduct of architectural disciplinary ambitions, an architecture of small things and interior spaces that would become a fully-fledged totality. Midal seeks to go from this accidental origin of design to Banham’s “design by choice”, from design as a casual byproduct of architecture to a deliberate, “designed” design. She aims for a “new history of design liberated from the perspective of ‘design by accident[.]’” The problem is that design will never lose its contingency, no matter how refined or how much it tries to reduce itself to its “own terms.” As “Design by Accident” demonstrates, autonomous design is a rarity limited to eccentricities like Colombo’s work.

3 A rare slip-up: Midal states that “Sir Henry Cole and Richard Redgrave coined the term “design” in 1849 with their *Journal of Design and Manufactures*” (Midal, id., p. 41) However, the Government School of Design was inaugurated in 1837. The following year, the Manchester School of Design opened.

Later, she says that Cole “was the first to use the term ‘design’ in print as it is understood today” in the *Journal of Design and Manufactures* (id., p. 102) and that he created Britain’s first design schools (id., p. 106). Even if Midal is just signaling the first time the word “design” was used in print, it is highly improbable that the *Journal* was the first public appearance of that term.

Dealing with totalities when tracing the history of a discipline is unavoidable, but it is necessary to understand that totality is always an ambition, never a done deal. Foucault warned that disciplines build themselves on disputes over scarce resources. These resources are material and institutional, but also ideas, concepts, words, and actions. Foucault's key concept is "statement," in the sense of something that is actually said or put into practice instead of something that only potentially exists (2003, p.163). It is in this sense that design as a totality is a rarity. It exists mostly in potential.

Another issue is that "Design by Accident" limits its scope to the interactions between design and architecture. These two areas are adjacent, but design also owes its autonomy to other disciplines such as art, engineering, history, or humanities. More importantly, design itself is a collection of disciplines. When "Design by Accident" talks about disciplinary autonomy, it means only industrial, furniture, and interior design. It does not refer to graphic design or fashion design. Perhaps this problem can be attributed to a common but lazy habit. For instance, the author of this review frequently slips into the habit of calling graphic design just "design." In most situations, the distinction is irrelevant. When writing, even in the context of the disciplinary specialty, it is necessary to have a range of synonyms and economical ways of naming the basic concepts at hand. However, using only "design" is also a way of not dealing with the difficulty of defining design. Writing just "design" does not differentiate between graphic and communication design or between both of these and industrial design. Thus, "design" is not an abbreviation or an "x" to be solved later but merely a placeholder. It is a murky note written out of circumstance and convention, postponing the need to reveal what it means. However, this placeholder is too often promoted to represent the whole of design.

After reading "Design by Accident," it is inevitable to conclude that one of the blind spots of design is the unnamed rift between different designs. One of the marks of modernism was the belief that a general project method, a "design," could be deployed to the most diverse areas – graphic work, furniture design, advertising, or fashion. The model was architectural design, as can be seen, for example, in "The Bases of Design" (1898), where Walter Crane placed architecture as the central foundation for all types of design. For Crane, decoration, for example, originated in the need to fill up certain architectural elements. Using an ideal building as a stand-in for a concrete image of different design applications was a recurrent trope during modernism — from Morris' cathedral to the Bauhaus. Different designs found their common ground in architecture. However, these branches quickly grew apart.

Midal's concern is not with articulating the different types of design but only with problematizing the relationship between industrial design or furniture design and

architecture. Her purpose is to find blind spots; the method is contagious. One of these blind spots is the relationship between all the distinct designs. Are they all part of the same discipline? Are they distinct disciplines? Following Midal's method, one could look for the actual instances where connections between these areas occur. For example, "Pioneers of Modern Design," served as a model for graphic design histories, such as Herbert Spencer's "Pioneers of Modern Typography" (1969). Spencer would be the graphic designer for the 1960 edition of Pevsner's *Pioneers* (1936). These genealogies were dealt with in works by the author of this review (Moura, 2019, p. 30-43), Justin Zhuang (2023), and, primarily, Irene Sunwoo (2010).

It is especially relevant to confront Sunwoo's research with "Design by Accident" because it reveals curious issues. Midal states that it was Allen Lane, the editor of Penguin, who suggested changing Pevsner's book title from its original "Pioneers of the Modern Movement" to "Pioneers of Modern Design" (Midal does not provide the source of this information) (Midal, 2019, p. 59-60). By emphasizing the input of the English editor, she downplays the crucial role of the Museum of Modern Art (MoMA) in New York in the significant changes made during the second edition of "Pioneers." According to Sunwoo, this museum played a central role in promoting design in the United States through an ambitious and innovative program of exhibitions and publications. When MoMA reissued Pevsner's book, it already had an ambitious design program. Convincing Pevsner to turn his history of the modern movement into design's first history furthered that program. Sunwoo's research, based on the documentation exchanged between Pevsner and his counterparts at the museum, challenges the hypothesis that "Pioneers" is a history of design accidentally produced by architects (Sunwoo, 2010). The central role of MoMA suggests that, from a curatorial point of view, design already had autonomy preceding the existence of a history. The additional fact that Colombo's "Total Furnishing Unit" was designed for MoMA's 1972 exhibition "Italy: The New Domestic Landscape" only confirms a seminal connection between design and curating.

In other words, other than architecture, some disciplines contributed to the invention of modern design. Curating is one of them. Pevsner allowed that possibility when he chose the 1851 Universal Exhibition as one of the starting points of his history ([1936]1960, p.40). Midal also approaches this idea. She devotes a chapter to Norman Bel Geddes' Futurama exhibition (p. 315-320). Curating became a fully-fledged discipline in the early years of the 21st century. However, for a long time, some of the tasks now done by curators were the responsibility of designers who conceived the organization of exhibitions, their circulation, and exhibition devices. A clear demonstration of the connections between design and curation is, for example,

Rui Afonso Santos' "O Design e a Decoração em Portugal, 1900 – 1994," published in 1995, and thus unsuspected of contamination by the recent trend that "everything is curating." Afonso Santos (1995) devotes much of this Portuguese design history to various exhibitions and exhibition spaces such as pavilions or stores). It would be possible to create a history of design similar to "Design by Accident," but using the exhibition space instead of the domestic space.

These remarks are not about pointing out a failure on Midal's part in not addressing all of this. Their purpose is to argue that the history of design, and design itself, are inevitably accidental, not only in their origins but always.

Using the same method as Midal but shifting the perspective to graphic design, it would be possible to argue that William Morris was the first autonomous designer. In the same way that Colombo produced a "Total furnishing unit" embodying the unity of design, Morris did so with book design. He brought all the elements that industrial production had isolated in a design unit: the body of text, illustration, margins, and even the letters themselves.

As for autonomy, graphic design's was not achieved in relation to architecture but rather to areas like advertising. In Portugal, architecture was a regular stand-in when typographers wanted to talk about design when that English word was still unavailable. For instance, Manuel Canhão, a typographer, talked about the "book's architecture" (1952). Nevertheless, graphic designers often invoke architecture as a role model, endowed with a respectability that still eludes them.

How is it possible to tell design's history on "its own terms" when design itself is so fractured? It is not even simple to agree on a common timeline among distinct branches of design. For instance, while Streamline is an unavoidable polemic in industrial design, it is irrelevant to graphic design. Even if the general social conditions and aesthetic programs are similar, the technologies involved, and objects produced are dramatically different. When browsing the most recent crop of general design histories, the rarity of moments where different design branches come together is striking (Margolin, 2015; Fiell and Fiell, 2016). De Stijl, Bauhaus, Ulm, and Post-modernism are the rare places we can find, at the same time and under the same roof, architecture, furniture, and graphic design.

If we look at the issue from the perspective of formalist historians like Hayden White (1975), who study history as a literary genre, the disparity between chronologies comes not from the objects of history but from how history is written. Constructing

many distinct historical narratives on the same events, protagonists, or documents is possible. For example, Irene Sunwoo (2010) shows how Pevsner, in his communications with MoMA, was quite open to negotiating when his history begins or ends — emphasizing the relative arbitrariness of its scope. Different historians can build, on the same objects, narratives that unite or isolate different kinds of design. The implications are, of course, very different in each case. The attempt to create a history of design “on its own terms” will never fully resolve the arbitrariness of being able to build different historical narratives about the same objects.

Midal's historical narrative is not entirely linear but polyphonic and hybrid. This results from the intersection of Pevsner's heroic linearity with Giedion's distrust of chronology and his investment in anonymous protagonists. This crossover leads to the tutelary figure of Colombo through a narrative that is not clean and rounded. “Design by Accident” is an excellent example of what Martha Scotford called “messy history” (2012) — the pristine formats of history tend to elevate figures of the white North European and North American man. Any history that seeks other protagonists will seem “messy”. History also has its forms, which are not inevitable but constructions.

Midal proposes not just a reinterpretation but a new narrative framework for design. Drawing from established sources, she offers a new timeline for the autonomy of design, shifting this point from the beginnings of the modern movement to the seventies, when Joe Colombo created his Total Furnishing Unit. In doing so, she relegates modernist design to the status of a “proto-design” practiced by architects. It is a refreshingly polemic and stimulating act of revisionism, which transforms design into an inherently post-modern discipline — although not in the usual sense that designers use that term. That is definitely a debate for another day.

Bibliografía

Banham, R., 1960. *Theory and Design in the First Machine Age*. New York: Praeger Publishers Inc.

Banham, R., 1981. *Design by Choice*. New York: Rizolli.

Canhão, M., 1952. *Nos Domínios da Arquitectura do Livro*. Lisboa: Grémio Nacional dos Industriais Gráficos.

Crane, W., 1898. *The Bases of Design*. London: George Bell and Sons.

Dilnot, C., 1984. The State of Design History, Part I: Mapping the Field, *Design Issues* 1(1), pp.4 - 23.

Dilnot, C., 1984. The State of Design History, Part II: Problems and Possibilities, *Design Issues* 1(2), pp.3 - 20.

Drucker, J. and McVarish, E., 2008. *Graphic Design History: A Critical Guide*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall

Eskilson, S.J., 2007. *Graphic Design: A New History*. London: Laurence King.

Fiell, C. and Fiell, P., 2016. *The Story of Design: From the Paleolithic to the Present*. New York: The Monacelli Press.

Foster, H., 2003. *Design and Crime (and Other Diatribes)*. London: Verso Books.

Foucault, M., 2005. *A Arqueologia do Saber*. Coimbra: Almedina.

Giedion, S., 1948. *Mechanization Takes Command: A Contribution to Anonymous History*. New York: Oxford University Press.

Margolin, V., 2015. *World History of Design*. London: Bloomsbury.

Meggs, P., 1983. *History of Graphic Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Midal, A., 2019. *Design by Accident: For a New History of Design*. Berlin: Sternberg Press.

Moura, M., 2019. *A Força da Forma*. Lisboa: Orfeu Negro.

Pevsner, N., 1960. *Pioneers of Modern Design*. Harmondsworth: Penguin Books. Originally published by Faber & Faber as *Pioneers of the Modern Movement* in 1936.

Santos, R. A., 1995. O Design e a Decoração em Portugal, 1900-1994. In: P. Pereira, ed. *História da Arte Portuguesa*, 3, pp.413 - 505.

Scotford, M., 1991. Is There a Canon of Graphic Design History? In: C. de Smet and S. De Bondt (eds.) 2012. *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011). London: Occasional Papers. pp.36-44.

Scotford, M., 2012. Messy History vs. Neat History: Toward an Expanded View of Women in Graphic Design. In: C. de Smet and S. De Bondt (eds.) 2012 *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011). London: Occasional Papers. pp.138-149.

Spencer, H., 1969. *Pioneers of Modern Typography*. London: Lund Humphries.

Sunwoo, I., 2010. "Whose Design? MoMA and Pevsner's Pioneers". *Getty Research Journal*, 2, pp.69 -82.

White, H., 1975. *Metahistory: The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe*. Baltimore and London: The John Hopkins University Press.

Zhuang, J., 2023. Designing the Modern Movement: The Pioneers of Nikolaus Pevsner. [online] Available at: <http://justinzhuang.com/posts/designing-the-modern-movement-the-pioneers-of-nikolaus-pevsner/> [Accessed 12 November 2023].

Mário Moura

Mário Moura es crítico y curador de diseño, arte y cultura afincado en Oporto. Docente e investigador, escribe habitualmente en periódicos y revistas. Es autor de los libros *Design em Tempos de Crise* (Braço de Ferro, 2009), *O Design Que o Design Não Vê* (Orfeu Negro, 2017), *A Força da Forma* (Orfeu Negro, 2019), *Páginas Inquietas. Sobre documentos Insubmissos* (Dois Dias, 2019). Enseña Historia y Crítica del Diseño y Diseño Editorial en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Oporto. Es miembro del Institute of Research in Art, Design, and Society (i2ADS).

*Mário Moura is a design, art, and culture critic and curator based in Porto. A teacher and researcher, he writes regularly for newspapers and magazines. He authored the books **Design em Tempos de Crise** (Braço de Ferro, 2009), **O Design Que o Design Não Vê** (Orfeu Negro, 2017), **A Força da Forma** (Orfeu Negro, 2019), **Páginas Inquietas. Sobre documentos Insubmissos** (Dois Dias, 2019). He teaches History and Criticism of Design and Editorial Design at the Faculty of Fine Arts of the University of Porto. He is a member of the Institute of Research in Art, Design, and Society (i2ADS).*

