

LA BAUHAUS
LA PROFESIONALIZACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

THE BAUHAUS
GRAPHIC DESIGN PROFESSIONALIZATION

Mg. Samuel Pinilla Hurtado
Institución Universitaria Salazar y Herrera,
Escuela de Artes, Grupo Código. CR 70 # 52-49
Medellín - Colombia. s.pinilla@iush.edu.co

(Recibido el 02-11-2011. Aprobado el 02-02-2012)

Resumen: El presente artículo identifica el proceso que nueva la Escuela Bauhaus para profesionalizar el diseño gráfico, labor que se desarrolló en el Taller de Publicidad e Impresión que fue liderado por artistas innovadores de la talla de Herbert Bayer y Joost Schmidt quienes le dieron la forma y el concepto al taller; además, le otorgaron los elementos gráficos a la nascente carrera. La Escuela Bauhaus, a pesar de haber sido creada en la segunda década del siglo XX, nos deja una doctrina que se ha ido adaptando a los cambios culturales, sociales, económicos y tecnológicos, y que, por otro lado, ha estado influenciando a artistas, arquitectos, decoradores, diseñadores, publicistas y creativos de todas las generaciones. La Bauhaus ha ido evolucionando a lo largo de los años y se ha reinventado en áreas como la publicidad y el diseño gráfico gracias a una renovación en la forma de crear y diseñar proyectos editoriales, impresos, audiovisuales y multimediales.

Palabras claves: Bauhaus, publicidad, diseño gráfico, Escuela Bauhaus, Walter Gropius.

Abstract: In this paper we identify the process that led to professionalize the Bauhaus graphic design, work that developed in the Advertising and Printing Workshop was led by innovative artists of the likes of Herbert Bayer and Joost Schmidt who gave form and the concept to the workshop and also gave it the graphics to the nascent career. Bauhaus School, despite having been created in the second decade of the twentieth century gives us a doctrine that has been adapted to the cultural, social, economic and technological, and which, moreover, has influenced artists, architects, decorators, designers, marketers and creative of all generations. The Bauhaus has evolved over the years and has been reinvented in areas such as advertising and graphic design thanks to a renovation in how to create and design projects editorial print, broadcast and multimedia.

Keywords: Bauhaus, advertising, graphic design, the Bauhaus School, Walter Gropius.

1, INTRODUCCION

Los profesionales de la publicidad y el diseño gráfico recurren a muchas estrategias para crear, conceptualizar y diseñar proyectos creativos que impacten al consumidor. Una de esas estrategias es la de tener presente los estilos gráficos y conceptuales de movimientos tradicionales que le han aportado la sociedad a través de áreas tan importantes como el arte; la arquitectura, la decoración de interiores, la música y el diseño industrial.

Penny Sparke comenta en su artículo La hegemonía del movimiento moderno que "la década de los veinte supuso una época en que arquitectos, artesanos y decoradores progresistas discutían en algunos centros sobre la relevancia de su trabajo en el contexto de un panorama más amplio de modernidad cultural y cambio tecnológico. La mayoría de estos debates tuvieron lugar en Europa, donde las ideas que surgían de los movimientos vanguardistas en pintura y escultura se unían a las ideas racionalistas de la teoría arquitectónica moderna, pasando a formar parte de la base teórica

de un movimiento que iba a dominar la ideología del diseño, sobre todo tal como se expresaría en el ámbito educativo y cultural, durante el resto del siglo XX y más allá", (Sparke, 2012).

Estos creativos apelan de una manera recursiva a las técnicas usadas, los conceptos generados, las ideologías y doctrinas fundamentadas en cada uno de los diferentes movimientos. La Bauhaus es uno de ellos, no solo porque en la escuela fue donde se profesionalizó la carrera, sino también porque le otorgó una ideología y unas bases que han perdurado hasta nuestros días. Carolina Costas, reconocida bloguera internacional, a severa en su blog *El historial del diseño* que "la Bauhaus fue la consecuencia de la inquietud alemana por mejorar el diseño, y actualmente es estudiada COMO el mayor aporte al diseño, las artes aplicadas y la arquitectura. Es una escuela que marcó un hito en la historia del diseño gráfico, industrial, arquitectura y bellas artes."(Costas, 2008).

El presente artículo muestra la forma en que el diseño gráfico nació como profesión, así como también, la influencia que la Bauhaus ha tenido en la publicidad y el diseño gráfico. Se hace una comparación con sus estilos tradicionales y sus adaptaciones y evolución al siglo XXI, lo que lleva al hallazgo de la nueva forma en que la Bauhaus es usada por los creativos alrededor del mundo para motivar, seducir e impactar al consumidor de hoy.

Para encontrar las nuevas características de la Escuela Bauhaus se utilizó el método de investigación de la *observación participante* que es la indicada para proyectos exploratorios y que permite un análisis de los datos de manera simultánea a la recolección de la información. En el transcurso de la última década se han analizado anuncios publicitarios en medios impresos, audiovisuales e Internet y donde el sitio web (Ads of the world, 2002 - 2012) *ha sido de vital importancia porque es la comunidad virtual de creativos y publicistas que tiene el archivo más grande en la actualidad de anuncios publicitarios en todos los medios de comunicación.*

Las nuevas características se expondrán y explicarán de tal manera que el artículo sirva como cita y consulta para creativos, docentes, estudiantes y toda la comunidad académica. Con ello se pretende que los estudiantes actualicen conceptos y analicen nuevas formas de crear ideas, conceptos modernos y novedosos gracias a una actualización en varios de los movimientos que marcaron, además de otras áreas, a la publicidad y al diseño gráfico.

2. MARCO TEORICO

La Escuela Bauhaus ha influenciado a todo tipo de creativos, dentro de ellos, publicistas y diseñadores gráficos. La Escuela de diseño, arte y arquitectura fue fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar, Alemania, y cerrada por el Partido Nazi cuando su sede estaba en Berlín en el año de 1933. Fue en la Bauhaus donde se cimentaron los fundamentos de lo que hoy conocemos como diseño gráfico. En la escuela se profesionalizó la carrera y a partir de allí el diseño gráfico dejó de ser un arte para convertirse en una profesión que le dio al mundo un estilo nuevo de diseñar piezas gráficas.

Paola Fraticola en su artículo *La Bauhaus impone of diseño gráfico como categoría disciplinar*, afirma que "como lógica conclusión a la actitud racional de Gropius de aplicar el arte a la producción industrial (y con ello al consumo), el diseño gráfico vino a ocupar pronto un papel importante en el marco disciplinar de la escuela. En realidad, las salidas que ante semejante planteamiento teórico-disciplinar le quedaban a la pintura eran su aplicación mural (para decoración de interiores y exposiciones) y su adaptación al papel impreso (libros, folletos, carteles, programas y catálogos, etc.)". (Fraticola, 2009).

Walter Gropius era visionario y evolucionó la manera artística de diseñar tales piezas creando y profesionalizando la carrera del diseño gráfico,

Su elección como director de la Escuela se debió, no solo a esa visión futurista, sino también a que tenía fama de ser vanguardista y de crear construcciones arquitectónicas económicas y en poco tiempo. Como es el caso de la obra que le dio renombre internacional, la Fábrica de Calzados Fagus, construida entre 1911 y 1914, en su primera etapa, en elaboración con Adolf Meyer, y con una fachada de cristal para que los talleres tuvieran luz solar durante todo el día y no se gastara energía eléctrica innecesariamente.

Jerzy Elzanoski en el libro *Historia de la arquitectura*, se refiere al trabajo de Gropius en la fábrica como "la lógica estructural era completamente innovadora, la escalera estaba colocada delante de una, frágil esquina de cristal que no ocultaba sus rellanos blancos flotantes, El efecto era una arquitectura de la paradoja, monumental y frágil al mismo tiempo". (Elzanoski, 2009).



Fig., 1, Fachada de la fábrica Fagus construida por Walter Gropius

La fábrica era una pared - cortina, hecha con vidrios que formaban unos ventanales cuadrículados que permitían el ingreso de la, luz solar, y que fue diseñada con estructuras metálicas finas y grandes superficies para los talleres, cubiertas planas y formas ortogonales o en ángulos de 90 grados. Este sistema generó una mayor económica y mayor rapidez en su construcción. Prácticamente es acá donde nacen todos los conceptos del arte moderno. Juan Rodrigo Mónico Uzal en el capítulo *La influencia de la Bauhaus en el movimiento postmoderno*, del libro *Creación y producción en diseño y comunicación de la Universidad de Palermo*, afirma que "si tomamos en cuenta la idea de la renovación radical de las lamas tradicionales, en la deconstrucción, la Bauhaus de Mies Van der Rohe y Walter Gropius fue., sin lugar a dudas, el primer desarrollo artístico posmoderno. En sus obras arquitectónicas enfatizaron la funcionalidad, la simplicidad y la pureza de líneas, y sustentando las bases para los fundamentos del diseño a posmoderno". (Universidad de Palermo, 2008).

Gropius, que en 1919 contaba con 36 años de edad, recibe el encargo otorgado por el gobierno alemán de la Gran Escuela Ducal de Artes y Oficios de Saxon, reconstruyéndola y dándole el nombre de Bauhaus Estatal de Weimar con el que nace la Escuela más moderna de la época, además de ser la más importante para los diseñadores gráficos porque fue allí donde se profesionalizó la carrera. Helena Celdrán escribe el artículo *La Bauhaus, la mejor escuela de diseño del siglo XX* donde, desde el mismo titular, apoya la anterior afirmación y expresa que "solo unos años (de 1919 a 1933) bastaron para que la Bauhaus (en alemán, Casa de la construcción) sobrepasara la función de cualquier centro de enseñanza y se convirtiera en un movimiento, en un referente mundial de la arquitectura, el arte y el diseño, a pesar de los tiempos convulsos que le tocó vivir". (Celdrán, 2012). Por otro lado, Gropius invita a un grupo de artistas vanguardistas para que hagan

equipo de docentes, entre otros, Paul Klee, Laszlo Moholy-Nagy y Wassily Kandinsky. Bauhaus viene de las palabras en alemán Bau, "Construcción", y Haus, "casa", lo que da la connotación de "casa de la construcción", y que para muchos críticos como Magdalena Droste y Lakshmi Bhaskaran es "el arte de construir" que pretende conciliar el arte y la artesanía para la creación de una nueva estética industrial, el diseño, utilizando el poder de la maquinaria y de la producción en serie, Es por esto que, como ideología, y según Cesar Tenorio Gnecco, Gropius tenía un lema, "Arte y técnica, una nueva unidad", (Gnecco, 2012), con el que pretendía fundar un nuevo estilo, vanguardista pero sencillo y racional, y que eliminara todo tipo de ornamentos, y también las barreras entre arte y técnica, entre arte industrial y artesanía, y pintura, porque pensaba que todo se dirigía a una misma meta, la construcción.



Fig. 2. Oscar Schlemmer; imagen de identidad definida desde 1922.

Su historia está llena de hechos y sucesos ricos en resultados creativos e innovadores, y sobre todo, en los aportes que le dio al área publicitaria. Walter Gropius diseñó y creó una completa gama de talleres, que iban desde arquitectura hasta cerámica, textil, metal, mueble, pintura en vidrio y mural, escultura y talla, encuadernación e impresión y publicidad. Además, contaba con su propia imprenta y un grupo de teatro.

En esta primera etapa de la Escuela es importante la figura de Vassily Kandinsky, pintor ruso, precursor de la abstracción en la pintura y teórico del arte, porque como docente de la Escuela le dio grandeza y les impregnó creatividad a sus estudiantes. Dietmar Elger en el libro *Arte moderno, 1870 - 1944*, afirma que "Kandinsky asigna una cualidad específica a cada forma y cada color, El círculo es el símbolo de la perfección, el amarillo alude a lo terrenal y transmite firmeza. En la combinación de forma y color; un círculo amarillo, un cuadrado azul a un triángulo rojo adquieren su propia cualidad expresiva. Pueden compensarse e intensificarse como los colores agudos dentro de las formas agudas". (Elger, 2011).

Pese al nombre de la escuela, al principio no existía un taller de arquitectura, sino talleres relacionados con arte y diseño. Pero la intención que el gobierno alemán tenía con la Escuela era, básicamente, que colaborara con la reconstrucción del país, devastado luego de la Primera Guerra Mundial. Fue por esta razón que construyó un departamento de arquitectura, que solo vino a ser creado en 1927. Beatriz Hernández Cembellín en su artículo *Bauhaus, la escuela que unió arte y técnica*, para la *Revista técnica Industrial* número 252, dice que "par fin Gropius consiguió crear la tan ansiada sección de arquitectura, de la que hizo cargo el arquitecto suizo Hannes Meyer Al implantar este departamento, Se reestructuro todo el organigrama de la escuela, poniendo en primera Utica a la arquitectura, colgando de ella lo que se denominó como construcción y equipamiento interior, que englobaba los talleres del metal, textil, de carpintería y pintura mural ". (Hernández C, 2004).

Pero, para encontrar un mayor número de estudiantes, y previendo un bajo número de hombres jóvenes al haber muerto en la guerra, por primera vez en Alemania se permite estudio a mujeres, concediéndoles el derecho de poderse inscribir en el Taller de Textiles, apropiado y diseñado para ellas. Muchas aprovecharon esta oportunidad y, finalmente, de 150 estudiantes en la primera matrícula, 50 eran mujeres. Suceso que cambia el mundo y el estilo de vida de ellas, quienes ya podían aspirar, una vez graduadas, a trabajar legalmente en cualquier empresa. Además, la Escuela siempre se caracteriza por contar con un excelente y selecto equipo de docentes, provenientes de toda Europa, especialmente del bloque comunista, quienes influenciaron con su constructivismo a la ideología Bauhaus en sus comienzos.

Eugenio Vega atestigua que "si bien antes de la toma del poder el partido nacional socialista nunca tuvo ninguna posición oficial acerca del diseño y la arquitectura (menos aún sobre su enseñanza), algunos miembros del partido como Wilhelm Frick o Alfred Rosenberg ya habían cargado contra la Bauhaus por sus degeneraciones "modernas" y su supuesto antigermanismo. Desde esta visión, la Bauhaus no era más que un grupo de comunistas y radicales al servicio de la Unión Soviética y alguien como Hannes Meyer era visto como un agitador bolchevique, IVI siquiera el conservador Gropius, veterano de la Gran Guerra, parecía tolerable para paladares tan exigentes en materia de radicalismo volkisch". (Vega, 2009).

Promovían a los estudiantes que se destacaban en las clases para que desarrollaran el papel de monitores o jóvenes maestros, de tal manera que los iban preparando como docentes a corto plazo. De esta manera, y sobre las cenizas de un imperio destruido por la guerra, el gobierno alemán se las ingeniaba para el diseño y reconstrucción del país, y también, para la llegada del "hombre nuevo", lo que fue generando la actitud nazista liderada por Adolph Hitler, quien ya daba sus primeros pasos hacia el poderlo europeo y posteriormente, la Segunda Guerra Mundial. El "hombre nuevo" de la Bauhaus, y el que Gropius implantó, tenía características como por ejemplo, ser delgado, tener una estatura entre los 1,70 mt y los 1,90 mt, no estar lleno de errores y no ser débil de carácter.

Pero a pesar de que la situación económica de la Escuela mejora, los problemas políticos no. Leonardo Benevolo, en el libro *Historia de la arquitectura moderna*: afirma que "a partir de 1924 la situación económica general mejora: La Bauhaus empieza a recibir encargos de la industria, mientras la resonancia del movimiento crece en Alemania y en el extranjero. Pero aumenta también la aspereza de las reacciones. La Bauhaus se convierte en el centro de ataques de derechas e izquierdas: los tradicionalistas le acusan de movimiento de subversivo, de subvertir las bases del gusto y de no tener cuenta la herencia histórica, mientras que los artistas de vanguardia le reprochan, a su vez, no ser bastante consecuente y cultivar el eclecticismo y el compromiso. En el debate se introducen inevitablemente razones políticas. Gropius se esfuerza en mantener a la Bauhaus fuera de la encarnizada lucha de partidos y confirma en cada ocasión el carácter apolítico de la institución" (Benevolo, 2010).

Por estos problemas políticos la Escuela tuvo una historia nómada entre 1919, cuando nace, y 1933, cuando finalmente es cerrada. Y todo inicia porque en la Bauhaus existía un movimiento comunista, gracias a la mayoría de docentes pertenecientes a este bloque, y el naciente imperio Nazi buscaba desterrarlo de la escuela. En 1925 la Bauhaus de Weimar es cerrada, terminando su primera etapa de vida. Tal como lo expresa Lakshmi Baskharan en el libro *El diseño en el tiempo*, "la estética y los principios radicales de la Bauhaus, que para muchos eran comunistas, no eran vistas con Ojos nada Buenos para las autoridades locales y, tras diversos desencuentros políticos, en 1925 la escuela se vio obligada a mudarse a Dessau, una ciudad en la que todavía gobernaban los social demócratas, que eran políticamente mucho más receptivos". (Baskharan. 2000).

Dessau fue elegida como su segunda sede, seleccionada estratégicamente por Gropius porque, además de ser un importante centro industrial, tenía escasez de vivienda, con apenas 600.000 habitantes, lo que le generaba nuevas y excelentes oportunidades de trabajo para docentes, estudiantes y para la Escuela en general. La ciudad había sido destruida en la Primera Guerra Mundial por bombardeos de los aliados el 7 de marzo de 1945, lo que le significaba mucho trabajo por realizar. Julio Frederick en su sitio web *La Escuela de Gropius* habla sobre el trabajo realizado por Gropius en Dessau: "la Colonia de viviendas adosadas Törten situada en Heidestrasse, al sur de Dessau es una obra de Walter Gropius promovida por el Ayuntamiento y construida entre 1926 y 1928. La construcción se llevó a cabo en tres etapas y de ella surgieron 316 viviendas con las que el Ayuntamiento de Dessau esperaba una ayuda rápida para resolver el problema de la escasez de viviendas sociales. Gropius perseguía el objetivo programático de bajar el precio de los alquileres de las viviendas mediante la aplicación de todas las formas de racionalización posibles" (Frederick, 2011). Esta segunda etapa es la de mayor reconocimiento histórico por su servicio a la comunidad y por la solidificación de una ideología que quedó impregnada en la historia. Es acá donde Gropius construye la nueva sede, su obra cumbre, considerada como obra maestra del racionalismo europeo. Racionalismo que llevaba a los ciudadanos a combatir con el irracionalismo de la guerra pudiendo resolver las contradicciones sociales de la época. En el año de 1996, la UNESCO adaptó la construcción de la sede como Sitio Patrimonio Cultural mundial de la Humanidad.

En 1928 Gropius renuncia a su cargo como Director de la Escuela, dejándola en un momento impecable e inmejorable por ideas, por producción y por labor social, luego de haber colaborado en el crecimiento y desarrollo de la ciudad. El arquitecto suizo Hannes Meyer, por recomendación del mismo Gropius, lo reemplaza. Pero los problemas políticos persisten en la Escuela y en 1930 Meyer es despedido porque se le tachaba de comunista. Fue sucedido por el arquitecto alemán Ludwig Mies van der Rohe y quien en su época post Bauhaus es considerado como pionero del Arte Minimalista, llevando a su máxima expresión la ideología Bauhaus. En el año 1932 la Escuela fue trasladada a Berlín, llegando a su tercera sede, esta vez, como escuela privada, o sea que ya no dependía del gobierno alemán. Pero los nazis, ya con mucho poder y liderados por Hitler, querían el cierre total de la escuela. Diana Patricia Palmeiro en su artículo *La Bauhaus y el diseño*, afirma que la Escuela tiene tres fases, denominando a la tercera la fase de desintegración y dice que "esta fase comprendió

entre 1928 y 1933; quien sucedió a Gropius en el cargo de director fue Hannes Meyer... Por motivos políticos, Meyer es destituido del cargo, y lo reemplazó en 1931, Ludwig Van der Rohe. En 1932, nuevamente la Bauhaus debió conseguir otra ciudad para establecerse. Esto se debió a la derrota de los socialdemócratas de Dessau en las elecciones municipales. Así fue que se trasladaron a Berlín, donde se establecieron como un instituto privado. La Bauhaus fue clausurada por la policía de Berlín, cumpliendo órdenes del nuevo gobierno nazi, el 11 de abril de 1933. El nombramiento de Adolph Hitler como canciller alemán, el 30 de enero de 1933. Fue el final de la constitución de Weimar". (Palmeiro Torelli, 2004),

Es entonces cuando, en 1933, y debido a las presiones nazis, que la Escuela cierra definitivamente sus puertas. De acá en adelante, los docentes más importantes de la Bauhaus gozaron de una forma enorme fuera de Alemania. Tales son los casos de Walter Gropius que fue catedrático de arquitectura en la Universidad de Harvard entre 1937 y 1952, y de Laszlo Moholy-Nagy quien fundó la Nueva Bauhaus en Chicago en el año 1937.

Entrando en el área del diseño gráfico, la Escuela deja una gran ideología, porque toma elementos de la doctrina De Stijl, revista y movimiento holandés liderado por Piet Mondrian y Theo van Doesburg; algunos de estos elementos son:

- Líneas horizontales y verticales formando ángulos de 90 grados.
- Concepto de profundidad y superficie, base y altura.
- Colores básicos o primarios: cian, magenta y amarillo, complementados con negro y blanco.
- Utilización de cuadrículas.

La Escuela evoluciona estos elementos del movimiento De Stijl a los intereses propios, dándole mayor dinamismo a los diseños, donde las características son más apropiadas para el diseño de carteles en cuanto a:

- Lo negativo y lo positivo
- Lo masculino y lo femenino
- Lo estático y lo dinámico
- Use de bloques de texto
- Elementos geométricos más dinámicos como el círculo y el triángulo
- La lectura en "Z" en los carteles
- Rotación de textos, verticales o diagonales
- Cuadrícula imaginaria para la ubicación de elementos.

En 1924 es creado el *Taller de Publicidad e impresión*, donde se diseñan e imprimen carteles cuyo objetivo era la promoción de los diferentes cursos. Magdalena Droste en el libro *Bauhaus 1919 - 1933*, se refiere al Taller de la siguiente manera: "Herbert Bayer revisada y dirigía incansable el trabajo de los encargos encomendados. Bayer se interesaba profundamente por las exigencias de la ciencia, surgida entonces, de la publicidad psicológica. "Sistemática de la publicidad" y "efectos de la conciencia" debían ser parte del programa educativo. Estilísticamente pueden encuadrarse los trabajos realizados en esta época como tipografías "nuevas" o "elementales", introducidas en la Bauhaus por Laszlo Moholy Nagy Sus colores de impresión son el rojo y el negro; una tipografía informal (grotesca, nos adelante futura), trabajo con fotos y material tipográfico como puntos, líneas, bandas y tramas, son elementos de esta tipografía. La distribución en la superficie ya no se orienta a la simetría, sino en la significación de las palabras, y puede ser oblicua o vertical". (Droste, 1998).

A ' -1- --I- 1- ' '1- 1'1- -1--
Aquí es donde radica la importancia de la Bauhaus para los diseñadores gráficos porque es en este Taller donde el oficio se profesionaliza.



Fig. 3. Fuente Futura. Prototipo de la Escuela diseñado por Herbert Bayer en 1925.

La publicidad también se ve favorecida con todos los aportes que allí se generan gracias a mentes innovadoras y vanguardistas como Herbert Bayer y Joost Schmidt, directores del Taller, quienes aportaron los siguientes elementos:

- Por primera vez se utiliza la fotografía como elemento comunicacional.
- Creación de la tipografía Futura. (ver Fig. 3)
- Incorporación de la fotografía en los diseños
- Collage de imágenes
- Combinación de material fotográfico con texto

- Fotos recortadas según la forma de los objetos
- Diseño de textos alrededor de curvas, (Tabla 4)
- Elementos tridimensionales con sensación de profundidad y perspectiva.
- El uso de elementos técnicos, salidos de los planos arquitectónicos. (Ver Fig. 4).
- Distribución de párrafos en bloques de texto para una mejor lectura.
- Uso de barras de color por debajo, por encima o por detrás de los textos.
- La lectura en "Z" en los carteles. En la cabecera el título, en el medio una gran imagen y en el pie de página el logo.



Fig. 4. cursos diseñado por Joost Schmidt en 1923

La Escuela Bauhaus entendió al diseño gráfico y a la publicidad como elementos de comunicación importantes, los cuales debían impactar y convencer mediante diseños sencillos, basados en cuadrículas o bloques de textos mostrando, a través de las fotografías, imágenes reales de los productos, de tal manera que pudiera elevar la productividad de la comunicación.

3. LA EVOLUCION DEL ESTILO BAUHAUS

Con el paso del tiempo la Bauhaus ha encontrado un lugar predominante en la publicidad y el diseño gráfico gracias a la gran cantidad de elementos y conceptos que la Escuela trajo consigo. La Bauhaus nació finalizando la segunda década del siglo XX, creció en la década de los años 20 y a pesar que los Nazis la cerraron comenzando la tercera década, su doctrina nunca se olvidó. Vino para quedarse eternamente y renovarse de acuerdo a los cambios socio - culturales y tecnológicos, en los cuales siempre se ha apoyado.



Fig. 5. Ejemplos del diseño de campañas publicitarias Bauhaus en la actualidad.

En la actualidad existe una tendencia Neo Bauhaus en la publicidad y el diseño gráfico que se ve fielmente reflejada, no solo en campañas publicitarias, sino también en el diseño de posters cinematográficos, y que cobra vida con todos los ingredientes de su doctrina original, Pero más digital y, a la vez, más fresca en diseño, con una diagramación sencilla, que puede tener muchos elementos gráficos incorporados; pero sin saturar visualmente, y que es regida por:

- Uso de una fotografía que ocupa la gran parte de un anuncio publicitario en vez del recurso de cuadrículas. (Ver Fig. 5).
- Cuadrículas, filas y/o columnas donde se ubican las fotografías de los personajes, productos o escenas importantes de cada pieza. Estas cuadrículas no necesariamente tienen que ser perfectas, pueden estar desorganizadas en cuanto a tamaño y ubicación. (Ver Fig. 6, poster de la película *The International*).
- Uso de un medianil. Espacio menudo entre fotos que da respiro para una mejor visualización.
- Uso de fuentes helvéticas
- Efecto digital es que hacen más moderno y actual un concepto y ayudan al impacto visual.
- Así como se puede saturar a través de las cuadrículas, también puede carecer de una gran cantidad de imágenes y textos, con un diseño simple, pero impactante.



Fig. 6 ejemplos del diseño de carteles cinematográficos al estilo Bauhaus en la actualidad

4. TRABAJOS FUTUROS

Hablar de movimientos artísticos que han influenciado a la publicidad y al diseño gráfico implica adentrarse en un universo de estilos y tendencias que nacen permanentemente y que aportan características, conceptos y elementos gráficos vitales para la evolución del diseño de proyectos o campañas publicitarias. Es por esto que la investigación y el análisis de nuevos movimientos continuarán y mostrarán posteriormente la renovación de ideas y doctrinas que evolucionan la manera de pensar y de crear ideas de los creativos para el impacto y la motivación del consumidor.

5. CONCLUSIONES

Los movimientos son influenciados por fuerzas económicas, tecnologías, ideológicas, sociales y culturales. Marisol Salanova Burguera de la Universidad de Valencia y Eurídice Cabanes Martínez de la Universidad de Santiago de Compostela, afirman, en el artículo *Arte versus Globalización* para la *Revista de Filosofía*, que "si tenemos en cuenta que el arte, en ningún momento puede existir aislado del contexto cultural y social que las rodea, y nuestro contexto actual es el de la Cibercultura, resulta lógico que el arte se vea afectado por este cambio de paradigma cultural, que parece no poder escapar a las condiciones socio-económicas que la globalización impone". (Salanova B. & Cabanes M., 2010).

Hoy en día, una de las funciones del publicista o diseñador gráfico es la de ser un ultra creativo que obtenga y analice las nuevas tendencias con la intención de evolucionar conceptos e ideas. La actualización y la investigación permanentes son

vitales para todo tipo de creativo a la hora de comenzar cualquier proyecto o campaña publicitaria. La Escuela Bauhaus es la más importante en la historia del diseño gráfico porque, no solo le dio el carácter profesional, sino también porque trajo consigo una serie de elementos gráficos y conceptos con los que los creativos pueden conceptualizar e idear cualquier tipo de proyecto o campaña publicitaria.

El estilo de la Bauhaus fue evolucionando de acuerdo con los cambios que presenta la sociedad. La industrialización y llegada de la máquina, la depresión económica de 1929, las dos guerras mundiales, la guerra fría y la creación del computador e internet influenciaron esta evolución, la cual continúa en la actualidad gracias a que los medios de comunicación se han convertido en aliados importantes. La televisión, el cine, la prensa, la radio, el correo directo e internet, entre otros, han servido como trampolín para que la sociedad participe cada vez más del consumo y lo haga a través de una comunicación multidireccional.

Esa evolución del estilo Bauhaus se ha dado porque su filosofía y doctrina son adaptables al paso del tiempo, gracias a una mirada futurista de sus creadores. Será un movimiento que seguirá evolucionando porque su ideología así lo permite y porque es de mucha utilidad para publicistas y diseñadores gráficos en el momento de comenzar a diseñar proyectos o campañas publicitarias.

RECONOCIMIENTO

A Juan Felipe Álvarez Villa por su asesoría en la redacción y enfoque del artículo.

REFERENCIAS

Ads of the world. (2002 - 2012). Retrieved from WWW. adsoftheworld.com

Benevolo, L. (2010). *Historia de la arquitectura moderna.* Barcelona: Gustavo Gili.

Bhaskaran, L. (2000). *El diseño en el tiempo.* Blume.

Celdrán, H. (Agosto de 2012). *20 minutos.* Obtenido de <http://blogs,20minutos.es/trasdos/2012/08/01/bauhaus/>

Costas, C. (14 de Mayo de 2008). *El historial del diseño obtenido de:* <http://carocostas.wordpress.com/2008/05/1411a-bauhausi>

Droste, M. (1998). *Bauhaus 1919 - 1933.* Taschen Editores,

Elger, D. (2011). *Arte modern°, 1870 - 1944.* Taschen.

Elzanowski, J. (2009). *Historia de la arquitectura.* Blume.

Fraticola, P. L. (2009). *Image and Art.* Obtenido de www.iinageandart.com

Frederick, J. (23 de Junio de 2011). *La Escuela do Gropius.* Obtenido de <http://waltergropius.blogspot.com/2011/06/walter-gropius-obras-parte-ii.html>

Gnecco, C. T. (2012). *Arq Text.* Obtenido de http://www.arqtextenorio.com/wp-content/uploads/La_Bauhaus.pdf

Hernández C., B. (Marzo de 2004). *Universitat Politècnica de Catalunya.* Obtenido de <http://tecnicaindustrialesiTTAdmin/Numeros/11/44la44.pdf>

PalmeiroTorelli, D. P. (2004). *La Bauhaus y el di seno.* Buenos Aires, Argentina.

Salanova B., M., & Cabanes M., E. (Marzo de 2010). *Eikasia, Revista de Filosofía.* Obtenido de <http://www.revistadeflosofla.com/31-15.pdf>

Sparke, P. (13 de 11 de 2012). *La historia del diseño gráfico.* Obtenido de: <https://sites.google.com/site/ihistoriadeldisenograficol/iestilosdelsigloxx/modernicladydiseño>

Universidad de Palermo. (2008). *Creación, y producción en diseño y comunicación* Buenos Aires: Imprenta Kurz.

Vega, P. (2009). *Diseño y consumo en tiempo de crisis I. La desintegración de la Bauhaus.* Paperback, 187.