

Art Déco en Croacia. Un estilo de cultura urbana y un signo de la sociedad moderna

Jasna Galjer ⁽¹⁾

Resumen: El tema del texto es definir los aspectos clave del Art Déco como un segmento integral de la historia cultural en la región a la que pertenecía y hacia la que gravitaba Croacia en las décadas de los 1920 y 1930. Sus formas específicas se consideran en un contexto histórico, cultural y estético, y se analizan e interpretan como base de modelos representacionales de afirmación de la idea y visión del movimiento moderno y de la identidad nacional en el panorama de circunstancias complejas y conflictivas de entreguerras. El punto de partida es la tesis sobre los aspectos complejos del movimiento moderno como paradigma universalmente comprensible, que en el medio de las exposiciones internacionales se concibe como el “modelo del mundo” y adquiere un marco (auto)representacional. Se analizan, interpretan y contextualizan los actores clave, modelos e instituciones de promoción de diseño como generador de la modernización de la sociedad tomando como ejemplo la escena cultural e intelectual croata.

Palabras clave: Art Déco - historia cultural - historia de diseño - Reino de los Serbios - Croatas y Eslovenos - Croacia - movimiento moderno - mediatización - exposiciones internacionales

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 173 y 174]

⁽¹⁾ **Jasna Galjer.** Profesora Titular en la Universidad de Zagreb, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Departamento de Historia del Arte, Croacia. Antes de su empleo en la Universidad, se desempeñó en el Museo de Artes y Oficios de Zagreb como curadora de la colección de arquitectura y diseño. Sus intereses de investigación se centran en la historia del diseño y la historia cultural, la historia y la teoría de la arquitectura, las relaciones del modernismo y el nacionalismo en los discursos de la historia del arte del siglo XX.

Es autora de varios ensayos y monografías sobre crítica arquitectónica, historia cultural de publicaciones periódicas, fotografía de arquitectura, historia de las exposiciones y diseño. Fue curadora y co-curadora de varias exposiciones, como: *Art Déco y arte en Croacia entre las dos guerras* (2011), *Automóvil. Cultura de movilidad* (2016) y *Reflexiones sobre Bauhaus* (2019). Su libro más reciente es *La diseñadora extranjera. Antoinette Krasnik y la Wiener Moderne* (2020). jgaljer@ffzg.hr

Notas introductorias sobre la historiografía del Art Déco en Croacia

En el período entre la década de 1910 y finales de la década de 1930, ¿es posible siquiera hablar de expresiones estilísticas coherentes y de un lenguaje visual universalmente reconocible en la esfera global? (Galjer 2011) ¿O es que la deconstrucción del sistema de valores redujo el paradigma cultural asociado a una colección de tendencias y convirtió irrevocablemente la producción cultural en una imagen híbrida de ideas e ideologías arbitrariamente conectadas? Al respecto, la tesis sobre los vínculos entre las tendencias contemporáneas se apoya en el lenguaje de la cultura popular y el espacio mediático, desde las exposiciones hasta la moda, el cine y la estetización de la vida cotidiana, en las que las manifestaciones de la modernidad toman las características del Art Déco.

A diferencia de las contribuciones a la historización del Art Déco que en la década de 1960 buscaban definirlo en categorías de la historia del arte, en las investigaciones posteriores surge la pregunta de si es –ante todo– un fenómeno de tiempos modernos, tendencias de gusto, moda y un síntoma de la época. Así, se hace énfasis en la complejidad, la contradicción, la hibridación y la heterogeneidad de rasgos, mientras que la interpretación pasa de las propiedades formales y se orienta a considerar la auténtica expresión y reflejos de los diversos segmentos englobados bajo la denominación Art Déco.

En la historiografía de las artes aplicadas y del diseño, el período entre las dos guerras mundiales se identifica, con mayor frecuencia, en la región a la cual pertenecía y hacia la cual gravitaba política y culturalmente el área de la Croacia actual, como el período de transición entre la Secesión vienesa y la afirmación del Movimiento Moderno. Hasta hace poco, se descuidaba el papel clave de la cultura material y de los medios modernos como generadores de afirmación del diseño moderno, las artes aplicadas y la producción artística de la época. Quizás por esta razón Croacia no estuvo representada en la exposición Art Déco realizada en 2003 en el Museo V&A [Victoria y Alberto].¹ Además, no está suficientemente demostrada la relación entre el valor simbólico de la cultura material y las nuevas formas de producción, que debido al desarrollo de la industria ganaron cada vez más impulso (Sandino 2004). Es indicativo que los ejemplos del Art Déco en Croacia son mucho más numerosos en las artes aplicadas y la cultura popular que en la producción artística de élite y, por tanto, sería problemático limitar la consideración del Art Déco a un patrón de estilo. Como sustrato del desarrollo industrial en el entorno croata, la conciencia del papel social de la calidad del producto fue cada vez más pronunciada; es decir, la afirmación de la comprensión moderna del diseño como una calidad integral de diseño en general.

Las transferencias de ideas a través de los medios masivos influyen significativamente en los estándares de calidad de la vida cotidiana: el diseño de objetos de uso diario, así como la industria publicitaria, las revistas y los carteles, son una muestra representativa para la contextualización dentro del marco de las tendencias globales de la comunicación visual de la época. Se manifestaron dos enfoques sobre cómo hacer el diseño. El primero se basó en la tradición de la artesanía artística y la industria casera, y el segundo en el lenguaje visual del Movimiento Moderno internacional. Sin embargo, independientemente de los rasgos formales y los medios que utilicen, su objetivo común fue contribuir a la calidad de la vida cotidiana.

El papel de los medios masivos de la comunicación visual en la promoción del Art Déco

En la promoción de la cultura contemporánea, los medios de comunicación de masas jugaron un papel fundamental, como fue la aparición de la revista ilustrada *Svijet [El Mundo]* en 1926, que marcó un punto de inflexión. Los anuncios y campañas publicitarias revelan cambios importantes en los procesos de democratización y modernización de la sociedad, especialmente en la anterior división de roles de género. En consecuencia, las estrategias de persuasión crean una narrativa cultural que ya no está determinada por las oposiciones de los roles de género masculino y femenino. Para la inclusión de una nueva generación de las autoras educadas profesionalmente en el panorama artístico, las artes aplicadas y el diseño, tuvo un papel clave el surgimiento de instituciones educativas donde se formaron diseñadoras profesionales del período de entreguerras: Escuela Superior Temporal de Artes y Oficios en Zagreb en 1907, y el siguiente paso fue la fundación de la escuela privada de Tomislav Krizman en 1910; tratándose de modelos educativos de acuerdo con las reformas educativas contemporáneas en el campo de las artes decorativas y el diseño.

A la fecha, la contribución más completa a la investigación del Art Déco en Croacia es la exposición “Art Déco y arte en Croacia entre las dos guerras” (Galić & Gašparović 2011), que lo representó como un fenómeno complejo de la historia cultural. Sin embargo, ya a principios de la década de 1980 ciertos segmentos fueron detectados como puntos de referencia de la historia del Arte Déco de la región: Željka Čorak definió la Exposición de París de 1925 como una “muestra de tiempo” en el “estudio de caso” de Drago Ibler y la arquitectura croata entre el expresionismo y el funcionalismo. En aquella ocasión, se señaló que el Pabellón de Le Corbusier fue una “demostración de un punto de vista arquitectónico-urbanístico radical” que influiría decisivamente en cómo Ibler comprendía la arquitectura como producción cultural (Čorak 1981: 60-67). Estudios recientes dedicados a las obras de los protagonistas del Art Déco, como Otto Antonini (Kolveshi 2006) y Sergije Glumac (Hekman 2004), también apuntan a la autenticidad de la producción cultural. Y mientras que Antonini, a través de la revista ilustrada *Svijet [El Mundo]*, le dio una identidad visual contemporánea a toda la década y su crónica social, mediante los contenidos que van desde el ocio intelectual presentado popularmente y la crónica social hasta la promoción de tendencias vanguardistas; a su vez Glumac es importante por su marcada intermedialidad y su participación en las tendencias vanguardistas. Dado que en Zagreb no había revistas parecidas en aquel momento, *Svijet [El Mundo]* fue de gran influencia gracias a su popularización, al seguir todos los sucesos importantes de la cultura, política y moda, que debía su éxito en gran medida al diseño de Antonini. Excelentes portadas e ilustraciones crean una imagen dinámica de la entonces Zagreb como una metrópolis moderna; registran y anuncian bailes y fiestas exclusivas, exhibiciones de aviación, traen escenas de interiores Art Déco, cafés, canchas de tenis y campos de golf. Dada la importancia del papel del automóvil como metáfora de modernidad, uno de los nombres del período que hace referencia a los “locos” años veinte, y que remite al jazz, los rascacielos y otros códigos de la cultura popular, es el *Roaring Twenties*.² La revista ilustrada *Svijet [El Mundo]* seguía regularmente carreras, exhibiciones de automóviles en la Feria de Zagreb, que fue uno de los eventos fe-

riales más importantes a escala europea (Arčabić 2013), en competiciones muy populares como *Concours d'élégance*, (Ver Figura 1 y Figura 2) competencias de coches de lujo que se exhibían y evaluaban. Las contribuciones presentan una imagen auténtica de los tiempos; registrando tendencias de diseño extravagantes, exóticas y refinadas que se dirigían a sintetizar forma y función. Entre las portadas visualmente más atractivas se encuentran soluciones del ámbito del discurso temático mencionado. En varias portadas aparece una mujer al volante de un automóvil (Ver Figura 3); ella unifica los códigos de identificación de una elegante ciudadana de Zagreb, pero también de una mujer consciente de sí misma y emancipada que participa activamente en la vida social. Así se lanza la cuestión de posibles conexiones a los retratos autorreferenciales de Tamara de Lempicka, así como el diseño de la portada de la edición de *Vogue* del enero de 1925, donde una mujer en el vestido “simultáneo” de Sonia Delaunay está de pie apoyada en la carrocería de un coche, pintada con el mismo patrón “simultáneo”.



1



2



3

Figura 1. Sergije Glumac: 15º Salón del Automóvil, 29ª Feria de Zagreb, 2-11 de abril de 1938

Figura 2. Interior del Pabellón Francés, vista del salón del automóvil, 14º Salón del Automóvil, 27ª Feria de Zagreb, 17-26 de abril de 1937

Figura 3. Otto Antonini: Borrador para ilustración A-D-A-C/ Lady driver Zagreb Fair, Portada de la revista semanal *Svijet* [El Mundo], 1929

Feria de Zagreb. Un generador de cultura urbana y diseño moderno

El poder de los códigos de comunicación de la exposición como medio moderno en el ejemplo de la Feria de Zagreb cobra un papel completamente diferente. Fundada en 1909 con el propósito de “mejorar nuestra industria artesanal y la producción primaria, el comercio y los servicios empresariales mediante la organización de exposiciones y grandes ferias, y además de incrementar el comercio extranjero” (Laslo 2007, p.14), la Feria de Zagreb pronto se convirtió en una de las más grandes ferias internacionales en Europa. Además de estimular el comercio y el consumo, la Feria de Zagreb –gracias a su atractiva programación–, atrajo a un público cada vez más amplio, convirtiéndose en el centro de la vida social, y así creció su papel en la generación de la cultura moderna. En el marco de las ferias regulares que se realizaban en primavera y otoño, se llevaban a cabo numerosas exhibiciones especializadas, desde coches y radios hasta la famosa exhibición *Film und Foto [Cine y Fotografía]*, que se celebró en Zagreb en 1930, solo un año después de su estreno en Stuttgart. Al perfilarse la Feria de Zagreb como una manifestación moderna, la conciencia de la importancia del diseño gráfico comercial es una constante que se expresa en diferentes niveles representativos. La Feria de Zagreb dio un fuerte impulso a la promoción y profesionalización del diseño en los años veinte y treinta al mostrarse públicamente cuidadosa del diseño gráfico. Ya en 1922, la Feria tenía su propia oficina de propaganda y, a partir de 1924, la sucursal de Zagreb, *Publicitas*, era una de las principales agencias de marketing europeas, y participó en el diseño de la identidad visual. Al mismo tiempo, al involucrar a personalidades creativas como: Sergije Glumac, Pavao Gavrančić, Ljubo Babić, Ernest Tomašević, Ivan Tabaković, Otto Antonini, Emil Vičić, Andrija Maurović, o estudio de diseño *Atelijer Tri [Taller Tres]*, (Božidar Kocmut, Vladimir i Zvonimir Miroslavljević), en el espacio público se creó una imagen dinámica de la Feria de Zagreb, que palpitaba con los ritmos de la cultura urbana mientras se dirigía a los públicos más diversos.

Comunicación visual con base científica. Caso del Instituto *Imago*

El auge de las comunicaciones visuales a fines de la década de 1920 es evidente en el surgimiento de numerosos institutos y agencias de publicidad, lo que indicó una gran actividad económica y de mercado. A éstos se les unió en 1928 el Instituto para el Estudio Científico de Publicidad y la Producción Artística Publicitaria, *Imago*, que introdujo el refinado lenguaje visual del Art Déco. Su fundador Miroslav Feller estudió los aspectos psicológicos de la publicidad en Viena y, después de regresar a Zagreb, siguió ocupándose de la teoría de la publicidad y también estuvo involucrado en las actividades de la asociación corporativa *Union Continentale de la Publicité*³. El Instituto *Imago* (1928-1929) reunía a los mejores colaboradores formados en París, Viena, Praga, Berlín y Dresden. Así, Sergije Glumac, Anka Krizmanić, Božidar Kocmut y Vladimir Miroslavljević aportaron a la comunicación visual del Instituto un enfoque creativo y conocimiento científico de publicidad. Sus ingeniosas y contemporáneas campañas publicitarias contribuyeron estándares completamente nuevos a las convenciones anteriores de la publicidad en periódicos. Al hacerlo, se comunicaban con igual éxito con distintos perfiles de público; el más amplio a través de los

diarios y semanarios de alta circulación y el de revistas especializadas. Se trataba de una relación cuidadosamente articulada entre palabras e imágenes, formulada con precisión en función de la identidad de género y las características del grupo social al que se dirige. Por ejemplo, en la serie de anuncios de la *Tienda de pieles Vinicky* y de la *Ropa Friedmann*, el inusual encuadre cinematográfico enfatiza la imagen de una mujer moderna y emancipada, mientras que en la campaña de *Ropa de Friedmann* (Ver Figura 4) se incluye la dimensión fílmica del tiempo como elemento estructural, de una manera similar a la de los carteles de *Cassandre* y soluciones contemporáneas de *Charles Loupot*. Un lugar especial lo ocupaba la serie de anuncios de tocadiscos y discos *His Master's Voice* (Ver Figura 5), basados en el simbolismo visual del signo icónico transpuesto a un complejo juego intermedial que convirtió al producto anunciado en un poderoso símbolo de la era moderna. Como parte de las actividades del Instituto, en 1929 se lanzó la revista *Reklama* [*El Anuncio*], la primera y única de su tipo en Croacia durante el período de entreguerras.



4



5

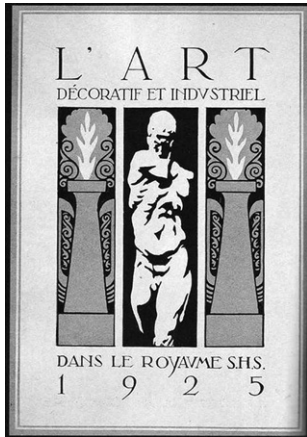
Figura 4. Agencia de publicidad *Imago*, Serie de anuncios “*Friedmann*”, diario *Novosti* [*Novedades*], 1929.

Figura 5. Agencia de publicidad *Imago*, anuncio de la tienda *His Master's Voice*, revista *Reklama* [*Publicidad*], 1929.

Art Déco y la construcción de un paradigma representacional en las exposiciones universales de las décadas de 1920 y 1930

El surgimiento del Art Déco en Croacia confluyen con las circunstancias políticas de la fundación del nuevo estado: el Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos tras la disolución de la monarquía austrohúngara en 1918. A principios de la década de 1920, las condiciones eran muy inestables, lo que dio un peso adicional al papel de la cultura en la creación de la ideología de yugoslavismo como plataforma de unidad en una comunidad multinacional. Si bien la situación en Croacia fue algo diferente de los estados de Europa Central creados por la disolución de Austria-Hungría, la definición de la propia identidad aquí también refleja tensiones entre la autoconciencia de la tradición nacional y la insistencia en la modernidad (Ver Figura 6). La muestra promocional del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en el escenario mundial en la *Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas* en 1925 estuvo completamente subordinada a este esfuerzo. Es decir, a pesar de los objetivos programáticos y declarativos de presentar el arte decorativo moderno, dicha exposición fue una manifestación de medir el poder político. En este contexto, los países centroeuropeos, escandinavos y de la antigua Unión Soviética eligieron la tradición “nacional” como código de representación básico, destacando ejemplos de arte y diseño “popular” o “folclórico” contemporáneo en simbiosis con tendencias modernas y vanguardistas para mostrar vitalidad, fuerza y autenticidad (Benton & Woods 2003). Por otro lado, se trataba del uso consciente de un lenguaje visual universal mediante el cual países como Polonia, Checoslovaquia y el Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos declararon un distanciamiento de su anterior posición al margen de los matrices dominantes de la cultura europea; es decir, de construir una identidad híbrida que une tradición y modernidad.

Para la organización y la realización de la exposición, un papel clave lo jugó Tomislav Krizman, artista polifacético, diseñador, escenógrafo y pedagogo, quien fue el responsable de los avances decisivos en la afirmación de las artes decorativas y el diseño del entorno croata, además de que –como principal curador de los materiales expuestos–, en muy poco tiempo reunió objetos suficientes para el equipamiento de todo el espacio. Fue quien concibió la configuración artística del espacio como una síntesis de ejemplos de artes decorativas y artesanía, y en las vitrinas combinó objetos de autoría junto con la auténtica artesanía popular (Ver Figura 7). En la configuración del Pabellón participaron destacados artistas croatas, la mayoría de los cuales ya tenían experiencia en la decoración de espacios públicos representativos (Ver Figura 8). Muchos de los objetos expuestos también eran de procedencia croata, donde la tradición y la calidad de la artesanía artística era más intensa. Esto se debió a la actividad de la Escuela de Artesanía de Zagreb y a la influencia de Viena como centro cultural en Zagreb, pero también a la organización y el carácter manifiesto de toda la exposición. En este sentido, no es casualidad que las instituciones de Zagreb tuvieran una contribución indispensable: la Escuela de Oficios, el Museo de Artes y Oficios, el Museo Etnográfico y la Academia de Artes y Oficios Artísticos⁴ Además del pabellón nacional, el Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos se presentó en la exposición de París en 1925 y con una sección independiente en la sección internacional de exhibiciones en el *Grand Palais*, donde se exhibió el oficio artístico⁵ y una unidad separada dedicada



6



7



8

Figura 6. Tomislav Krizman: Portada del catálogo oficial de la exposición del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos para la Exposición Internacional de las Artes Decorativas, París 1925.

Figura 7. Fotografía del montaje de la sección del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en la Exposición Internacional de las Artes Decorativas, París 1925

Figura 8. Fotografía del lugar de exposición del Pabellón del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en la Exposición Internacional de las Artes Decorativas, París 1925, con lámparas en forma de cariátides en la entrada de Frano Kršinić

al teatro, mientras la selección de arquitectura se presentó en la *Esplanade des Invalides*. Entre las exhibiciones de artesanías artísticas con diseños expresivos e innovadores, había objetos únicos y productos de industria casera. Los objetos expuestos estaban agrupados de modo que los manuscritos individuales de autoría propia se equilibraron con fuertes y coloridos acentos folclóricos. Entre los expositores de Croacia se encontraban muchos autores que pertenecieron al círculo de colaboradores de Krizman, estudiantes de su escuela privada y profesores y estudiantes de la Academia de Arte de Zagreb.⁶ Aunque no es posible determinar con certeza cuántos de los objetos expuestos fueron obras creadas por encargo directo de la exhibición, los textos de Krizman arrojan luz sobre si trataba de una política de autorrepresentación o si fue un reflejo del estado real de producción de objetos nacionales de diseño y artesanía artística. Junto con el valor documental de las numerosas iniciativas de Krizman respecto al ámbito de la educación, la reforma y la promoción del oficio artístico, estos textos son también una importante contribución teórica a la afirmación de la comprensión moderna de la creatividad local y la posibilidad de su aplicación en la producción como generadora de la transformación de los entornos rurales y atrasados hacia la sociedad moderna y la cultura urbana. Además, sus escritos a menudo contienen críticas negativas sobre el papel insatisfactorio del diseño en cuanto a su posicionamiento institucional en la sociedad.

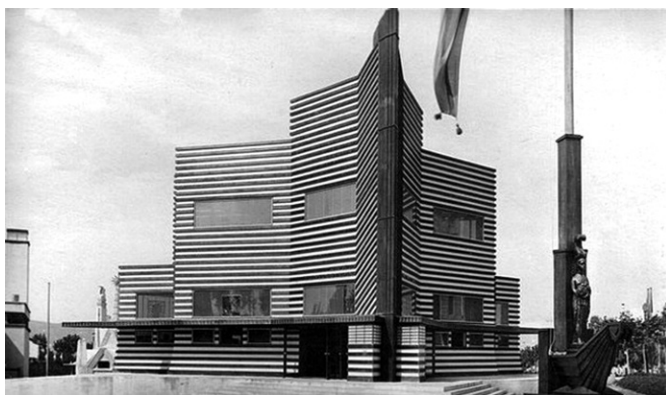
Según la información del texto introductorio de Gabriel Millet en el catálogo oficial, la principal revista francesa de artes decorativas y diseño, *Art et Décoration*, le dedicó una reseña muy loable a la muestra del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos (Saunier 1925). En la amalgama de los pueblos que conforman el Reino Tripartito⁷, destaca el nivel de civilización de Croacia y de la cultura cívica de Zagreb, que es “un véritable foyer d'art décoratif” [“una verdadera antesala del arte decorativo”].⁸ La combinación de tradición y modernidad en combinación con la propaganda de la política cultural, resultó ser una fórmula exitosa, que atrajo numerosas simpatías del público cultural y político a la exhibición del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos. Al informar al público croata sobre la Exposición de París, Gjuro Szabo y Vladimir Tkalčić⁹ elogiaron la “elegancia” del pabellón y el éxito de la muestra del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos, citaron la impresionante cantidad de premios otorgados a expositores de Croacia. Sin embargo, también hubo críticas disonantes según se evidencia en la evaluación de Kosta Strajnić, un crítico con gran sensibilidad para los medios y el diseño modernos. En su opinión, la arquitectura del pabellón del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos fue un fracaso y carente de identidad, especialmente en comparación con la arquitectura checa moderna y los conceptos vanguardistas del pabellón de la antigua Unión Soviética de Konstantin Melnikov o el pabellón *L'Esprit Nouveau* de Le Corbusier.

Bajo la impresión de la Exposición de París e inspirados por los modelos de cooperación del talento creativo y de la industria en la Wiener Werkstätte, y la posterior Deutscher y Österreichischer Werkbund, Tomislav Krizman y sus colegas fundaron en 1926 la primera organización para promover la artesanía y el diseño artístico en Croacia, con el nombre *Djelo [La Obra]*.¹⁰ Esta asociación y la cooperativa del mismo nombre se fundaron bajo los auspicios de la Academia de Artes y Oficios Artísticos de Zagreb¹¹, en aquel entonces la institución educativa líder en diseño y artesanía en Croacia, donde Krizman enseñaba en aquel momento, e Ivan Meštrović era el rector. Destacados artistas, arquitectos, dise-

ñadores y artesanos se dieron cita entre los miembros de *Djelo* [*La Obra*]; muchos de los cuales participaron en la Exposición de Artes Decorativas de París o en la organización de la muestra del Reino de Serbios, Croatas y Eslovenos en dicha exposición. El programa de *Djelo* [*La Obra*] se publicó en un folleto aparte, y Krizman también le dio una identidad visual en forma de pirámide escalonada, que hace recordar a uno de los motivos favoritos del Art Déco, que también se encuentra en el primer logotipo de la Bauhaus de 1919. De acuerdo al ejemplo de la asociación *Werkbund*, el principal objetivo fue ofrecer al mercado artículos utilitarios modernos y de alta calidad, desde los más sencillos hasta los más lujosos: “que se adaptasen al gusto y la vida modernos, y también hicieran satisfacer a la intelectualidad y a los adinerados, así como al ciudadano común cuyos recursos eran limitados y cuyas demandas eran más modestas (...) se hiciera cargo de los aparatos en los salones ricos, hogares y bares, con la misma escrupulosidad y la misma alegría que la fabricación de la cesta de pan, los juguetes de los niños y otras cosas, de lo que es necesario hasta en la casa más modesta.”¹² Uno de los objetivos importantes del programa fue educar a los futuros usuarios para que, en lugar de los productos de importación que eran considerados *kitsch* y caros, se orientaran hacia el diseño doméstico de calidad de artículos para el uso diario. Con este propósito, la asociación *Djelo* [*La Obra*] se tenía que ocupar sistemáticamente de la promoción de calidad, la propaganda, la organización de exposiciones y servicios comerciales de productos destinados al uso cotidiano, mientras que la cooperativa homónima se concibió como una institución económica independiente para su producción y distribución en el mercado. Dentro del programa también estuvo previsto el lanzamiento de una revista especializada en artes visuales, arquitectura y artes decorativas, pero de esos planes ambiciosos, relativamente pocos se concretaron. La realización más importante de *Djelo* [*La Obra*] fue la exhibición celebrada en 1927 en el Pabellón de Arte, el espacio de exposición más importante de Zagreb. El valor de la exposición también estuvo reconocido por los críticos contemporáneos, quienes apoyaron sin reservas la persistencia de los esfuerzos de Krizman. Cincuenta y tres autores expusieron sus obras en casi todas las categorías de las artes decorativas, desde el mobiliario de interiores (pintura mural, vidrieras, mosaicos), alfombras, juguetes, cerámica decorativa, objetos de vidrio y metal, joyería, encajes, artículos de moda y encuadernaciones, entre los que hay numerosos que ya se vieron en la Exposición de París de 1925.

En la Exposición Universal de Barcelona de 1929, el Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos se presentó con un llamativo pabellón moderno diseñado por el arquitecto serbio Dragiša Brašovan (Blagojević 2003). Brašovan aplicó el lenguaje efectivo de la arquitectura inspirado en el Art Déco en el diseño, creando así una estructura inventiva de volúmenes conectados entre sí, anticipándose al deconstructivismo de la arquitectura de la década de 1990 (Ver Figura 9). Esta relación se destacó hasta más por el grafismo de las superficies articuladas con estrías paralelas de color gris oscuro y blanco que iban alternándose y así realzaron la verticalidad del edificio, como carteles Art Déco donde la composición diagonal se aplicaba con destreza para enfatizar los efectos visuales dramáticos que eran el signo de la fascinación por la estética industrial. Dada la obsesión de la época por los viajes y la velocidad, una especie de estatus estético de culto de los barcos transoceánicos y trenes como tema de diseño en el que se realizaron las mejores creaciones del Art Déco, la elección de esta forma asociativa no fue casual. También hay que tener en cuenta que

el pabellón yugoslavo estaba ubicado frente al monumental Palacio Nacional, de tamaño hasta 40 veces más grande. Fue concebido como una exposición en sí mismo, un brillante ejercicio de estilo donde la estilización del ornamento decorativo sirvió como herramienta para la transposición del contenido –en este caso, del material de construcción tradicional (madera) y de la técnica de construcción– en una forma simbólica abstracta. Dado que, aparte del pabellón alemán de Mies van der Rohe, fue uno de los pocos logros de la arquitectura moderna en toda la exposición¹³, el pabellón del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos estuvo entre los más notables, con un récord de 60 000 visitantes por día y ganando hasta 97 de un total de 180 galardones del *Gran Premio* en las categorías de piezas individuales de exhibición!



9



10

Figura 9. Dragiša Brašovan, Pabellón del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en la Exposición Internacional de 1929, Barcelona.

Figura 10. Interior del Pabellón del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en la Exposición Internacional de 1929, Barcelona.

Como en la anterior muestra en la Exposición de París de 1925, también esta vez el ágil Tomislav Krizman estuvo a cargo de la organización, la curaduría de objetos expuestos y la exhibición. Krizman encargó la realización del interior a la asociación *Djelo [La Obra]*. Así también numerosos arquitectos reunidos en esta colectiva participaron en el equipamiento del interior del pabellón: Stjepan Hribar, Josip Šauli, Ivan Velikonja, Bruno Bauer y Vladimir Šterk.¹⁴ El área de la planta baja y del primer piso del pabellón se cubrió con lujosos paneles con incrustaciones de maderas finas, elaborados junto con muebles integrales en las principales fábricas croatas *Bothe & Erhmann*, *Kaurić* y otras. El énfasis en presentar la industria maderera nacional –entonces la principal rama económica en la producción y el comercio croata–, se destacó incluso más por las simbólicas composiciones en relieve sobre las cuatro entradas con escenas de carpintería, realizadas por los escultores croatas Antun Augustinčić y Frano Kršinić (Ver Figura 10). Las vidrieras se hicieron de acuerdo con las plantillas de pintura de Marijan Trepše en el estudio de Ivan Marinković en Zagreb; los dos paneles que representaron la etnografía de Yugoslavia fueron realizados por Ljubo Babić y Krsto Hegedušić. Los nombres de los autores mencionados indican que Krizman contrató a destacados artistas croatas contemporáneos para amueblar el interior de esta muestra del Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos en la escena internacional, con la evidente intención de lograr la máxima calidad de decoración y realización (Jošt 1929). En la parte trasera del pabellón había troncos, barriles, tablas y otros productos de la industria de la madera, formando una especie de instalación *site-specific*. Al igual que en la Exposición de París de 1925, el interior y la muestra encarnaban el diseño integral de la producción industrial y artesanal doméstica, pero bajo la forma de un diseño moderno. A la reforma de la artesanía artística como generador de la modernización de la sociedad en Croacia también contribuyó significativamente la reforma de la Escuela de Artesanía de Zagreb, que siguió inmediatamente después de la llegada de Vojta Braniš como director en 1932. La división tradicional de los departamentos de enseñanza (metalurgia artística, carpintería artística, pintura decorativa, escultura decorativa y cantería) se modernizó de manera importante con el establecimiento de nuevos departamentos: ingeniería eléctrica, ingeniería mecánica, cerámica, gráfica, departamentos de alfombras y textiles. La colaboración con la industria nacional se estaba volviendo cada vez más intensa, y al incluir en el proceso de enseñanza a numerosos artistas y maestros artesanos establecidos, la Escuela se aproximaba a los estándares de las reformadas escuelas vocacionales contemporáneas para artesanías artísticas en Europa Central. Lo que más contribuyó a la popularización de la Escuela de Artes y Oficio Artísticos de Zagreb entre el público fueron las exhibiciones anuales de trabajos de estudiantes con catálogos para ocasiones especiales, inspirados en los anuarios de *Deutscher y Österreichischer Werkbund*. Sin embargo, consideramos las muestras en las Exposiciones Mundiales de París en 1937 y Nueva York en 1939 como los mayores éxitos en la afirmación del diseño croata moderno en el contexto global. En la Exposición de París de 1937, el Reino de Yugoslavia¹⁵ se presentó con un pabellón representativo diseñado por el arquitecto de Zagreb Josip Seissel, uno de los protagonistas de la escena vanguardista de la revista *Zenit [El Cenit]* a principios de la década de 1920 en Zagreb y Belgrado.¹⁶ Autor de la primera pintura abstracta del arte croata, collage *Pafama* (acrónimo en alemán: *Papierfarbenmalerei*, o pintura de color de papel) de 1922, Seissel elimina los límites entre los medios individuales de diseño visual que van desde las com-

posiciones abstractas y el diseño gráfico hasta la arquitectura conceptual y de exhibición. Para ello, utilizó procedimientos dadaístas de imágenes simultáneas y estructuras espaciales, la deconstrucción de escenas, la complejidad de la relación entre palabras e imágenes, el lenguaje visual del cine y de la publicidad, las experiencias del Art Déco, el constructivismo, el cubismo, el futurismo, De Stijl y el surrealismo. Un rasgo característico de estas obras es la descomposición de volúmenes geométricos en superficies que se cruzan entre sí, el desvío de las convenciones de percepción y de lo que parece ser la forma completamente arbitraria y liberada de cualquier narrativa y funcionalidad. Independientemente de si utilizó las metáforas visuales del mausoleo romano, del anfiteatro o la arquitectura Art Déco, Seissel jugó irónicamente con diferentes significados, hasta llegar a una atmósfera surrealista de absurdo en las inversiones espaciales.

El pabellón de Seissel para la *Exposición internacional de artes y técnicas en la vida moderna* en París de 1937 guardó claras reminiscencias de las obras anteriores del autor, evidentes en la yuxtaposición de un muy simple cubo cerrado delante del cual se encuentran 4 columnas estriadas de mármol¹⁷ sin bases ni capitales, que no tienen ninguna función inmediata. Su único propósito fue marcar la entrada y presentar las características del mármol.¹⁸ Las columnas se alejan de la superficie de la pared de modo que sus sombras forman un relieve “negativo” imaginario, convirtiendo la fachada principal en un reflejo especular del espacio vacío (Ver Figura 11). También la entrada al pabellón es solo una abertura rectangular con un “recorte” oscuro de la blancura de la pared. Los únicos elementos decorativos del exterior fueron el mosaico figurativo de la fachada de “Tres muchachas” de Milo Milunović, concebido como la apoteosis del Reino Tripartito, en la forma de figuras femeninas de los trajes típicos de Serbia, Croacia y Eslovenia encontrándose en el estilizado ambiente de un jardín paradisiaco, mientras que un torso de mármol, “El Combatiente” de Toma Rosandić, estuvo colocado en la meseta frente al pabellón. Sin embargo, la unidad de arquitectura, pintura y escultura es sólo el nivel semántico cero de esta composición plástica. En el contexto de la obra multimedia de Seissel, el tema del pabellón yugoslavo en la Exposición Universal de París de 1937 es un ejemplo de la encarnación del metalenguaje surrealista, con un inventario típico de Giorgio de Chirico que presenta una plaza desolada con una columnata en la sombra y un torso, en un entorno donde se desvanecen los límites entre lo real y lo imaginario. Los elementos plásticos individuales estuvieron conectados entre sí de manera análoga al montaje y al collage de elementos que no parecían estar relacionados.

El concepto integrador de la síntesis de arquitectura, pintura y escultura se implementó de manera consistente en el interior del pabellón. La sala representativa principal estuvo destinada a la escultura y se conectaba por el lado norte con la sala de recepción de visitantes¹⁹, mientras que, por el lado este, la conexión fue por medio de un corredor con un atrio colocado verticalmente y dos salas de exhibición: en una se exhibía pintura –en una sala con una luz cenital– y en la otra, turismo de Yugoslavia. Todo el muro sur de esa sala estaba hecho de vidrio y se utilizó para proyecciones de diapositivas con vistas del paisaje y las ciudades yugoslavas (Ver Figura 12). La exposición terminaba con un tema del arte popular en el atrio con un c con cara al patio interior con fuente y plantas mediterráneas. La estructura espacial del pabellón y la muestra lograron una síntesis de los valores culturales tradicionales y la modernidad. Sin embargo, el mayor desafío de la exhibición



Figura 11. Josip Seissel, Pabellón de Yugoslavia en Exposición Internacional, París, 1937



Figura 12. Interior del Pabellón de Yugoslavia en Exposición Internacional, París, 1937

yugoslava fue la falta de una base real para articular una identidad nacional única que funcionara de manera convincente en la promoción de la propaganda estatal de la unidad nacional. La técnica del collage y el montaje de diversos contenidos resultó ser, por tanto, la opción perfecta y, al mismo tiempo, la única.

Mi más cordial agradecimiento a la Dra. Velebita Koričančić (Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México), quien tradujo el texto del croata al español, y a la Dra. Carolina Magaña Fajardo, Profesora Universitaria / Coordinadora Académica de Cultura, Investigación y Difusión (Facultad de Diseño, Universidad Anáhuac México) por su amabilidad y cooperación colegiada.

Notas

1. En esta exposición en la sección dedicada al Art Déco en Europa Central, estaban representadas Checoslovaquia, Polonia y Hungría, según el catálogo de la exposición: Ch., Benton T., & Wood, Ch. (Eds.). (2003). *Art Déco 1910-1939*. V&A Publications.
2. Asimismo, el diseño de la portada es indicativo de la revisión cultural más completa de ese período: *Art Deco 1910-1939*, (ur.) Charlotte Benton, Tim Benton i Chislaine Wood, V&A Publications (2003.), que reproduce el detalle de la parte delantera del coche estadounidense Auburn 851 "Boat Tail" Speedster de 1935.
3. La asociación profesional de propagandistas más significativa a nivel mundial entre las dos guerras.
4. Con la reorganización en 1921, la Academia de Artes y Oficios Artísticos de Zagreb recibió un plan de estudios más moderno que, además de pintura y escultura, incluía arquitectura, artes aplicadas y una escuela para profesores de dibujo en las escuelas.
5. Además de lo anterior, en un área de venta especialmente habilitada, fue posible adquirir artículos de artesanía artística.
6. Para la sección de metales, consultar: Koprčina, A. (2008). Oblikovanje metala na izložbi dekorativnih umjetnosti u Parizu 1925. u hrvatskoj dionici izložbe Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca [Metalwork at the Exhibition of Decorative Arts in Paris in 1925 in the Croatian Section of the Exhibition of the Kingdom of Serbs, Croats, and Slovenes]. *Peristil*, 51, 89-98.
7. Otro nombre para el Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos.
8. Según el texto introductorio del catálogo: Gabirel Millet, "Art Décoratif at industriel dans le royaume SHS", *Exposition Internationale des Arts décoratifs et industriels modernes Paris 1925: Section Serbe-Croate-Slovène*. p. III.
9. Ambos eran miembros del Comité Organizador; Szabo como director del Museo de Artes y Oficios de Zagreb, quien se hizo cargo de la organización de la parte croata de la exposición, y Tkalčić fue empleado como curador en el Museo Etnográfico de Zagreb.
10. Sobre este tema la primera en escribir fue Olga Maruševski, "Tomislav Krizman za naš umjetnički obrt", *Bulletin JAZU*, No 2 (1982); pp. 11-37.

11. La Academia de Bellas Artes de Zagreb se fundó en 1907 y su primer nombre fue Escuela Superior Temporal de Artes y Oficios.
12. Folleto: *Djelo – društvo za promicanje umjetničkog obrta*. Zagreb: Tipografija d.d. (1927): 4.
13. Entre los estilos arquitectónicos de la Exposición Universal de Barcelona dominaron el Art Deco y variantes del modernismo catalán o clasicista, en contraste con las elegantes y sencillas estructuras modernistas de los pabellones alemán y yugoslavo. Paradójicamente, la confusión general de patrones estilísticos eclipsó los logros de la más alta calidad. Así, se repitió el caso de la Torre Eiffel y el pabellón L'Esprit Nouveau de Le Corbusier, que tampoco recibieron la valoración adecuada en las exposiciones donde se instalaron, sino más tarde. Según Erik Mattie, *World's Fairs*, New York: Princeton Architectural Press, 1998: 148.
14. "Naš paviljon na izložbi u Barceloni," *Svijet*, 17. kolovoz 1929; pp. 178-181.
15. El Reino de los Serbios, Croatas y Eslovenos pasó a llamarse Reino de Yugoslavia en 1929.
16. La buena acogida del pabellón se muestra en el hecho de que recibiera el Gran Premio y una medalla de oro especial por la disposición del pórtico.
17. Se trata de columnas de hormigón armado revestidas de mármol.
18. Josip Seissel, *Jugoslavenski paviljon na međunarodnoj izložbi u Parizu 1937*. Zagreb: Tisak Zaklade tiskare Narodnih novina, 1937.
19. En los muros de esta sala se mostraba el progreso económico y cultural de Yugoslavia, en la realización de la Escuela de Artesanía de Zagreb.

Bibliografía

- Arčabić, G. (2013). *Zagrebački zbor kao poveznica hrvatskog i europskog gospodarstva (1922-1940)*. Srednja Evropa/Muzej grada Zagreba
- Benton, Ch., Benton, T. & Wood, Ch. (Eds.). (2003). *Art Déco 1910-1939*. V&A Publications
- Blagojević, Lj. (2003). *Modernism in Serbia. The Elusive Margins of Belgrade Architecture 1919-1941*. Massachusetts Institute of Technology
- Čorak, Ž. (1981). *U funkciji znaka. Drago Ibler i hrvatska arhitektura između dva rata*. Društvo povjesničara umjetnosti
- Galić, A., & Gašparović, M. (Eds.). (2011). *Art Déco and Art in Croatia between the two wars*. Muzej za umjetnost i obrt
- Galjer, J. (2011). Art Déco in applied arts and design, In A. Galić, M. Gašparović (Eds.). *Art Déco and Art in Croatia between the two wars* (pp. 23-60). Muzej za umjetnost i obrt.
- Hekman, J. (Ed.). *Avangardni teatar Sergija Glumca*. Ex libris
- Jošt, B. K. (1929). Svjetska izložba u Barceloni, *Grafička revija*, 5, 141-153.
- Kolvishi, Ž. (2006). *Otto Antonini – Zagreb i "Svijet"/ "Svijet" i Zagreb dvadesetih*. Muzej grada Zagreba

- Koprčina, A. (2008). Oblikovanje metala na izložbi dekorativnih umjetnosti u Parizu 1925. u hrvatskoj dionici izložbe Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca [Metalwork at the Exhibition of Decorative Arts in Paris in 1925 in the Croatian Section of the Exhibition of the Kingdom of Serbs, Croats, and Slovenes], *Peristil*, 51, 89-98.
- Laslo, A. (2007). Zagrebački zbor i paviljoni. In B. Baletić (Ed.). *Francuski paviljon : prvih 70 godina* (pp.13-28). Sveučilište u Zagrebu
- Maruševski, O. (1982). Tomislav Krizman za naš umjetnički obrt, *Bulletin JAZU*, 2, 11-37.
- Mattie, E. (1998). *World's Fairs*. Princeton Architectural Press
- Millet, G. (1925). Art Décoratif at industriel dans le royaume SHS. In *Exposition Internationale des Arts décoratifs et industriels modernes Paris 1925 : Section Serbe-Croate-Slovène*. p. III.
- Sandino L. (2004.). Here Today, Gone Tomorrow, *Journal of Design History*, 17(3), 283-293.
- Saunier, Ch. (1925). La Section Yougoslave. *Art et Décoration*, 11, 188-192.

Abstract: The theme of the text is to define the key aspects of Art Deco as an integral segment of cultural history in the region to which it belonged and to which Croatia gravitated in the 1920s and 1930s. Its specific forms are considered in a historical, cultural and aesthetic context, and are analyzed and interpreted as a basis for representational models of affirmation of the idea and vision of the modern movement and of national identity in the panorama of complex and conflicting circumstances between the wars. The starting point is the thesis on the complex aspects of the modern movement as a universally understandable paradigm, which, in the midst of international exhibitions, is conceived as the “world model” and acquires a (self)representational framework. The key actors, models and institutions promoting design as a generator of the modernization of society are analyzed, interpreted and contextualized, taking the Croatian cultural and intellectual scene as an example.

Keywords: Art Deco - cultural history - design history - Kingdom of Serbs - Croats and Slovenes - Croatia - modern movement - media coverage - international exhibitions

Resumo: O tema do texto é definir os aspectos-chave da Art Deco como um segmento integrante da história cultural da região a que pertenceu e para a qual a Croácia gravitou nas décadas de 1920 e 1930. Suas formas específicas são consideradas em um contexto histórico, cultural e estético, e são analisados e interpretados como base para modelos representacionais de afirmação da ideia e visão do movimento moderno e da identidade nacional no panorama de circunstâncias complexas e conflituosas entre as guerras. O ponto de partida é a tese sobre os aspectos complexos do movimento moderno como um paradigma universalmente compreensível, que em meio às exposições internacionais é concebido como o “modelo mundial” e adquire um quadro (auto)representacional. Os

principais atores, modelos e instituições que promovem o design como gerador da modernização da sociedade são analisados, interpretados e contextualizados, tomando como exemplo a cena cultural e intelectual croata.

Palavras-chave: Art Deco - história cultural - história do design - Reino dos Sérvios - Croatas e Eslovenos - Croácia - movimento moderno - cobertura da mídia - exposições internacionais

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
