

Bauhaus

Pocos momentos fueron tan determinantes para la historia del diseño moderno como la Bauhaus. En 1919 es fundada la Escuela de Artes y Oficios de Weimar, la institución que se volvería conocida como Bauhaus, bajo la dirección de Walter Gropius.

La Bauhaus tenía una propuesta inicial muy semejante a las ideas de William Morris, es decir, contaba con un programa de enseñanza que buscaba ofrecer a sus alumnos las condiciones para volverlos artistas plenos, dominando desde la artesanía hasta la arquitectura.

Pero no artistas en el sentido romántico de la palabra, sino un artistas urdidos con los recursos de las artes clásicas y aplicadas. La integración con los recursos y las posibilidades industriales fue una preocupación desde los primeros momentos de la Bauhaus.

Walter Gropius buscaba enfatizar que la Bauhaus no estaba marcada por un único estilo pero sí por todas las tendencias que sus maestros o aprendices expresaran. En 1920, por ejemplo, Gropius se opone a Theo van Doesburg. Para el director del instituto, Van Doesburg era muy dogmático e insistía demasiado en la geometría y en el estilo impersonal.³⁴ En los primeros años no hubo predominancia de algún estilo específico.

A partir de 1923, la influencia del racionalismo, del cientificismo y del industrialismo comienza a destacarse dentro de la escuela. La idea de superación del pasado cada vez ocupa más espacio y los trazos de expresión individual y subjetiva dejan de ser bien recibidos.

*Hace mucho tiempo no existía más denominación común para nuestro medio de expresión en las artes plásticas, pero hoy comienza, gradualmente, después de la larga época caótica de l'art pour l'art, a existir un nuevo lenguaje visual que sustituye conceptos individualistas, como "gusto" y "sentimiento" por conceptos de valor objetivo. Con base en hechos biológicos—tanto físicos como psicológicos— expresa la experiencia suprapersonal de generaciones consecutivas.*³⁵

Mike Mills describe esa voluntad de superar lo tradicional a través de una cita de Sibyl Moholy-Nagy, portavoz del enfoque de la Bauhaus. Según Sibyl, debe crearse "un nuevo código de valores visuales" que "escupiese sobre la cara de la imagen armoniosa que había encubierto la decadencia, el engaño y la exploración".³⁶

El diseño aplicado despunta como la vocación más visible de la Bauhaus. El *slogan* original "La unión del arte y de la técnica" es alterado: "Arte y tecnología, la nueva unidad", como el símbolo que representa la institución. De la marca que hacía alusión a las corporaciones de oficios medievales, ahora pasa a ser un símbolo compuesto por trazos y ángulos rectos con líneas geométricas³⁷ (fig. 22).

La influencia de *De Stijl* y del Constructivismo ruso se vuelve cada vez más perceptible. László Moholy-Nagy se vuelve una de las figuras más importantes de la escuela. Sus experimentos gráficos,

34. Véase Meggs, *A History of Graphic Design*, 279.

35. Walter Gropius, *Bauhaus: novarquitectura*, Debates, 3a. ed. (São Paulo: Perspectiva, 1977), 88.

36. Mike Mills, "Herbert Bayer's Universal Type in its Historical Contexts", en Ellen Lupton y Abbot Miller, *The ABC's of ■■■: the Bauhaus and Design Theory* (New York: Prince Architectural, 1993), 36.

37. Véase Meggs, *A History of Graphic Design*, 279.

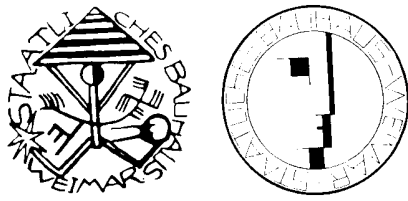


Figura 22: Primer símbolo de la Bauhaus (1919) y la versión adoptada más tarde (1922).
Fuente: Meggs, *A History of Graphic Design*, 279.

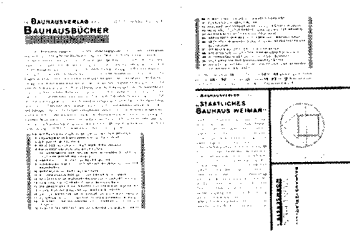


Figura 23: L. Moholy-Nagy, doble página de libro, 1924.
Fuente: Tschichold, Jan, *The New Typography: a handbook for modern designers* (Berkeley: University of California Press, 1995), 157.

que involucran la fotografía, la pintura, los filmes, entre otras nuevas tecnologías disponibles en la época, reúnen la simplicidad visual de los movimientos modernistas racionalistas y la tecnología industrial. Moholy-Nagy tiene un papel fundamental en el establecimiento de principios tipográficos. Sugiere que la tipografía debe ser comprendida como herramienta de comunicación. Para ello, la claridad y la legibilidad deben ser priorizados en relación con el aspecto estético³⁸ (fig. 23).

La segunda fase de la Bauhaus, identificada con su transferencia para Dessau entre 1925 y 1926, perfeccionó sus directrices, tanto a nivel curricular como en el desarrollo de proyectos. La organización inspirada en las corporaciones de oficio es abandonada y la Bauhaus pasa a llamarse *Hochschule für Gestaltung* –Escuela Superior de la Forma.³⁹ En esa fase se publica la revista *Bauhaus* y una serie de cuarenta libros. Sus contenidos comprenden la demostración de proyectos y teorías desarrolladas por profesores y alumnos de la escuela, divulgando las soluciones, ideas y utopías (en una lectura actual, obviamente) llevadas a cabo por ellos.

Herbert Bayer, invitado para dirigir la cátedra de tipografía en 1925, desarrolla uno de los trabajos que más caracterizará a la Bauhaus: el tipo Universal. Mike Mills recuerda que Bayer “esperaba trascender los caprichos pasajeros de la cultura, basando sus dibujos en leyes atemporales, objetivas”.⁴⁰ Bayer utilizó, en su alfabeto universal, apenas letras minúsculas y estructuró las formas del tipo en líneas geométricas (rectas horizontales, verticales o en ángulos rectos y

38. Véase Moholy Nagy en Michel Bierut y otros, *Looking Closer 3: Classic Writing on Graphic Design* (Nueva York: Alworth Press, 1999), 21.

39. Véase Meggs, *A History of Graphic Design*, 283.

40. Mills, “Herbert Bayer’s Universal Type”, 38.

41. Hollis, *Design gráfico*, 53.

42. Mills, "Herbert Bayer's Universal Type", 45.

círculos/semicírculos). La espesura del asta de la letra se mantenía idéntica en todo su curso (fig. 24). Hollis resalta que "en Alemania, el alfabeto presentaba problemas especiales: el estilo de la escritura prevaleciente era el gótico, cuyo formato arcaico era claramente inadecuado a la era de las máquinas".⁴¹ El tipógrafo Herbert Bayer fue un modernista en el sentido de la negación y rompimiento con el pasado y fue, también, afectado por algunas de las pretensiones de esa época. Mills recuerda que no admitió "que su concepción de universalidad fuese producto de su propia cultura e historia. Creía que el dibujo era resultado de leyes naturales y no de leyes construidas culturalmente".⁴² El tipo Universal, juntamente con otras fuentes tipográficas sin serifas desarrolladas por diseñadores ligados a la Bauhaus, constituían uno de los grandes proyectos modernizadores de la escuela: *die Neue Typographie* (la Nueva Tipografía).

En una de las muestras realizadas por la Bauhaus en 1925 se encontraba un joven diseñador. Ya bastante atraído por el trabajo de los constructivistas rusos, Jan Tschichold ve en la tipografía bauhausiana la oportunidad de potenciar su trabajo. Tschichold mostraba tener mayor atención con la cuestión tipográfica y con el uso de la fotografía. En 1928, publicó *Die neue Typographie*. En ese libro reúne una serie de trabajos suyos y de otros diseñadores y expone sus recomendaciones: uso de tipos sin serifas (con excepción de algunos tipos renacentistas que él consideraba que tenían buena legibilidad); uso positivo de los espacios blancos; asimetría; ordenación del *layout* en líneas oblicuas y verticales; adopción de papeles estandarizados por

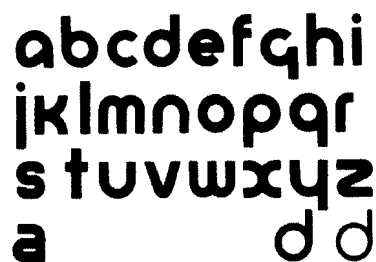


Figura 24: Alfabeto Universal creado por Herbert Bayer, 1925.

Fuente: Meggs, *A History of Graphic Design*, 284.

el sistema DIN (*Deutsche Industrie Normen*), como el A4 para hojas de oficio; eliminación de ornamentos, exceptuando los cuadrados, círculos y triángulos ya típicos de la Bauhaus⁴³ (figs. 25 y 26). Ese documento puede ser considerado como uno de los más importantes del movimiento moderno en el diseño gráfico.

Los años finales de la Bauhaus en Alemania están marcados por el endurecimiento de las ideas estéticas de la escuela. Mies van der Rohe, el creador de la frase *less is more* (menos es más), fue el director a partir de 1930. En 1933, la Bauhaus es cerrada por el régimen nazi, siendo acusada de propagar la cultura bolchevique (el ideal de igualdad social de la escuela es comprendido como tendencia comunista). La mayor parte de los profesores emigra a Estados Unidos o se queda en países neutros de Europa (especialmente en Suiza). Los ideales, sueños, reglas y dogmas de la Bauhaus son difundidos dentro de América.

Juntamente con el Constructivismo ruso y el movimiento *De Stijl*, la Bauhaus constituye la base del modernismo en el diseño. Rafael Cardoso Denis relata que Alexander Rodchenko, *El Lissitzky*, Herbert Bayer, Jan Tschichold, László Moholy-Nagy y Theo van Doesburg son los fundadores de la forma de hacer y pensar el diseño que fue más influyente en las décadas ulteriores. Sus ideas se hicieron sentir, principalmente, a través de “carteles y otros impresos que privilegiaban la construcción de la información visual en sistemas ortogonales, anunciando el concepto de *grid*, o malla, de módulos lineales”.⁴⁴

43. Tschichold, Jan *The New Typography: a handbook for modern designers* (Berkeley: University of California Press, 1995), 65 a 107.

44. Cardoso, *Uma introdução a história do design*, 116.

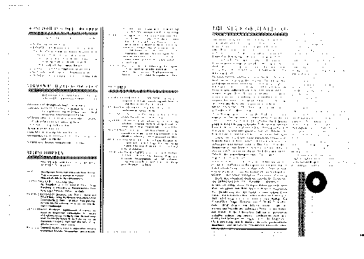


Figura 25: Jan Tschichold, páginas de “*elementare typographie*”, 1925. Fuente: Meggs, *A History of Graphic Design*, 286.



Figura 26: Jan Tschichold, poster para filme, 1927. Fuente: Tschichold, *New Typography*, 190.

45. Denis, *Uma introdução a história do design*, 117.

46. Denis, *Uma introdução a história do design*, 121-122.

47. Hollis, *Design gráfico*, 67.

Las formas visuales producidas por los diseñadores modernistas mencionados líneas atrás, tienen en común, además del ímpetu modernizador, una tendencia al uso de formas consideradas como puras, simples, claras y despojadas; aplicación de figuras geométricas euclidianas; pocos colores, generalmente los primarios; eliminación de “ruidos” visuales. Como Denis subraya: “Se pretendía que los significados visuales derivasen principalmente del contraste y del equilibrio entre masas y bultos formales, una propuesta relacionada íntimamente con las teorías gestálticas, entonces muy en boga”.⁴⁵

Los ideales elevados y la ambivalencia que la Bauhaus tenía en su esencia original no concuerdan con su legado más conocido. De acuerdo con Denis:

*Contrariando ampliamente a algunos de sus idealizadores, la Bauhaus acabó contribuyendo mucho a la cristalización de una estética y de un estilo específico en el diseño: el llamado “alto” Modernismo que tuvo como precepto máximo el Funcionalismo, es decir, la idea de que la forma ideal de cualquier objeto debe ser determinada por su función, ateniéndose siempre a un vocabulario formal rigurosamente delimitado por una serie de convenciones estéticas bastante rígidas. Buena parte de los admiradores de la Bauhaus acabó aplicando fórmulas inmediatas, como el uso normativo de determinadas fuentes tipográficas y de colores rojo, amarillo y azul, sin preocuparse por entender o cuestionar las raíces que dieron origen a tales soluciones.*⁴⁶



Figura 27: Ludwig Hohlwein, póster para *Deutsche Lufthansa*, 1936.
Fuente: Meggs, *A History of Graphic Design*, 254.

La migración del “estilo Bauhaus” hacia América no es simplemente la transferencia de lo que fue desarrollado en Europa. La percepción del público norteamericano es diferente de la del europeo. Tal vez pocas frases consigan traducir tan bien este dislocamiento como la que Lucian Bernhard construyó a propósito de esa situación: “El americano quiere una ‘imagen’ y quiere aquello que llama de ‘interés humano’ [...]. Muy naturalmente, es eso lo que admiran en Hohlwein. Un póster de Hohlwein no provocaría espanto en Nueva York. Sería simplemente mucho mejor que los demás”⁴⁷ (Hohlwein dibujaba carteles para los nazis y trabajaba con elementos que exaltaban los propósitos a través de un lenguaje claramente simbólico) (fig. 27).