

GAMA 11

Revista GAMA, Estudos Artísticos
janeiro-junho 2018 | semestral
issn 2182-8539 | e-issn 2182-8725

Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes
(CIEBA), Faculdade de Belas-Artes,
Universidade de Lisboa



Revista **GAMA**, Estudos Artísticos
Volume 6, número 11, janeiro–junho 2018
ISSN 2182-8539, e-ISSN 2182-8725

Revista internacional com comissão científica
e revisão por pares (sistema *double blind review*)

Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes
(CIEBA), Faculdade de Belas-Artes,
Universidade de Lisboa

Revista **GAMA**, Estudos Artísticos
Volume 6, número 11, janeiro–junho 2018,
ISSN 2182-8539, e-ISSN 2182-8725
Ver arquivo em > gama.fba.ul.pt
Revista internacional com comissão científica
e revisão por pares (sistema *double blind review*)
Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes
(CIEBA), Faculdade de Belas-Artes,
Universidade de Lisboa

**Revista indexada nas seguintes
plataformas científicas:**

- Academic Onefile >
<http://latinoamerica.cengage.com/rs/academic-onefile>
- CiteFactor, Directory Indexing of International Research Journals > <http://www.citefactor.org>
- DOAJ / Directory of Open Access Journals > <http://www.doaj.org>
- EBSCO host (catálogo) >
<http://www.ebscohost.com>
- ERIH PLUS, European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences >
<https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/erihplus/>
- GALE Cengage Learning — Informe Académico > <http://solutions.cengage.com/Gale/Database-Title-Lists/?cid=14W-RF0329&iba=14W-RF0329-8>
- Latindex (catálogo) >
<http://www.latindex.unam.mx>
- MIAR (Matriz de información para la evaluación de revistas) > <http://miar.ub.edu>
- Open Academic Journals Index >
<http://www.oaji.net>
- QUALIS 2015: B1 (artes/música) >
<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>
- ROAD Directory of Open Access Scholarly Resources > <http://road.issn.org/en>
- SIS, Scientific Indexing Services >
<http://sindex.org/>
- SHERPA / RoMEO > <http://www.sherpa.ac.uk>

**Revista aceite nos seguintes sistemas de resumos
biblio-hemerográficos:**

- CNEN / Centro de Informações Nucleares,
Portal do Conhecimento Nuclear «LIVRE!»
> <http://portalnuclear.cnen.gov.br>
- Electronics Journals Library, University
Library of Regensburg >
<http://www.uni-regensburg.de/library/index.html>

Periodicidade: semestral

Revisão de submissões: arbitragem duplamente
cega por Pares Académicos

Direção: João Paulo Queiroz

Divulgação: Isabel Nunes

Logística: Lurdes Santos, Conceição Reis, Rosa Loures

Gestão financeira: Isabel Vieira, Cláudia Pauzeiro

Propriedade e serviços administrativos:

Faculdade de Belas-Artes da Universidade
de Lisboa / Centro de Investigação e de Estudos
em Belas-Artes — Largo da Academia Nacional
de Belas-Artes, 1249-058 Lisboa, Portugal
T +351 213 252 108 / F +351 213 470 689

Crédito da capa: Betâmio, *Cozinha velha*.

1969, óleo s/ tela, 65 x 80 cm.

Projeto gráfico: Tomás Gouveia

Paginação: Leonardo Silva

ISSN (suporte papel): 2182-8539

ISSN (suporte eletrónico): 2182-8725

ISBN: 978-989-8771-82-7



Aquisição de exemplares, assinaturas e permutas:

Revista Gama

Faculdade de Belas-Artes da Universidade
de Lisboa / Centro de Investigação e de Estudos
em Belas-Artes — Largo da Academia Nacional
de Belas-Artes, 1249-058 Lisboa, Portugal
T +351 213 252 115 / F +351 213 470 689
Mail: congressocso@fba.ul.pt

| Índice | Index | |
|--|--|--------|
| 1. Editorial | 1. Editorial | 12-16 |
| A memória e os outros JOÃO PAULO QUEIROZ | <i>Memory and the others</i> JOÃO PAULO QUEIROZ | 12-16 |
| 2. Artigos originais | 2. Original articles | 18-196 |
| Un pintor latinoamericano llamado José Martí, creador de vastos universos, inmersos en el espacio y el color SANDRA AMELIA MARTÍ | <i>A Latin American painter named José Martí, creator of vast universes, immersed in space and color</i> SANDRA AMELIA MARTÍ | 18-28 |
| Entre a função e a expressão do gesto: a poética funcional na obra gráfica de Aurelindo Jaime Ceia SÓNIA ISABEL FERREIRA DOS SANTOS RAFAEL | <i>Between function and gesture expression: the functional poetic in graphic work of Aurelindo Jaime Ceia</i> SÓNIA ISABEL FERREIRA DOS SANTOS RAFAEL | 29-39 |
| Alex Vallauri: o graffiti carimba a cidade ANGELA GRANDO & KATLER DETTMANN WANDEKOKEN | <i>Alex Vallauri: graffiti stamps the city</i> ANGELA GRANDO & KATLER DETTMANN WANDEKOKEN | 40-49 |
| A Figueira do Pomar SHAKIL YUSSUF RAHIM | <i>The Fig Tree of Pomar</i> SHAKIL YUSSUF RAHIM | 50-62 |
| As Cadeiras V.N. Prêsa de Colares, a surpreendente modernidade: Uma análise à produção de mobiliário de Vitorino Nogueira Prêsa CRISTÓVÃO VALENTE PEREIRA | <i>The V.N. Prêsa Chairs of Colares, the surprising modernity: An analysis to the furniture manufacture of Vitorino Nogueira Prêsa</i> CRISTÓVÃO VALENTE PEREIRA | 63-75 |
| Cartografía de un proceso creativo: Edición, diseño y artes plásticas, estudio de caso en la obra de Alberto Corazón TERESA FERNANDA GARCÍA-GIL & RAFAEL MARFIL-CARMONA | <i>Cartography of a creative process: Edition, design and visual arts, Alberto Corazón's work as a case study</i> TERESA FERNANDA GARCÍA-GIL & RAFAEL MARFIL-CARMONA | 76-89 |

Cartografía de un proceso creativo: Edición, diseño y artes plásticas, estudio de caso en la obra de Alberto Corazón

Cartography of a creative process: Edition, design and visual arts, Alberto Corazón's work as a case study

TERESA FERNANDA GARCÍA-GIL* & RAFAEL MARFIL-CARMONA**

Artigo completo submetido a 30 de dezembro de 2017 e aprovado a 17 janeiro 2018

*España, artista visual.

AFILIAÇÃO: Universidad de Granada; Facultad de Bellas Artes, Departamento de Pintura. Avenida de Andalucía, nº 27 C.P 18014 Granada 18014, España. E-mail: tfernanda@ugr.es

**España Fotografía y Publicidad. Doctor en Educación Artística y en Comunicación Audiovisual

AFILIAÇÃO: Universidad de Granada; Facultad de Ciencias de la Educación, Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica. Campus de Cartuja, SN 18006 Granada, España. E-mail: rmarfil@ugr.es

Resumen: En este trabajo se realiza una aproximación conceptual a la arquitectura mental de las producciones del diseñador Alberto Corazón (Madrid, 1942), Premio Nacional de Diseño en España en 1989, identificando así el compromiso y los valores, en los que pervive el artista plástico para convertirse en una referencia en el mundo del diseño y de la identidad corporativa. Se trata de un trabajo basado en el análisis de contenido y la performatividad, en el que destaca, finalmente, la capacidad del artista para mantener intacto su talento creador, adaptado desde el compromiso social a las demandas de una sociedad española en profunda transformación.

Palabras clave: Diseño / Artes visuales / Arte conceptual / Creación / Publicidad.

Abstract: *This paper contains a conceptual approach to the mental architecture of the productions of the designer Alberto Corazón (Madrid, 1942), National Design Prize in Spain in 1989. It is remarkable the social commitment and values in the work of this plastic artist, becoming a reference in the world of design and corporate identity. The methodology applied has been content analysis and performativity. As a principal conclusion, the artist's ability to keep intact his creative talent, adapted from social compromise to the demands of a Spanish society in transformation.*

Keywords: Design / Visual Arts / Conceptual Art / Creation / Advertising.

Introducción

En muchas ocasiones, el análisis de una obra o de una trayectoria se convierte, exclusivamente, en un conjunto de palabras situadas tras la percepción, más o menos acertadas para expresar el sentido de aquello que se quiere decir, de lo que suponemos estar viendo. Sin embargo, la reflexión sobre una línea creadora, un estilo o un autor, si se realiza desde la empatía de otros artistas, trasciende en cierta forma la linealidad de su ubicación en la lectura e interpretación del arte. Siendo así, el proceso perceptivo se convierte en un “hacer con” o, en el caso concreto del artista analizado en este trabajo, una línea centrada en “pensar desde” o “reflexionar junto a” Alberto Corazón, uno de los principales diseñadores españoles, seleccionado para este estudio porque su trabajo es una síntesis perfecta de la evolución de la propia sociedad española, así como del encuentro interdisciplinar de diferentes formas de crear: la creación plástica por un lado; la publicidad y la marca por otro.

Esas confluencias son abordadas en este texto, focalizado sobre la visión concreta de dos trabajos, representativos de los distintos registros creativos del autor, de dos momentos clave. La metodología de análisis de contenido y la performatividad pretenden convertirse en una mirada global que permita comprender la conexión entre el artista y el mundo, es decir, que explique el sentido de su trabajo desde la comprensión de la propia evolución de la sociedad española desde finales de la década de los 70 hasta la actualidad.

Alberto Corazón (Madrid, 1942) es un artista plástico (pintura, escultura,

fotografía), reconocido en el ámbito del diseño, tras la realización de numerosas marcas de empresas privadas e instituciones públicas, además de muchos trabajos de edición. Fue Premio Nacional de Diseño en 1989 en España, entre otros galardones. Es valorado, igualmente, por sus innovadoras aportaciones en el arte conceptual, al que se acercó en la década de los años 70, participando junto con referencias de la época, como Antoni Tàpies y el Equipo Crónica en la Bienal de Venecia de 1976 o, dos años más tarde, en la Bienal de París.

Además, destaca en su trayectoria el constante compromiso ético y artístico, ante la banalización propia de los tiempos, superando el riesgo de sumar nuevos objetos visuales a la marea Kitsch de lo que se ha denominado sociedad o civilización del espectáculo (Debord, 2012; Vargas Llosa, 2012). Lejos de esa distorsión, Alberto Corazón representa el tránsito entre un modelo de creación más tradicional, propio de las artes plásticas y de la esencia de la creación artística, hacia la respuesta a una sociedad que demanda y consume imágenes a un ritmo desorbitado. No podemos olvidar que la publicidad es una de las principales herramientas de la iconosfera contemporánea.

La metodología aplicada integra dos perspectivas de trabajo desde la producción artística contemporánea, unificando acción más lenguaje en la performatividad, por una parte, y la centrada en el valor cualitativo de un estudio de caso, por otra, en la que se atiende, de forma específica, a la faceta creativa y a los valores semióticos, semisimbólicos, así como al valor narrativo de los trabajos comentados. Todo ello, ante una referencia en el tránsito de medios, lenguajes y géneros artísticos, como es Alberto Corazón.

1. Objetivos del análisis

Los objetivos tienen, de igual forma que la metodología, una doble vertiente: la del seguimiento de la experiencia ante su obra, buscando los hilos conductores de su proceso de creación, y los de análisis de estudio de caso de sus creaciones.

1.1 Objetivos de cartografiar su proceso creativo

En la cartografía de la experiencia ante su obra, uno de los objetivos principales es el descubrimiento de la dialéctica entre proceso (predominante en el arte) y proyecto (predominante en el diseño).

- Observar en la época de formación preferencias e intereses que posteriormente son constantes y que influyen en los desarrollos de los lenguajes.
- Mapear elementos lingüísticos influyentes en todos sus lenguajes, los que coincidentes en todos ellos y los que definen un cambio de

paradigma o adaptación a las neovanguardias o cambios, desde la transición española a la actualidad. Se contemplan, por tanto, sus aspectos íntimos, su temporalidad en la modernidad y la hibridación de ellos en la posmodernidad.

- Rastrear su posición ética en los procesos que le implican como un creador elitista por su formación y su voluntad de proyectarse en los públicos estudiando la sociedad. Es paradójico y determinante que sea en el diseño cuando más aplica aspectos totalmente conceptuales y de estudio de los públicos, sin que esto lo haga conscientemente como arte público.

1.2 Objetivos del análisis de estudio de caso

- Definir las fronteras y las conexiones entre las artes plásticas y el diseño en la obra de Alberto Corazón, comprendiendo lo mediático y lo artístico como esferas que confluyen en un nuevo contexto interdisciplinar de creación visual.
- Identificar los rasgos esenciales de la obra y trayectoria del artista.
- Reflexionar en torno a la capacidad del artista para dar respuesta a las imágenes que demanda un modelo social en transformación.
- Valorar el compromiso ético y social de las artes visuales y el diseño en la sociedad contemporánea.
- Iniciar un debate situado en los bordes y en las confluencias de lo artístico y lo mediático como vías para el desarrollo de la creación visual.

2. Metodología del estudio

Sobre la base metodológica cualitativa, este trabajo lo estamos viendo desde dos metodologías que confluyen y se enriquecen. La producción artística contemporánea unifica la acción que produce lenguaje y que denominamos performatividad, con sistemas semisimbólicos y que implican tener en cuenta la experiencia, la fenomenología (Bachelard, 1982) y hermenéutica (Garagalza, 1990). Esta línea metodológica confluye con otros estudios del lenguaje que respetan la presencia de la obra en su valor narrativo (Bal, 2009), aplicable a los trabajos comentados.

También puede considerarse como un estudio de caso, es decir, una reflexión que se centra, de forma concreta, en un solo autor y en un conjunto de obras generadas por ese artista a lo largo de décadas, aplicando las bases del análisis de contenido (Bardin, 1986; Krippendorff, 1990) y teniendo en cuenta

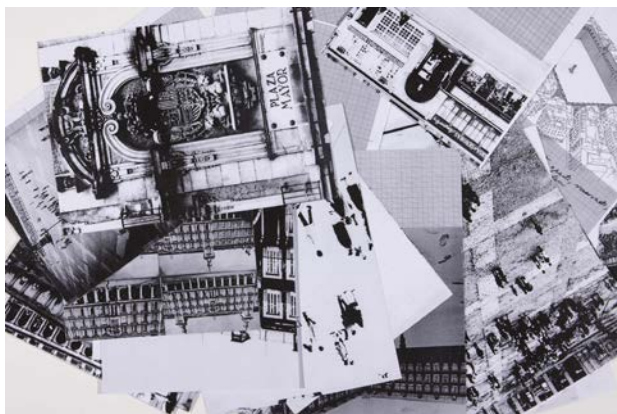


Figura 1 · Alberto Corazón, *Plaza Mayor, análisis del espacio. Fotografías, 1970-1974.* Instalación de 57 impresiones sobre papel, dispuestas sobre atril de madera. Colección Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, donación del autor con motivo de la exposición en 2009, Madrid. Fuente: www.museoreinasofia.es/

Figura 2 · Alberto Corazón, *Plaza Mayor, análisis del espacio. Fotografías, 1970-1974.* Instalación de 57 impresiones sobre papel, dispuestas sobre atril de madera. Colección Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, donación del autor con motivo de la exposición en 2009, Madrid. Fuente: www.museoreinasofia.es/



renfe
Cercanías 

Figura 3 · Alberto Corazón, *El hombre como señal, el espacio como cultura*. En la colección *Plaza Mayor, análisis del espacio*. Fotografías, 1970-1974. Heliograbado. Fragmento de un documento con 104 páginas heliográficas, encuadernado con cartón. Colección Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, donación del autor con motivo de la exposición en 2009, Madrid. Fuente: www.museoreinasofia.es/

Figura 4 · Alberto Corazón, *Logosímbolo de Renfe Cercanías –submarca*. Diseño digital. Fuente: <https://www.laimprentacg.com/alberto-corazon-50-anos-de-diseño-en-espana> y <http://www.vectorlogo.es/logos/logo-vector-renfe-cercanias>

Figura 5 · Alberto Corazón, *imatotipo integrado en la actual imagen corporativa de la compañía*. Diseño digital. Fuente: <https://www.laimprentacg.com/alberto-corazon-50-anos-de-diseño-en-espana> y <http://www.vectorlogo.es/logos/logo-vector-renfe-cercanias>

también la dimensión semiótica (Barthes, 1988; Casetti, 1980; Joly, 1999; Lotman, 1970/1982 y 1996).

Es importante, además, destacar la unificación de la perspectiva sincrónica y diacrónica, es decir, la valoración del tiempo y de la evolución en el estilo y la línea creadora de un artista como Alberto Corazón. Así, como ejemplo, desde las primeras marcas se evoluciona hacia un sistema de trabajo que demuestra una gran capacidad de resolución y dominio del oficio. Igualmente, la abstracción y conceptualización de otro tipo de obras, como las esculturas, se ve influenciada por la necesidad esquemática, propia de la realización de una marca, aunque sin olvidar otras poderosas influencias en las abstracciones de las vanguardias del XX, el arte mínimo y otras hibridaciones.

3. La confluencia entre lo artístico y lo mediático. Resultados del análisis

3.1 Dos ejemplos en su trayectoria

Los dos casos que se han seleccionado en este texto representan dos visiones y dos momentos que confluyen en una misma trayectoria. Por un lado, en 2009, el Museo Reina Sofía expuso una visión retrospectiva de las fotografías y las instalaciones que, en sí mismas, representan un homenaje al propio paso del tiempo y una verdadera cartografía de lo que ha cambiado y lo que permanece en la Plaza Mayor de Madrid. La muestra recogía el proyecto desarrollado por este autor de 1970 a 1974, expuesto a lo largo de su evolución y recogido, como exposición más significativa, en el ciclo titulado "Nuevos comportamientos artísticos", en el Instituto Goethe de Madrid y Barcelona durante 1974. En sí, este trabajo es una referencia del conceptualismo de la época. Tal y como formulaba en la época Rosalind Krauss (2002), comenzaba a tratarse con descrédito el formalismo en la creación artística, siendo este estudio del espacio un buen ejemplo de la génesis de los nuevos lenguajes. No es casual que las obras fotográficas de esa época transitaran entre el dibujo y la pintura (Figura 3).

La obra de Alberto Corazón se situaba, por lo tanto, en un punto de inflexión de la transformación del arte contemporáneo. La retrospectiva del Reina Sofía, más de 3 décadas después, recogía el sentido de ese trabajo a través de una instalación en la que se deja muy clara la visión antropológica y la preocupación social del artista. Una propuesta visual que se puede considerar como memoria o imagen-materia, aplicando la tipología empleada por José Luis Brea (2010), siendo la propia instalación la garantía de corporeidad frente al vacío que siempre puede portar la inmaterialidad visual de la mirada, una preocupación que está en las propias bases de la cultura visual (Bal, 2004; Mirzoeff, 2003).

La fotografía impresa y los materiales empleados en la instalación nos

recuerdan esa memoria tangible, lo que nos lleva a comprender el sentido perceptivo de los trabajos de edición de este artista. El arte de la impresión, en la obra de este autor, es todo un homenaje a la reproductibilidad técnica que evidenció Walter Benjamin para la modernidad (1936/2003).

La imagen se convierte en un modo de cartografiar personas y espacios (públicos), de reflexionar sobre el entorno espacial y humano, en una época en la que este autor va a vivir un punto de inflexión en su lenguaje, evidenciándose, todavía, claras influencias en su obra pictórica, como la del grupo COBRA y su fundador, el pintor Christian Karel Appel. Es especialmente relevante cómo la creación artística muestra una clara toma de conciencia en lo relacionado con el contexto. Lo mediático acogería la obra de Alberto Corazón como diseñador tras este tipo de experiencias tan cercanas a la realidad. Precisamente en el juego de distancias y aproximaciones entre arte conceptual y referentes reales, encontramos una de las claves de la creación publicitaria.

El uso del espacio urbano, el arte público en cierta forma, constituye toda una declaración de principios que, dentro de una faceta más próxima a los museos y más alejada de lo mediático, indica claramente cómo los años 70 de Alberto Corazón fueron los de un pionero en muchos ámbitos de la práctica artística. En este caso, no solo en el uso del arte conceptual de sus momentos iniciales, sino en capacidad para dirigir la mirada al espacio, al territorio urbano, un contexto carente de valor artístico en la época. Ese “continente” que es una plaza del centro de la metrópoli, alberga los sueños y los anhelos, también los miedos y las frustraciones de cada generación. En su reflejo es donde está el verdadero sentido artístico, que llega al museo a través de una disposición muy original para el momento. No podemos olvidar que los años 70 combinaban el potencial renovador con otros discursos tradicionales dedicados, de forma exclusiva, a las tradicionales Bellas Artes.

Se ha seleccionado esta temprana obra de Alberto Corazón como referente de un amplio horizonte artístico, valorando lo adelantado a su época, en pleno atraso cultural de la dictadura. Sin embargo, ha sido prácticamente en la actualidad cuando el arte y la documentación han pactado un lugar común para la producción de obras, en un proceso de consolidación del arte público. En realidad, el espacio es la excusa para hablar de la sociedad a través de la imagen, del arte. Por mencionar un ejemplo, la retrospectiva muestra un centro de Madrid liberado el rígido cliché turístico que se fue solidificando en la Plaza Mayor, unas décadas antes de la homogeneización prefabricada del centro de las ciudades europeas.

Al observar las idas y venidas del autor entre su producción artística y en los



Figura 6 · Alberto Corazón, Logosímbolo de la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID). Diseño digital. Fuente: <http://www.aecid.sv/logos/>

Figura 7 · Alberto Corazón, Logosímbolo de la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). Diseño digital. Fuente: <https://www.laimprentacg.com/alberto-corazon-50-anos-de-diseno-en-espana>

proyectos y encargos de diseño, al margen de las casuísticas vitales que puedan darse, podemos ver la relevancia en este autor entre la dialéctica del “proceso” y el “proyecto”. El proceso atiende a los desarrollos no controlables de la creación, mientras que en los encargos domina el proyecto, acotado en el tiempo y en los objetivos. Éste es muy rico en actuaciones. Su origen descansa en el proceso de creación. Juegos de lenguaje a los que Alberto Corazón ha estado entregado celosamente, pues ha constituido el centro mismo del proceso mental de su trabajo.

Por su parte, la marca de RENFE Cercanías (Figura 4 y Figura 5), en la que se Alberto Corazón creó de manera específica esta submarca, pero no la identidad gráfica completa, se basa en la lógica más sencilla de la inicial como símbolo de lo que emana del centro hacia el resto de la provincia. Es indudable, por tanto, que recoge en una imagen la sustancia del contenido (Hjelmslev, 1971), siguiendo el clásico esquema estructuralista que, en Narrativa, diferenciaba entre historia y discurso (Chatman, 1990). Está clara cuál es la acción principal de ese tipo de trenes, del centro hacia la periferia, y a la inversa, mostrando en una casual apertura de la C cualquier momento de ese proceso, tal y como explica el propio autor en una entrevista a Televisión Española (Gutiérrez Díez, García Zubiri, Iraburu y Molina, 2015).

El trabajo del diseñador deja claro que no existe el qué, la significación, sin el cómo, los elementos formales y la estética. Si esa esencia, seguramente, este análisis no se habría realizado. Como en las cuevas de Altamira, nos preguntamos por la significación, el rito y el sentido cultural o religioso, más que por el pigmento o el avance técnico utilizado. Encontramos en esos logos de Alberto Corazón, puro sentido práctico y absoluta eficacia a la hora de trasladar un mensaje. Anclaje también en la base de la inicial y en el uso de iconografías básicas, formalmente dotadas de claridad y pregnancia, como son el punto, el círculo, el color contrastado.

No es casual que esa misma C también defina Cooperación en el logo de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) o que el dibujo esquemático de una persona invidente, con bastón, represente el icono de la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), en trabajos del propio autor que evidencian el dominio del código y la visión absolutamente práctica (Figuras 6 y 7). Creatividad, forma y concepto se ponen al servicio del contexto, precisamente, para hacer la vida mejor. Es la función de los diseñadores y, por la multiplicidad de imágenes que descubrimos similares en nuestro día a día, el mundo de la marca sigue hablando por sí solo. Los dos momentos analizados son determinantes para comprender la profundidad conceptual de la engañosa sencillez del mundo del diseño.

3.2 Claves fundamentales en la obra de Alberto Corazón

A continuación, se sintetizan algunos de los valores principales de la obra de Alberto Corazón. Se trata de algunas ideas que pueden ayudar a comprender el balance global de sus trabajos, pero también los criterios que han sido fundamentales en la propia evolución del artista:

En primer lugar, destaca la importancia de la significación, el valor semiótico del concepto. Desde los inicios, precisamente en el arte conceptual, la esencia del significado, que se manifestaba a través de la sencillez de las formas, da como resultado una línea de trabajo que es, sobre todo, eficaz desde el punto de vista de la comunicación, como se explica a continuación. Aunque no era tan evidente, Alberto Corazón sigue trabajando con concepto en el ámbito del diseño. Es consciente, tal y como afirma Joan Costa, de que la marca es un signo cuya función es significar (2004: 20).

Otro factor clave, vinculado al anterior, es la eficacia comunicacional. El desarrollo temporal y la progresión de la obra, tanto la relativa al diseño como a pintura o escultura, evidencian la importancia del significado y, desde ello, el interés por comunicar, por hacer entendible la obra, que fue llegando al público durante décadas, desdibujando el concepto de autoría en beneficio de la asociación de un diseño con su identidad corporativa, ya sea una empresa o un territorio.

El mensaje se hizo tan comprensible que, muy pronto, cada uno de los logotipos fueron independizándose de su creador. Es una de las leyes de la creación visual mediática y, en especial, del diseño corporativo y publicitario, planteado como solución de un problema, forzando un vínculo entre la imagen y la entidad representada que, en sí, es lo único que debe durar para siempre. El autor se ve relegado a un segundo plano. No hay institución o sala de exposiciones que nos recuerde el nombre del creador, con muy contadas excepciones.

Además, el artista plástico está siempre presente. Es importante destacar la relevancia del proceso creativo de un autor tan versátil. Precisamente en sus comienzos nos daba algunas pautas de sus planteamientos ideológicos en cuanto al arte. Se han recogido, en este estudio, algunos puntos de inflexión de las obras con vocación artística, de lo que podría considerarse como un periodo conceptual, pasando después a lo que puede mostrarse, de forma engañosa, como una deriva hacia lo opuesto. Sin embargo, hay coherencia en esta línea de trabajo, a través del hilo conductor de su propio proceso. Es importante incidir en esa dialéctica: en cómo Alberto Corazón activa unas estructuras de lenguaje artístico y estético, por un lado; y por otro, lenguajes artísticos en el campo de la comunicación.

En su trayectoria, es clave valorar el factor temporal. El siglo XXI explica al XX, pero también sucede a la inversa. De ahí se comprende la génesis de un

oficio como diseñador. La creación es conceptual, urbana e innovadora. La obra de Alberto Corazón se apoya en el dominio de lo formal, es decir, de los colores, del trazo, de la propia línea o el punto como elementos básicos (Ehrenzweig, 1973; Kandinsky, 1995; Wick, 1986), siendo trascendental la reflexión desde el punto de vista creativo (Bachelard, 1982). Inevitablemente, el resultado final es moderno, fue por delante durante décadas. Se han utilizado elementos, como las tipografías, que caracterizan a la propia modernidad en cada tiempo, siendo además propuestas para el mercado, para la empresa pública, para sectores que lideran el progreso social y que, de una u otra forma, están más presentes en la dimensión urbana de la ciudad. Esas tipografías, sin duda pueden considerarse como una caligrafía de la metrópoli. Los logosímbolos no abandonan su tono corporativo, pero tampoco su directa y atrevida apuesta por el significado como garante de la eficacia.

Es importante, igualmente, la visión crítica y la consideración de su obra como autorretrato social. En ella, late lo humano junto a lo arquitectónico y lo geométrico. La propia materia de la edición acoge soledades (Figura 3), mediante rítmicas repeticiones de figuras que podrían ser, cientos de veces, nosotros/as mimos/as. Todo su trabajo, incluidas las marcas corporativas, forman parte de un enorme autorretrato social. Una de sus obras de referencia lo deja bien claro en el propio título: “El hombre como señal, el espacio como cultura”.

Conclusiones y discusión

La integración de los procesos creativos es lo que visibiliza el diseño como un arte, masivo y mediático, pero fundamentado en el trabajo conceptual, en la representación sintética y en otros procesos de la creatividad visual artística. El creador plástico nunca abandonó al diseñador en el caso de Alberto Corazón, sino que el segundo es un perfil resiliente y constructivo en lo social de la versión del primero. El diseño no ha sido un alejamiento de la experimentación conceptual en lo artístico, sino una prolongación sobre el eje común de la creación visual.

Sincrónicamente, hemos visto el interés, en cada momento, del conocimiento de los cambios de paradigma, y aunque, en ocasiones ha sido parte de ellos, siempre han primado los movimientos a los que el mismo ha sentido inclinación y empatía. En lo diacrónico, la narrativa que conforma la suma de obras de Alberto Corazón ofrece, vista desde el siglo XXI, una perspectiva clarísima sobre la evolución y profesionalización del diseño, así como su mejora técnica y expresiva, siempre sobre unas bases de la creación artística que se sustentan en pilares mucho más profundos y anclados en el arte de lo que pudiera parecer en un primer momento.

Conectando con el valor del concepto, hay significación para garantizar eficacia comunicacional. No puede persuadir lo que no se comprende o no se recuerda. Ese valor del significado es un claro indicador de la cartografía humana y social que, como resultado de un compromiso de progreso, representa cada obra, así como el global de la trayectoria de Alberto Corazón. Diseñar por encargo para un mundo que debe progresar gracias, en parte, a la aportación honesta de buenos diseñadores, de buenas y buenas artistas.

Lo artístico y lo mediático constituyen, en la actualidad, un entorno imposible de diferenciar, sobre la base del entusiasmo por crear, para sentir la vida gracias a la faceta plástica y para poder caminar y vivir en sociedad, en el caso de las aportaciones desde el diseño, tal y como ha reconocido el propio autor.

Es verdad que lo cualitativo, tanto en rastrear la cartografía de sus piezas artísticas como en la reflexión autocrítica en torno al trabajo realizado, siempre tiene la limitación de la subjetividad de dos analistas, vinculados a la creación artística y visual, conscientes hasta un límite de su inmersión en criterios y valores propios de su época. En este sentido, la cuantificación de algunos rasgos de obra, sobre todo en los diseños de logósímbolos, más relevantes en su número, ofrecerían un verdadero manual para los y las jóvenes creadores/as, una visión didáctica de los aciertos y, por qué no, los límites de la faceta creativa de Alberto Corazón. Diseñar pequeños fragmentos del mundo corporativo y empresarial ha sido diseñar gran parte del imaginario social que nos une como seres humanos.

En este sentido, el desarrollo profesional lo realiza siempre el pintor, el dibujante, el escultor, aunque su lenguaje se desarrolle a través de trazos sencillos, colores o tipografías que resuelven la necesidad de comunicar. Pero hay que reseñar que la clave no es solo la comunicación, con toda su relevancia, sino que subyace desde la creación un sentido que se constituye en sustrato de sus diseños que va más allá del lenguaje. Esta voluntad de habitar el diseño le viene desde sus búsquedas en las épocas de formación y creación de obras tempranas, dándole a su trabajo de diseñador aspectos de gran calado cultural, social y artístico.

Referencias

- Bal, Mieke (2004) "El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales" *Revista: Estudios Visuales*. Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo -CENDEAC. ISSN: 1698-7470. (2): 11-50.
- Bal, Mieke (2009) *Conceptos viajeros en las humanidades: una guía de viaje*. Murcia: CENDEAC. ISBN: 978-84-96898-52-3.
- Bachelard, Gaston (1982) *La poética de la ensoñación*. México: Fondo de Cultura Económica de España. ISBN: 978-607-16-1458-2 (Obra original publicada en 1960).
- Bardin, Laurence (1986) *Análisis de contenido* (C. Suárez, trad.). Madrid: Akal. ISBN: 84-7600-093-6.
- Barthes, Roland (1988) *Signo* (F. Serra Cantarell, trad.). Barcelona: Labor. ISBN: 84-355-1120-3.
- Benjamin, Walter (2003) *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (B. Echevarría, trad.). México: Itaca. ISBN: 968-7943-48-3. (Obra original publicada en 1936).
- Brea, José Luis (2010) *Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image*. Madrid: Akal. ISBN: 978-84-460-3139-0
- Casetti, Francesco (1980) *Introducción a la semiótica* (L. Vilches, trad.). Barcelona: Fontanella. ISBN: 84-2440-474-2.
- Chatman, Seymour (1990) *Historia y discurso: La estructura narrativa en la novela y en el cine* (M.J. Fernández Prieto, trad.). Madrid: Taurus. ISBN: 84-306-0130-9 (Obra original publicada en 1978).
- Costa, Joan (2004) *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós. ISBN: 84-493-1531-X.
- Debord, Guy (2012) *La sociedad del espectáculo* (J.L. Pardo, trad.). Valencia: Pre-Textos. ISBN: 978-84-8191-442-8 (Obra original publicada en 1967).
- Ehrenzweig, Anton (1973) *El orden oculto del arte* (J.M. García de la Mora, trad.). Barcelona: Labor. ISBN: 84-3357-048-X.
- Garagalza, L. (1990). *La interpretación de los símbolos, hermenéutica y lenguaje en la filosofía actual*. Barcelona: Anthropos. ISBN: 978-84-7658-202-2.
- Gutiérrez Díez, Marga, García Zubiri, Itziar. (Productoras) & Iraburu, Pablo; Molina, Migueltxo (Directores) (2015). *Imprescindibles: Siete días con Alberto Corazón* [Serie TV] La 2 de RTVE. Disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/imprescindibles/imprescindibles-alberto-corazon/2973834/> (Fecha de consulta: 30/12/2017).
- Hjelmslev, Louis (1971) *Prolegómenos a la teoría del lenguaje* (J.L. Díaz de Liaño, trad.). Madrid: Gredos. D.L: M. 11043 — 1971 (Obra original publicada en 1943).
- Joly, Martine (1999) *Introducción al análisis de la imagen* (M. Malfé, trad.). Buenos Aires: La marca. ISBN: 950-889-034-7.
- Krauss, Rosalind (2002) "La escultura en el campo expandido". En J. Habermas, J. Baudrillard, E. Said, F. Jameson y otros, *La Posmodernidad* (5ª ed) (J. Fibla, trad) (pp. 59-74). Barcelona: Kairós. ISBN: 84-7245-154-2.
- Krippendorff, Klaus (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (L. Wolfson, trad.). Barcelona: Paidós. ISBN: 978-84-750-9627-8.
- Kandinsky, Wassily (1995) *Punto y línea sobre el plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos* (R. Echavarren, trad.) (5ª. ed.). Barcelona: Labor. ISBN: 84-335-3510-2.
- Lotman, Iuri Mijáilovich (1982) *Estructura del texto artístico* (V. Imbert, trad.) (2ª ed). Madrid: Itsmo. ISBN: 84-7090-088-9. (Obra original publicada en 1970).
- Lotman, Iuri Mijáilovich (1996) *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto* (D. Navarro, trad.). Madrid: Cátedra. ISBN: 84-376-1464-3.
- Mirzoeff, Nicholas (2003) *Una introducción a la cultura visual* (P. García Segura, trad.). Barcelona: Paidós. ISBN: 84-493-1390-2.
- Vargas Llosa, Mario (2012) *La civilización del espectáculo*. Madrid: Santillana. ISBN: 978-84-204-1148-4.
- Wick, Rainer (1986) *La pedagogía de la Bauhaus* (B. Bas Álvarez, trad.). Madrid: Alianza. ISBN: 978-84-206-7156-7.

Sobre a Gama

About Gama

Pesquisa feita pelos artistas

A *Revista Gama* surgiu de um contexto cultural preciso ao estabelecer que a sua base de autores seja ao mesmo tempo de criadores. Cada vez existem mais criadores com formação especializada ao mais alto nível, com valências múltiplas, aqui como autores aptos a produzirem investigação inovadora. Trata-se de pesquisa, dentro da Arte, feita pelos artistas. Não é uma investigação endógena: os autores não estudam a sua própria obra, estudam a obra de outro profissional seu colega.

Procedimentos de revisão cega

A *Revista Gama* é uma revista de âmbito académico em estudos artísticos. Propõe aos criadores graduados que abordem discursivamente a obra de seus colegas de profissão. O Conselho Editorial aprecia os resumos e os artigos completos segundo um rigoroso procedimento de arbitragem cega (*double blind review*): os revisores do Conselho Editorial desconhecem a autoria dos artigos que lhes são apresentados, e os autores dos artigos desconhecem quais foram os seus revisores. Para além disto, a coordenação da revista assegura que autores e revisores não são oriundos da mesma zona geográfica.

Arco de expressão ibérica

Este projeto tem ainda uma outra característica, a da expressão linguística. A *Revista Gama* é uma revista que assume como línguas de trabalho as do arco de expressão das línguas ibéricas, — que compreende mais de 30 países e c. de 600 milhões de habitantes — pretendendo com isto tornar-se um incentivo de descentralização, e ao mesmo tempo um encontro com culturas injustamente afastadas. Esta latinidade é uma zona por onde passa a nova geografia política do Século XXI.

Uma revista internacional

A maioria dos autores publicados pela *Revista Gama* não são afiliados na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa nem no respetivo Centro de Investigação (CIEBA): muitos são de origem variada e internacional. Também o Conselho Editorial é internacional (Portugal, Espanha, Brasil) e inclui uma maioria de elementos exteriores à FBAUL e ao CIEBA: entre os 30 elementos, apenas 6 são afiliados à FBAUL / CIEBA.

Uma linha temática específica

A *Revista Gama* procura incentivar a exploração, descoberta, conhecimento, divulgação e pesquisa de acervos esquecidos ou desconhecidos, resgatar arquivos por revelar, apresentando ao mesmo tempo o ponto de vista muito particular do artista sobre a arte. Um olhar de recuperação e salvaguarda discursiva de obras e autores menos conhecidas, do passado mais ou menos recente, exercido por outros artistas que lhes serão herdeiros.

Esta linha temática é diferenciadora em relação às revistas *Estúdio*, ou *Croma*.

Ficha de assinatura

Subscription notice

Aquisição e assinaturas

Preço de venda ao público:
10€ + portes de envio

Assinatura anual (dois números):
15€

Pode adquirir os exemplares da Revista Gama na loja online Belas-Artes ULisboa — <http://loja.belasartes.ulisboa.pt/gama>

Contactos

Loja da Faculdade de Belas-Artes
da Universidade de Lisboa
Largo da Academia Nacional de Belas-Artes
1249-058 Lisboa, Portugal
Telefone: +351 213 252 115
encomendas@belasartes.ulisboa.pt

A memória precisa dos que a motivam e dos que a visitam. Uns, criadores no seu tempo, escrevem as suas delicadas articulações sem saber o seu destino. Outros, nos tempos vindouros, tentam captar a *intentio auctoris* sabendo que ela se esconde no tecido da criação, nos processos dos artistas. Estes talvez possam ter um ponto de vista que acrescenta algo de novo á matéria do conhecimento.

A cultura, a memória dos outros, é também a nossa memória, aqui considerada em perigo. Para salvaguardar a memória pode-se revisitá-la, registá-la, criticá-la, revivê-la. Os espaços discursivos não são assim tantos, mas decerto que a Revista Gama é um deles: aqui se guardam visitas a criadores, se anotam e registam, aqui se resiste.

Assim se convocam os artigos que compõem este número da revista Gama. O objetivo é presente: criar discursos de salvaguarda das propostas artísticas mais ou menos dispersas, mais ou menos em perigo, mais ou menos em desligamento. São reativações, renovações de olhares, releituras.