

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN



---

**Universidad de Valladolid**



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CURSO 2017-2018

**“SEBASTIÃO RODRIGUES:  
HIJO DE LISBOA Y PADRE DEL DISEÑO PORTUGUÉS”**

MARÍA PRADO RAPOSEIRAS

Tutor: Francisco Egaña Casariego  
SEGOVIA, JUNIO 2018

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. Justificación de la elección del tema .....	3
1.2. Objetivos del desarrollo del trabajo.....	4
1.3. El estado de la cuestión. ....	5
2. Contextualización: el diseño portugués en el siglo XX.....	8
2.1. Antecedentes históricos del diseño en Portugal (1910- 1959) .....	9
2.1.1. Las referencias internacionales.....	9
2.1.2. La llegada del Modernismo .....	11
2.1.3. La primera generación de modernistas .....	13
2.1.4. La segunda generación de modernistas: los pioneros del diseño en Portugal .....	14
2.1.5. La década de los años 50 .....	16
2.2. Institucionalización del diseño en Portugal (1959-1974) .....	17
2.2.1. Fase de introducción (1959-1964).....	17
2.2.2. Fase de implementación (1965-1971) .....	18
2.2.3. Fase de expansión (1972-1974).....	19
2.3. La formación y el asociacionismo .....	19
3. Fundación Calouste Gulbenkian (FCG) .....	21
3.1. Origen de la Fundación CG .....	21
3.2. La importancia de la Fundación CG en el diseño portugués .....	22
3.3. El museo Calouste Gulbenkian.....	23
4. Sebastião Rodrigues: hijo de Lisboa .....	25
4.1. Introducción.....	25
4.2. Vida y obra .....	25
4.2.1. Primera etapa: la bienvenida al diseño .....	26
4.2.2. Segunda etapa: reafirmación de maestría .....	28
5. Análisis de la estética de Sebastião Rodrigues .....	30
5.1. El cartel.....	30
5.2. Tipografía .....	31
5.3. Color .....	34

5.4. Técnicas .....	37
5.5. Composición.....	38
7. Bibliografía.....	42
8. Recursos electrónicos .....	43

# 1. Introducción

## 1.1. Justificación de la elección del tema

La elección del tema tiene como causa última una vinculación personal con el diseño, en especial con aquel vinculado a la gráfica publicitaria, dados los gustos adoptados y aptitudes adquiridas durante el grado de Publicidad y Relaciones Públicas en el Campus María Zambrano.

Sin embargo, fue con la llegada al Instituto Politécnico de Lisboa, durante mi último año de estudios universitarios, donde decidí que quería investigar el diseño del país que me acogió. En la asignatura de “Graphic Design” nos presentaron, a través del libro *Sebastião Rodrigues, designer*, a dicho personaje. Y aunque me llamó la atención, no fue ahí cuando vi en él una posible investigación.

Francisco Egaña, responsable de la tutela de este trabajo, me habló del Museo Calouste Gulbenkian; y fui personalmente a conocerlo. Una vez vista la extensa colección, procuré información entre los empleados y descubrí que tras el museo existía una Fundación homónima.

Investigando dicha fundación, el diseñador Sebastião Rodrigues volvió a ser mencionado. No había reparado antes en que esta fundación era la responsable de la edición del libro que me habían recomendado en aquella clase sobre diseño. Tras descubrir la vinculación entre ambos, no dudé en que el trabajo que daría fin a mi etapa universitaria versaría sobre la importancia de estos dos nombres dentro del diseño portugués.

Después de un tiempo de recopilación de información, de realizar un primer planteamiento de trabajo y de barajar varias hipótesis, llegué a la conclusión de que el protagonista sería Sebastião Rodrigues y la Fundación, desde un segundo plano, serviría como medio para hablar del artista. Sin embargo, para alcanzar mi fin, era necesaria y obligatoria una profunda contextualización, aquella que fue mi primera idea: la investigación del diseño portugués.

Pienso que estos tres elementos, especialmente la obra de este polifacético artista considerado como el padre del diseño portugués, son muy poco conocidos en España, por lo que con mi trabajo pretendo aportar mi granito de arena a su divulgación.

## **1.2. Objetivos del desarrollo del trabajo**

Siguiendo al profesor Mário Moura, crítico de diseño y responsable del blog Ressabiator “antes de los 70 el diseño lo hacían los arquitectos, fotógrafos, cineastas y publicistas” (graffica.info, 2010). Por lo que empezaré el trabajo centrándome en la evolución de las artes visuales desde principios del siglo XX, con una breve referencia a las influencias internacionales, como se fueron sentando los fundamentos del diseño, hasta llegar a su institucionalización como disciplina y como actividad profesional.

En el siguiente apartado, destacaré la labor de la Fundación Calouste Gulbenkian (FCG) en pro de la cultura y su estrecha relación con Sebastião Rodrigues. A continuación haré un apartado dedicado a la vida y obra de Rodrigues. Y para terminar, analizaré, únicamente, los carteles realizados por el diseñador para la FCG, ya que el análisis de las diferentes categorías de su obra se escapan de las dimensiones de este trabajo.

Con respecto a la bibliografía consultada, con excepción de determinadas contribuciones de autores como Barnicoat o Raúl Eguizabal, la utilización de un libro en español sobre el Museo Calouste Gulbenkian y la tesis doctoral de Trinidad Muñoz, el resto de referencias y recursos están escritos en portugués, lo que me supuso un trabajo adicional de traducción, con las limitaciones que ello conlleva.

En conclusión, el objetivo fundamental de esta investigación es demostrar la relevancia de la figura de Sebastião Rodrigues dentro del diseño gráfico portugués del siglo XX.

### 1.3 El estado de la cuestión.

La escasez de bibliografía en español sobre el diseño en Portugal es un hecho incuestionable, por lo que la búsqueda de información fue bastante infructuosa, teniendo que centrarme en las publicaciones en portugués.

#### A) Fuentes en español

Ante la ausencia de estudios específicos sobre el desarrollo del diseño portugués en el siglo XX, tuve que consultar trabajos de otras disciplinas que me aportaron algunos datos relevantes para el estudio. Es el caso de la tesis doctoral de Antonio Trinidad Muñoz *Introducción al modernismo pictórico portugués* (2005), en la que puntualiza lo que se entiende por modernismo en Portugal y la evolución de dicho movimiento.

El artículo “Algo está pasando en Portugal”, en la web *Graffica Info*, es un breve estudio sobre lo que se está haciendo en la actualidad en el diseño portugués, con una reseña a los antecedentes históricos. Y termina con un apartado sobre la formación y el asociacionismo.

Para documentarme sobre el estudio del cartel, destacamos el artículo de Raúl Eguzábal “Memoria de la seducción: carteles del siglo XIX”. También cabe destacar el libro de John Barnicoat *Los carteles: su historia y su lenguaje* (Barcelona, 2000).

#### B) Fuentes en portugués

En el siglo XX, la bibliografía sobre el diseño portugués es escasa. Tenemos que llegar a nuestros días para encontrarnos con las primeras publicaciones en el campo de la enseñanza y de la investigación en forma de tesis doctorales.

Nombraremos en primer lugar las publicaciones de la FCG, y de entre ellas, merece mención especial el libro *Sebastião Rodrigues: designer* (Lisboa, 1995) publicado con motivo de la exposición realizada en 1995.

Entre las tesis doctorales, consideramos de gran importancia las siguientes:

- *O design em Portugal, um tempo e um modo: a institucionalização do design português entre 1959-1974* (2011) de Victor Almeida es una profunda y rigurosa investigación sobre la institucionalización del diseño en Portugal desde sus inicios en el Estado Novo hasta su momento álgido a partir de 1974 con la creación de los primeros cursos de diseño en la universidad.

- *Percursos do design em Portugal (2005)* de Vitor Manuel Teixeira Manaças, parte de un estudio sobre los antecedentes del diseño en Portugal, entre los inicios del siglo XIX y la década de los cuarenta, y continua con el diseño de los años cincuenta hasta la década de los setenta.
- *Olhar, jogo, espírito de serviço. Sebastião Rodrigues e o design gráfico em Portugal (2015)* de Elisabete Rosado Rolo, es una exhaustiva investigación sobre la obra del diseñador y su posición en el diseño gráfico portugués. Parte de una contextualización global que se va pormenorizando, hasta centrarse en el estudio del universo del diseñador y en el análisis de un conjunto significativo de sus obras.

El artículo “Processos de “patrimonialização” do design em Portugal, algumas reflexões” (2013) de Pedro Quintela aborda de forma exploratoria, una de las dimensiones que, entre otras, caracterizan los procesos de transformación del diseño contemporáneo: la creciente importancia atribuida a su dimensión histórica, cultural y autoral.

En los últimos años, surgen publicaciones en papel y online que son contextos relevantes de reflexión y divulgación de la historia del diseño en Portugal. Entre las primeras, además de los catálogos de las exposiciones y las revistas especializadas, destacamos dos colecciones:

- La *Coleçao Design Português* (2014), en ocho volúmenes, nos introduce en un siglo, de 2000 a 2015, del diseño gráfico en Portugal bajo diferentes perspectivas. Nos ofrece una visión panorámica sobre las corrientes estéticas, las transformaciones tecnológicas, pero también el análisis autoral.
- La *Coleçao Designers Portugueses* (2016) se compone de trece volúmenes dedicados a otros tantos diseñadores. Estos fueron seleccionados en base a la capacidad de su trabajo para crear estilo propio y no ser solo seguidores o intérpretes de una determinada corriente. Entre ellos, los volúmenes dedicados a Sebastiao Rodrigues y a José Brandao, tantas veces consultados para la realización de este trabajo.

En cuanto a las páginas web y a los blogs especializados en diseño, entre los consultados, mencionaremos :

- La *Apdesigners* , página oficial de la Asociación Portuguesa de Diseñadores (APD).

- El blog *Reactor* del cual recuperamos el artículo de José Bartolo “A liberdade está a passar por aqui: o design português nos anos 1970”, en el que analiza los eventos sobre diseño, en esa década.
- *Tipografos.net*, sobre diseñadores y artistas gráficos portugueses.
- *Victorcosta.pt*, con un artículo sobre la carrera profesional de Sebastiao Rodrigues, destacando su gusto por la etnografía y el uso innovador de la tipología.

Tomando como referencia el análisis realizado por Elizabete Rosado, en su tesis antes mencionada, para poner en orden mis humildes conocimientos sobre el arte del diseño, llegamos a la que considero puede ser la segunda gran aportación a mi TFG: la profundización en la descripción de los carteles realizados por Sebastiao Rodrigues para la FCG. En ella me centro en el análisis del uso de la tipografía, las técnicas utilizadas, el color y la estructura de la composición.

Y para terminar, recogiendo las palabras de José Brandao, comisario de la exposición “Sebastião Rodrigues: designer”:

“Faltará aún proceder a un estudio minucioso de las fuentes culturales, etnográficas, gráficas, tipográficas y técnicas, que aquí solo pudimos aflorar”.

## **2. Contextualización: el diseño portugués en el siglo XX**

Antes de iniciar la contextualización propiamente dicha, es necesario hacer dos puntualizaciones que nos permitirán entender mejor qué es el Diseño y qué se entiende por Modernismo en Portugal:

1.- El diseño se desenvuelve entre las artes menores o artes aplicadas y las áreas disciplinares consideradas mayores. El diseño gráfico encontraba similitudes programáticas con la pintura y la escultura; la ilustración, con la pintura; el diseño industrial con la arquitectura (Almeida, 2011, p. 93).

Los orígenes del diseño están históricamente unidos a la Revolución Industrial, durante el siglo XIX y principios del XX, pero es en la época posterior a la Segunda Guerra Mundial cuando se inicia el acelerado e intenso desarrollo del diseño, fuertemente impulsado por la producción y el consumo a gran escala. En consecuencia, en las décadas de 1960-70 se asiste a profundas transformaciones que conducen a la consolidación e institucionalización de la profesión de diseñador, con la ampliación de la oferta de enseñanza especializada en diseño, especialmente en Inglaterra y en Francia (Quintela, 2013)

2.- Siguiendo a Trinidad Muñoz (2003, p.200) el término Modernismo, en Portugal, no tiene nada que ver con el arte de finales del siglo XIX, sino con los movimientos innovadores de principios del siglo XX que introdujeron en Portugal las influencias de las vanguardias europeas. Con él se alude, por tanto, no sólo a las manifestaciones artísticas que tuvieron lugar en la segunda década del siglo XX, sino también al espíritu contestatario e inquieto que las originó. Modernista era un término que se utilizaba en un sentido amplio y su significado variaba dependiendo de la concepción artística de quien lo utilizaba. Para los más jóvenes e innovadores, era un halago que les considerasen modernistas, sin embargo, para los artistas más conservadores era un término peyorativo, que además utilizaban despectivamente.

“Así pues, desde 1910 a 1930, el término modernismo se utiliza en Portugal con el mismo significado que en castellano utilizamos vanguardias” (Trinidad, 2003,p.200).

## **2.1. Antecedentes históricos del diseño en Portugal (1910-1959)**

Para analizar este período, consideramos necesario primero contextualizarlo en relación a lo que pasaba en el extranjero, a los movimientos de las primeras décadas del siglo XX y cómo fueron llegando a Portugal, hasta sentar los fundamentos del diseño entendido como disciplina y como actividad profesional (Teixeira, 2005). Trazaremos una breve panorámica de la llegada del Modernismo, de las primeras generaciones de artistas modernistas que sentarán las bases para los diseñadores profesionales, hasta llegar a la década de los 50 en la que empieza el desarrollo del arte ligado a la industria.

### **2.1.1. Las referencias internacionales**

En Portugal, la Revolución Industrial ya había generado alteraciones significativas, pero fueron la creación de la Sociedad Nacional de Bellas Artes (1901) y de la Sociedad de Propaganda de Portugal (1906) y, por supuesto la llegada de la República (1910), los hechos que marcaron el diseño: trajeron señales de modernidad y de apertura para los movimientos internacionales y corporativistas (Colecção Design Português).

En primer lugar, mencionaremos la actividad de la Bauhaus, escuela de diseño fundada por el arquitecto Walter Gropius en Alemania en 1919, como determinante para la consolidación del diseño como disciplina autónoma de las artes plásticas y de la Arquitectura (Almeida, 2011, p. 93). Fue la escuela de arte modernista más influyente del siglo XX, tuvo un gran impacto en Europa, y en los Estados Unidos, a donde emigraron muchos de sus profesores y alumnos huyendo del nazismo.

A partir de la Exposición “Arts Décoratifs et Industrielles” de París en 1925, se consolida la difusión de un estilo decorativo -el estilo Deco, art moderne, conocido años más tarde como el Art Déco- que se extendió hasta los años 1960. Este se caracteriza por la utilización de formas geométricas, de colores brillantes y de motivos decorativos variados de acuerdo con el vocabulario visual del artista. Se destacan, en este universo, los carteles publicitarios del artista francés A.M. Cassandre (1901-1968), el Nuevo Tradicionalismo de Stanley Morrison (1889-1967), el diseño tipográfico de Eric Gill (1882-1940) y el *book design* inglés (Almeida, 2011).

En el año 1932 tiene lugar en el Museo de Arte Moderno (MoMa) de Nueva York, la exposición “Modern Architecture”; la muestra incluía diseños realizados por los arquitectos alemanes Walter Gropius (1883-1969) y Mies van der Rohe (1886-1969) - profesores de la Bauhaus emigrados- que, junto con Le Corbusier (1887-1965) y J.J.P.

Oud (1890-1963) son los cuatro grandes exponentes de la arquitectura moderna. Fue presentada por el historiador Henry-Russell Hitchcock y el arquitecto Philip Johnson, con ella introdujeron las bases de un estilo arquitectónico emergente, el Estilo Internacional, que establecería los principios para el canon de la arquitectura moderna. Este estilo ya había sido diseñado por ellos en la obra *The International Style: Architecture since 1922*, destacando entre sus características la estandarización y geometrización de los elementos, la ausencia de ornamento y el énfasis del volumen sobre la masa, que conlleva una notable ligereza y fluidez en el espacio (Baltazar, Bártolo y Rosa, 2016).

A inicios de los años 30, se produjo un importante movimiento migratorio por parte de numerosos diseñadores que mudaron su residencia de Europa a EEUU. La influencia de Estados Unidos, padre de la sociedad de consumo, originó la fusión de los intereses capitalistas e industriales con los trazos teóricos y proyectuales que caracterizaban al modernismo europeo.

Diseñadores europeos como László Moholy-Nagy (1895-1946), Ladislav Sutnar (1897-1976), Alexey Brodovitch (1898, 1971), Herbert Bayer (1900-1985) y Herbert Matter (1907-1984) recopilan la racionalidad y abstracción de la Bauhaus, el diseño tipográfico suizo, el objetivo de funcionalidad escandinavo y su modo de vida confortable; dando origen a un estilo determinado por el uso de la retícula y de la tipografía Sans Serif. El mayor ejemplo es el diseñador suizo Josef Muller-Brockmann (1907-1976), quien muestra a la perfección un interés, compartido también por los anteriores, hacia las formas orgánicas y vernáculas (Baltazar et al., 2016). Muller-Brockmann publicó un libro sobre el uso de la retícula en el diseño gráfico, que ayudó a propagar el uso de la misma, primero en Europa y luego en EE.UU.

“Las referencias internacionales que más directa o indirectamente influenciaron el diseño en Portugal, fueron diversas, lo que explica la pluralidad del diseño en la segunda mitad del siglo XX” (Baltazar et al., 2016). Algunos artistas portugueses se vieron intensamente influenciados por la migración a Europa y a los Estados Unidos. Ellos van a ser los introductores de las nuevas estéticas extranjeras.

Los artistas de principios de siglo viajan a Europa para profundizar en sus estudios y a su regreso traen con ellos una nueva forma de ver la cultura; se vuelven críticos con el conservadurismo y van a poner todo su empeño en introducir las nuevas corrientes modernistas. Es el caso de los primeros modernistas Almada Negreiros (1893-1970) y Emmerico Nunes (1888-1968).

En 1952, el arquitecto Frederico George (1915-1994), viaja a los estados Unidos con una bolsa de estudios de la Embajada Americana. Allí entra en contacto con los arquitectos alemanes, antiguos profesores de la Bauhaus, quedando impresionado con sus diseños. A su regreso divulga las ideas de la Bauhaus en Portugal, catalizando una reflexión sobre la disciplina del diseño, su enseñanza y su práctica. A esta reflexión se asocian activamente los jóvenes arquitectos Daciano da Costa (1930-2005) y Antonio Sena da Silva (1926-2001) que convertirán sus talleres en espacios de formación y discusión sobre el diseño (Bártolo, 2013)

En los años 60, París continuaba siendo la principal referencia internacional para un pequeño grupo de artistas que, en torno a Frederico George, se revelaba interesado en la Institucionalización del diseño portugués. La noción de estética industrial surgía debidamente teorizada por el diseñador francés Jacques Viénot que, durante la década de 1950, dirigió la revista *Esthétique Industrielle* (Bártolo, 2013). Por lo que el peso del nuevo diseño llegó también a través de las revistas extranjeras del sector. Revistas italianas como Domus, Casabella o L'Architettura; británicas como Design; o suizas como Graphis. Así mismo, cabe destacar, en boca del diseñador José Brandão (1944-): “la cultura de nuestro país era sobre todo francófona, influencia que se asociaba con el gusto por el jazz, nuestra proximidad a Brasil y África y el interés por la tradición popular portuguesa”(Baltazar et al., 2016).

Ya para terminar este apartado, en la década de los 60, gracias a la política de bolsas de la Fundación Calouste Gulbenkian, una serie de becarios van a estudiar diseño al Reino Unido. Estos estudiantes regresan a finales de la década como los primeros diseñadores portugueses con formación superior en Diseño. Son los “inglesados” y que constituirán la tercera generación de diseñadores portugueses (Bártolo, 2013).

### **2.1.2. La llegada del Modernismo**

En 1910 cae la Monarquía y se implanta la República; es una época de inestabilidad política y disputas internas entre las facciones republicanas. Según Trinidad (2003), la sociedad estaba profundamente marcada por los cambios sociales, económicos y tecnológicos, pero Portugal aún seguía inmerso en una sociedad marcadamente rural. El Portugal desindustrializado de ritmo lento se contraponen con el dinamismo económico de la Europa de los motores; son dos modos de vida, dos mentalidades distintas, el conservadurismo frente a la innovación.

Con esta tesitura, es comprensible que se recibiesen mal los nuevos postulados culturales máxime cuando éstos llegaron, entre gritos y aspavientos, decididos a quedarse (Trinidad, 2003, p. 220).

Las señales de modernidad se manifestaron sobre todo en el diseño gráfico:

1.- En Portugal el concepto de modernista, al menos inicialmente, está estrechamente ligado al de humorista (Trinidad, 2003, p. 220). En mayo de 1912, se inauguró en el Gremio Literario de Lisboa el *I Salão dos Humoristas Portugueses*, que supuso un paso significativo en el camino del modernismo portugués (Trinidad, 2003, p. 225). En él se rindió homenaje a la figura maestra de Raphael Bordallo Pinheiro (1846-1905), considerado el creador de la caricatura moderna en su país y el mayor caricaturista portugués de todos los tiempos.

En 1913 tuvo lugar el *II Salão dos Humoristas Portugueses* y, si bien tuvo menos eco en la prensa que el obtenido el año anterior, aunque no mejores críticas, sirvió al menos para consolidar la iniciativa (Trinidad, 2003, p. 226). Y con motivo de la “Exposição de Humoristas e Modernistas”, que se celebró en Oporto en mayo de 1915, fue cuando los nuevos planteamientos estéticos encontraron el eco y el estímulo que andaban buscando (Trinidad, 2003, p. 220).

Así, bien en Lisboa, bien en Oporto, continuaron programándose exposiciones de humoristas o modernistas, que durante algún tiempo vino a ser lo mismo, y que marcaron lo que podríamos denominar la *transición del gusto*, pues de esta forma disimulada e irónica, sirvieron, sobre todo, para ver cosas diferentes de las que cada año, con enorme éxito, se seguían exponiendo en la Sociedad Nacional de Bellas Artes de Lisboa (Trinidad, 2003, p. 228).

2.- Con la publicación en 1915 de la revista *Orpheu*, el modernismo llega oficialmente a Portugal. *Orpheu* es una revista literaria fundada por Fernando Pessoa (1888-1935) y otros miembros del grupo modernista como Almada Negreiros (1893-1970) y Mario de Sá Carneiro (1890-1916), nombres importantes de la cultura portuguesa de la época. Aunque solo llegaron a publicarse dos números, la revista supuso una ruptura con la tradición literaria por la osadía y el estilo vanguardista de sus textos (Trinidad, 2003)

Los artistas de la época, deseosos de establecer contacto con el extranjero, buscan subvenciones para ir a formarse a París con la intención de que a su regreso puedan

conquistar un espacio destacado en la sociedad. La generación de *Orpheu* va a ser la que abra las puertas de Portugal a las nuevas experiencias culturales, a las nuevas sensibilidades estéticas, a la experiencia de la pluralidad, que ellos mismo propugnaron con su “sê plural como o universo” (Trinidad, 2003, p.219).

A pesar de los movimientos de inconformismo, el país continua siendo un país mundano. A partir de los años veinte, la generación del Orpheun se desmembra, fallecen varios de sus miembros, y Almada se va para París (1919) y para Madrid (1927), dejando al país y al primer modernismo en lenta agonía (Almeida, 2011, p.66).

Pero en Portugal, de forma parecida a como había sucedido en España, la renovación del arte estuvo también estrechamente ligada a las conversaciones de café y a las tertulias literarias. El modernismo se forjó entre el *Bristol Club* y el café de *A Brasileira*, este último fue decorado en 1923 con obras de los artistas de la primera generación de modernistas. En uno y en otro, leyendo los mismos libros, colaborando en las mismas revistas, artistas, poetas o periodistas, fueron enmarcando la vida moderna (Trinidad, 2003, p. 249).

### **2.1.3. La primera generación de modernistas**

En Portugal, se suele hablar de dos generaciones modernistas. De acuerdo con la clasificación establecida por el historiador y crítico de arte José-Augusto França,

“la primera generación engloba a los artistas nacidos en las dos últimas décadas del siglo XIX; pero más que esto, debe contar el hecho de haber aparecido en público entre 1910 y 1920, y haber posibilitado una etapa particularmente fecunda y atractiva del panorama artístico lusitano, que capitalizaron durante más de veinte años.” (Trinidad, 2003, p.221)

De acuerdo con las directrices llegadas del exterior, el diseño portugués de la época de post-guerra (1919) se caracteriza por la creación de un proceso colaborativo, con predominio de proyectos seminales interdisciplinares (Baltazar et al., 2016). De este modo, los diseñadores de la época se dedicaron tanto al diseño de portadas de libros, fotografía, ilustración... como a mobiliario, pintura y arquitectura. En la década de los años veinte, la ilustración vivió su período de oro.

Entre estos artistas, destacaremos los nombres de aquellos que presentaban trabajos en el campo de la ilustración y de las cubiertas de revistas, entre otros: Almada Negreiros (1893-1970), que fue el motor de la primera generación modernista portuguesa, con

influencias del cubismo y del futurismo.” (Trinidad, 2003). Jorge Barradas (1894-1971) con influencias notorias del Art Nouveau y del Art Déco (Su originalidad y modernidad quedan patentes en las cubiertas que realiza para la revista ABC o para la *Ilustração*, con el cuerpo femenino, y sobre todo, el rostro femenino, en lugar destacado). Y Emmerico Nunes (1888-1968), ilustrador notable y uno de los pioneros de la banda diseñada y del diseño humorístico en Portugal (tipógrafos.net).

El importante papel que en estos años tuvieron la revistas literarias y otras publicaciones periódicas, podemos sintetizarlo en un doble sentido, como elementos difusores de la nueva estética modernista, en la medida que sirvieron para airear los tradicionales esquemas del diseño gráfico y contribuyeron a generar nuevos gustos; y como soporte físico, no ya de las obras en sí, sino de los propios artistas, pues gracias a estas colaboraciones periódicas muchos de ellos, pudieron subsistir sin tener que renunciar a su faceta creativa ni a su forma de concebirla. Gran parte de la pintura de caballete, hoy tan estimada en subastas y catálogos, era entonces poco vendible, y si pudo ser ejecutada fue gracias a los ingresos que muchos de los autores obtenían de realizar portadas e ilustraciones para revistas como *Ilustração*, *O Sempre Fixe*, *Civilização*, *ABC*, *Magazine Bertrand*, etc (Trinidad, 2003, p. 267).

#### **2.1.4. La segunda generación de modernistas: los pioneros del diseño en Portugal**

“La segunda generación comprende los artistas nacidos en los primeros años del siglo XX y que hicieron su aparición en la escena artística a lo largo de los años treinta.” (Trinidad, 2003, p.221).

Es la época de la dictadura de Salazar, de la instauración del Estado Novo (1933), que, como veremos, marcó definitivamente el diseño de las décadas siguientes .

A partir de finales de la década de los años veinte y en los años treinta, entre estos artistas multifacéticos , los que se dedicaban a las llamadas artes gráficas, extienden su trabajo al área de la publicidad . El diseño de publicidad fue una de las áreas que más evolucionó, en forma de carteles y sobre todo a través de anuncios en revistas. En este hecho tuvo gran importancia la figura del suízo Fred Kradolfer (1903-1968), llegado a Portugal en los años veinte, que se convirtió en el maestro de los artistas decoradores de la época, al presentarles una realidad artística mucho más actualizada que aquella que existía en Portugal (Teixeira, 2005).

En 1930 se inaugura en Lisboa el “I Salão dos Independentes”. Éste fue concebido en un sentido amplio, por lo que estuvo abierto a todos los artistas modernos, con representantes de las artes plásticas y de la arquitectura, decoradores, fotógrafos y artistas gráficos (Trinidad, 2003, p. 281). Esta exposición creó unas expectativas culturales que fueron luego utilizadas para la creación en, 1933, del SNP, Secretariado Nacional de Propaganda, con Antonio Ferro como director.

Desde esta institución el *Estado Novo* asumía, como habían hecho antes los alemanes o los italianos, que la propaganda era un instrumento fundamental del gobierno, y que ni ésta ni éste podían olvidar la máxima de que “políticamente sólo existe lo que el público sabe que existe” (Trinidad, 2003, p. 279). Una vez puestos los medios y esbozados los objetivos, el SPN inició su actividad: se realizaron encargos a artistas moderno, se organizaron exposiciones y se editaron textos afines a las intenciones del nuevo organismo (Trinidad, 2003, p. 280). En el campo de las artes, la actitud oficial era pautada por el SPN por lo que la cultura, en la década de los cuarenta, estuvo dominada por la ideología del Estado Novo (Teixeira, 2005).

Antonio Ferro preparó el terreno para que un grupo importante de artistas se vieran apoyados por el nuevo régimen y empezaran a colaborar con sus trabajos en la creación de los “*perfis idílicos da Nação*” y en la contrucción de la “*Política do Espírito*”. Entre 1937 y 1940, el equipo de decoradores del SPN estuvo integrado entre otros, por Bernardo Marques (1898-1962), Carlos Botelho (1899-1982), Emmerico Nunes, Fred Kradolfer, José Rocha (1907-1982), Paulo Ferreira (1911-1999), Roberto Araújo (1909-1990), Tomaz de Mello “Tom” (1906-1990), Maria Keil (1914-2012) y, también Almada Negreiros, todos ellos considerados como los precursores del diseño en Portugal (Almeida, 2011, p.68).

Ellos, bajo la supervisión de Antonio Ferro, fueron los encargados de la realización de los pabellones de Portugal en las exposiciones internacionales de París, 1937, de San Francisco y de Nueva York, 1939. Las actividades desarrolladas para estos eventos, buscaban apartarse de la estética doctrinal y del eclecticismo, desarrollando, siempre que era posible, un gusto peculiar. Y, por supuesto, de la “*Exposição do Mundo Português*” de 1940, o “*renascimento*” que el Estado pretendía, en la que trabajarán casi todos los arquitectos y artistas decoradores modernos, lo que supone un esfuerzo enorme por parte del régimen para congrega r tantos artistas y tantas voluntades. (Almeida, 2011, p.69).

### **2.1.5. La década de los años 50**

Siguiendo a Almeida (2011, p.77), la ausencia en Portugal de una revolución industrial, como ocurrió en Inglaterra y Alemania, contribuyó a que no hubiera necesidad de reformular el proceso de diseño asociado a la producción industrial. Este retraso, que se hacía sentir también en la enseñanza académica, obligaba a los talleres a encontrar formas de atenuar ese desfase entre la práctica y el conocimiento artístico traído de las escuelas. Frederico George y Francisco Conceição Silva (1922-1982), a través del trabajo desarrollado en sus talleres, son dos figuras importantes en la contribución al diseño de una nueva disciplina proyectual adaptada a las exigencias de la sociedad contemporánea.

La generación de artistas portugueses activos a mitad de siglo XX constituyen el puente entre la obra modernista y el creciente desarrollo del arte ligado a la industria. Esta relación con la industria, estaba justificada por la búsqueda de un desenvolvimiento social e industrial para Portugal, lograda a través de la fusión de los valores neo-realistas de los años 50 con una conciencia crítica.

Entre los artistas que contribuyeron activamente para la integración del arte en la industria, destacan Maria Keil (1914-2012), José Espinho (1915-1973), Victor Palla (1922-2006), Antonio García (1925-2015), Antonio Sena da Silva (1926-2001), Sebastião Rodrigues (1929-1997) o Daciano da Costa (1930-2005), entre otros (Baltazar et al., 2016). Todos ellos forman la segunda generación de diseñadores portugueses; se trata de una generación que habiendo convivido con la primera, con los pioneros, recibió de ellos grandes influencias y enseñanzas.

Los Planes de Fomento portugueses entre 1950 y 60, promovían la colaboración entre diseño, empresa y economía, así como la educación y lo cotidiano. La demanda pedía objetos estandarizados, con calidad, a un precio asequible y cuya forma y estructura solucionasen una necesidad. La cualidad estética se encontraba en el equilibrio entre innovación técnica, dada por los nuevos procesos de producción y los nuevos materiales; y la capacidad de crear formas contrarias a las tendencias, logrando la atemporalidad (Baltazar et al., 2016).

En el plano editorial librero, la publicación y el consumo de libros se disparó de tal forma que, a veces, hacía inoperante la capacidad persecutoria de la Censura (SNI). Por otro lado, la edición de libros y revistas, a ejemplo de lo que ocurrió en las primeras décadas

del siglo XX, se constituyó como una ventana abierta para que algunos artistas y diseñadores se mantuvieran activos (Almeida, 2011 p. 78).

Es el caso de Sena da Silva que llega a trabajar en la editorial Ulisseia apoyando, con fotografías, las portadas de Sebastião Rodrigues (Almeida, 2011 p. 81).

En el año 1959 se inicia la publicación del libro por fascículos *Lisboa: cidade triste e alegre* de Victor Palla y Costa Martins; y aparece la revista *Almanaque* de José Cardoso Pires, con Sebastião Rodrigues como diseñador gráfico. Ambas publicaciones se hacen eco de los primeros signos de cosmopolitismo en la sociedad portuguesa. La mirada de estos autores, inspirada en el trabajo desarrollado por algunos creadores extranjeros contemporáneos, impone nuevas relaciones (contracultura) con la cultura nacional, determinada por el Estado Novo y diseminada por las estructuras asignadas al SNI. Sin embargo, no se produjeron rupturas, ya que el desarrollo sociocultural de la sociedad portuguesa no era propicio a ningún tipo de cambio abrupto (Almeida, 2011 p. 78).

## **2.2. Institucionalización del diseño en Portugal (1959-1974)**

La Institucionalización del diseño portugués tiene sus inicios cuando el Estado intenta industrializar el diseño asociado al Modernismo del Estado Novo. Podemos situar este período entre los últimos años de la década de 1950, los inicios, y el año 1974 en que se crean los primeros cursos de diseño en la Universidad.

De acuerdo con Almeida (2011), se distinguen tres fases:

### **2.2.1. Fase de introducción (1959-1964)**

En el primer período de institucionalización del diseño, las prácticas institucionales del INII ( Instituto Nacional de Investigación Industrial) se van implementando de forma *suave*, debido al desconocimiento del papel del diseñador en la industria, así como por la escasez de recursos para iniciar un efectivo programa de integración del diseño industrial en las empresas.

En los años 60, ya hacía tiempo que Frederico George educaba a sus alumnos en el reconocimiento de la autonomía del diseño. Y varios diseñadores gráficos, ya tenían reconocimiento interno y externo, como Sebastião Rodrigues y Antonio García. Y finalmente, ya se animaba el contexto cultural con la renovación del medio editorial,

sobre todo a través de la editorial Ulisseia; pero también del medio literario, del teatro y del cine.

### **2.2.2. Fase de implementación (1965-1971)**

La organización de las jornadas de la *de Estética Industrial*, en el palacio Foz, en Lisboa, en 1965, marca un antes y un después en las acciones del INII para consolidar las dinámicas asociadas a la institucionalización del diseño. Con esta y otras acciones, el INII intentará influir en los empresarios portugueses para que incluyan a los diseñadores en sus empresas.

La *I Quinzena* integraba una exposición bibliográfica, una exposición de diseño industrial internacional (finlandeses, franceses, italianos y británicos), algunos diseños portugueses y un ciclo de conferencias a cargo de importantes personalidades del diseño internacional (Bártolo, 2013).

Y así llegamos a la tercera generación formada por los primeros diseñadores con formación específica en diseño como es el caso de José Brandão (1944), Cristina Reis (1945) o Vitor da Silva, que se licenciaron en Londres en los años 60; y otros que se dedicarán al diseño como actividad principal, como es el caso de Carlos Rocha (1943), Américo Silva (1944) y Henrique Cayatte (1957). Llegados a este punto, es conveniente puntualizar que los diseñadores de varias generaciones conviven unos con otros, ya sea por la vía de la enseñanza, de las colaboraciones profesionales o la vida social (Rosado, 2015).

Pero si hay una figura que destaca entre todas, por supuesto, es Sebastião Rodrigues -el protagonista indiscutible de este trabajo- considerado universalmente el padre del diseño portugués. “Él hace de puente entre la segunda y la tercera generación” (Rosado, 2015).

Este período, caracterizado por una dinámica institucional *media*, en el que se crean dos escuelas de diseño; se multiplican los cursos de diseño y de comunicación visual de la SNBA; se abren nuevos talleres de diseñadores; aumenta la producción teórica con la publicación regular en catálogos, en revistas específicas y en periódicos; la labor de la Fundación Calouste Gulbenkain; la Metalúrgica de Longra con su contribución a la consolidación de la profesión; y surge la revista más interesante de diseño gráfico en Portugal, la *Gráfica 70*. Y termina con la “*I Exposição de Design Português*” (1971).

### **2.2.3. Fase de expansión (1972-1974)**

En esta fase, hubo un refuerzo de las acciones institucionales del INII: la celebración de la “II Exposição de Design Português” (1973) -último evento antes de abril de 1974-, el trabajo desarrollado en los Centros de Formación, la internalización del diseño mediante la participación en exposiciones, la realización de concursos de diseño, la exposición en la Fundación Calouste Gulbenkian en 1972... Contribuirán a difundir y clarificar el papel del diseñador, en la sociedad.

A partir del 25 de abril de 1974, fecha de la Revolución de los claveles, la vida política, social, económica y cultural portuguesa se altera radicalmente. El contexto social de la segunda mitad de la década de los 70, provoca una disminución considerable de proyectos de diseño de interiores y de diseño industrial, y en cambio se produce una revitalización del sector cultural, de los trabajos gráficos.

El interés por la innovación tecnológica trascendió hasta las artes gráficas. La impresión offset, la manipulación fotográfica, la ilustración y el interés por la cultura popular alejada de lo todo lo que conllevaba la propaganda de la dictadura de Salazar serán algunas de sus características.

### **2.3. La formación y el asociacionismo**

A partir de 1974, la formación y el asociacionismo se van a convertir en los catalizadores del diseño (graffica.info, 2010):

En cuanto a la formación, recordemos que los primeros diseñadores con formación superior en diseño eran los becarios de la FCG que habían ido a estudiar en los años 60 al Reino Unido. En el año 1974 se crean los cursos de diseño en las Escuelas de Bellas Artes de Lisboa y Oporto . A partir de ese momento, otras escuelas se fueron sumando para impartir la titulación oficial. Hoy destacan la Escuela Superior de Tecnología de Tomar (a unos 140 km al norte de Lisboa), una de las pioneras en ver la necesidad de impartir disciplinas variadas para el desempeño de las artes gráficas. Y también la Escuela Superior de Diseño (1990), por ser la primera institución dedicada en exclusiva a la enseñanza de diseño, perteneciente al IADE (Instituto de Artes Visuales Diseño y Marketing) de Lisboa.

El camino para el reconocimiento de la profesión prosigue con el asociacionismo:

- En el año 1976, empieza a funcionar oficialmente la Asociación Portuguesa de Diseñadores (APD), que se venía gestando desde 1974, con el propósito de vigilar y regular la actividad de los diseñadores mediante el establecimiento de un código deontológico o de conducta, "promoviendo niveles de competencia e integridad profesional". Ese mismo año publica su Manifiesto, en el que se exponen cuáles son los escenarios de intervención, *O Lugar do Design*, con textos de Sena da Silva y diseño de Sebastião Rodrigues (apdesigners).
- Ya en los años 80, se funda el Centro Nacional de Design, más tarde conocido como el Centro Português de Design (CPD).
- En 1999 tiene lugar la *I Bienal de Design Experimenta Design*, que es considerado el primer gran evento internacional de diseño celebrada en Portugal (apdesigners).
- En el año 2003 nace la Asociación Nacional de Diseñadores (AND) "con la misión de defender y promover la cultura del diseño en Portugal y en el extranjero". Además de los múltiples eventos realizados, destaca el proyecto en desarrollo sobre *Estudo do Design em Portugal*, esencial para calcular la importancia y relevancia del diseño en Portugal (and.org)

### **3. Fundación Calouste Gulbenkian (FCG)**

#### **3.1. Origen de la Fundación CG**

“Only the best is good enough for me” (“Solo lo mejor es suficientemente bueno para mí”)

Esta frase, en boca del armenio Calouste Gulbenkian, define de forma óptima y precisa tanto la filosofía del citado, como la de la institución artística homónima legada por el mismo; Según el Presidente de la Fundación Calouste Gulbenkian, Emilio Rui Vilar, dicha cita debe servir como regla que debe asumir el papel de todo museo (Fundação Calouste Gulbenkian [FCG], (2003).

Calouste Sarkis Gulbenkian (1869-1955) nació en Scutari (Üsküdar), distrito estambulí, en una familia armenia de origen ilustre. Fue educado en la Inglaterra de finales de siglo, logrando su diploma en 1887 por el *King's Collage* y es en 1920 cuando fija su residencia en París, la cual se prolonga veinte años. Su fama y poder nacen tanto de su prominente papel en el ámbito del negocio del petróleo, las finanzas y la política, como de su gran afición por el coleccionismo de arte, basado éste en una notable intuición y conocimiento (FCG, 1999).

Sus movimientos en el mercado artístico se apoyan sobre un evidente eclecticismo conducido por, como se adelantó anteriormente, una exigencia de perfección. Ésta es tal que sus elecciones descansaban sobre un minucioso amparo y una extrema calidad basada en un gusto sólido y refinado (FCG,2004 a) . El propósito del magnate era el de reunir objetos reveladores de estados de perfección, “marcas de la transcendencia de lo humano plasmada en sus cualidades estéticas, materiales y técnicas” según explica João Castel-Branco Pereira, director del museo (FCG, 2003).

En 1942, Gulbenkian se muda a Lisboa en busca de la paz que concede el papel neutral de Portugal en la Segunda Guerra Mundial. Allí permanece durante trece años, hasta su muerte en 1955, con la edad de 86 años (FCG, 2004 a).

La voluntad testamentaria del magnate establecía la conservación indivisible de todas sus obras dentro de un mismo espacio público. Así, su primer deseo se hizo realidad solo un año después de su muerte con la creación de la fundación bautizada con su mismo nombre y presidida por José de Azeredo Perdigão (FCG, 2004 a). Su objetivo era el fomento de actividades educativas, científicas, benéficas y, por supuesto, artísticas ((FCG, 2004 b).

Continuando con su voluntad, en 1959 se lanza a concurso público la construcción de la Sede de la fundación. Alberto Pessoa, Pedro Cid y Ruy Athougua fueron los arquitectos responsables del proyecto que tiene como protagonista la zona museo (FCG, 2004 a). De esta forma, en 1969 el museo Calouste Gulbenkian abre sus puertas bajo la dirección de Maria José Mendonça (FCG, 2003); tornando la majestuosa colección del estambulí, como él requería, pública e indivisible (FCG, 2004 a).

### **3.2. La importancia de la Fundación CG en el diseño portugués**

Para abordar la importancia de la FCG en Portugal, nos basaremos en la investigación realizada por Elisabete Rosado Rolo en su tesis doctoral *Olhar, jogo, espírito de serviço* de la que extraemos el siguiente resumen:

La Fundación Calouste Gulbenkian (FCG), desde su creación en 1956, supuso una gran revolución tanto para el país, en general, como para el arte moderno, en particular. Su papel destacó más por las acciones indirectas e invisibles que por aquellas más evidentes. Ente las segundas, no menos importantes, cabe mencionar la labor que se realizó en torno al ensalzamiento de las artes plásticas y la música; el estudio científico de materias como la biología, sociología o economía agraria; el acercamiento de la lectura al público mediante la creación de bibliotecas o la traducción de obras extranjeras; la aportación a la arquitectura que supuso el propio edificio de la sede de la Fundación y, en general, toda aportación facilitada por las innumerables conferencias nacionales, internacionales y multidisciplinares que se llegaron a realizar.

Sin embargo, y como ya adelantamos, el verdadero agradecimiento debe residir en las acciones más indirectas y menos públicas. Entre ellas, encontramos el apoyo hacia espacios educativos, sanitarios y culturales mediante, por ejemplo, la creación del “Novo Cinema Português”.

Sin embargo, si algo ayudó de forma irrefutable al diseño portugués fueron las bolsas de estudio. Dichas bolsas eran becas que la Fundación otorgaba a los artistas portugueses, con las cuales tuvieron la oportunidad de viajar tanto dentro de los límites del país como por el extranjero, especialmente a París y a Londres. De esta forma, los becarios pudieron empaparse de todas las influencias artísticas europeas y mamar directamente de las nuevas técnicas y estilos. Y lo que es más importante, como ya mencionamos anteriormente, es el caso de los artistas que volvieron a su país natal con los estudios específicos en diseño cursados en Reino Unido.

Son dos las exposiciones más relevantes organizadas por la Fundación. La primera fue bautizada en Diciembre de 1957 como “1ª Exposição de Artes Plásticas” y en ella, bajo el fin último de mostrar una visión general de la situación del arte nacional, se premiaron artistas ahora de renombre como Almada Negreiros, Abel Manta, António Duarte o Eduardo Viana. En ella colabora, por primera vez con la Fundación, Sebastião Rodrigues, no como diseñador sino como pintor, repitiendo en la segunda edición, para la que también diseñó el catálogo.

La segunda exposición, en el mismo mes de 1961, fue una nueva edición de la anterior y en ella recibieron premios nombres como Carlos Botelho, António Duarte, Fernando de Azevedo o João Abel Manta.

No se celebró una tercera edición hasta 1986. Sin embargo, durante los años posteriores a los 60, la Fundación se dedicó a realizar actividades más “humildes” como la creación de centros de arte infantiles, la realización de exposiciones, cursos, conferencias, premios escolares u, obviamente, el otorgamiento de las ya citadas bolsas de estudio.

Como exposiciones notables e interesantes a citar, podemos señalar las internacionales “A Arte Britânica no Século XX” (1962); “Um século de Pintura Francesa – 1850-1950” (1965) y nacionales como la “Exposição Comemorativa do V Centenário do Nascimento da Rainha D. Leonor” (1958).

Respecto a la relación entre la FCG y el diseño gráfico, ésta es estrecha y se apoya en la necesidad del museo homónimo a la Fundación del uso de material gráfico para anunciar sus exposiciones y actividades. De igual modo, la misma necesidad gráfica, en este caso editorial, se presenta en la edición de los libros y revistas creados por la Fundación, tales como la relevante revista *Colóquio*.

Sebastião Rodrigues se incorpora a trabajar como diseñador para la Fundación en 1960. Su primer encargo fue para el “Curso de Iniciação de História da Arte”, un folleto que sería el inicio de una estrecha relación entre artista y fundación. (2015, p.184/188)

### **3.3. El museo Calouste Gulbenkian**

En poco tiempo tras su inauguración el 2 de Octubre de 1969, el museo logró ser una referencia internacional dentro del mundo del arte y la museología. No es de extrañar cuando la colección total es considerada como una de las más relevantes entre las reunidas por una única persona. Asimismo, es digno señalar el moderno diseño arquitectónico del complejo y la excelente estrategia de organización y colocación de las exposiciones (FCG, 2003). Esta última está basada en la disposición de las obras que el propio Calouste

había adoptado para su vivienda parisina, en la cual concentró, desde los años veinte, casi toda su colección (FCG,2004 a).

Esta distribución se caracteriza por una lógica yuxtaposición y conexión entre piezas mediante mecanismos donde no prima la habitual segmentación por disciplina, periodo histórico, época o área geográfica (FCG,2004 a). Este criterio de orden da prioridad al nivel de afecto que el coleccionista mantenía con cada objeto (FCG, 2003). Apego que llegó a ser notablemente intenso con algunas piezas, dado que las veía como si fueran sus hijas (FCG,1999).

Siguiendo esta estructura, encontramos ejemplos en salas como la que agrupa obras señaladas por su realismo y detallismo; conectando así el arte egipcio, con el griego o el islámico, desde la escultura del primero, pasando por las monedas de la antigua Grecia o las alfombras persas. Otro núcleo reúne aquellas obras donde el protagonismo lo tiene el cuerpo humano, son aquellas firmadas por Rubens, Lawrance, Gainsborough o Burne-Jones. Como último caso a destacar, una muestra diferente se centra en la pura imagen paisajística con autores como Ruisdael, Guardi o Turner (FCG,2004 a).

El espacio del museo se construyó en torno a dos grandes jardines interiores. La primera de las zonas reúne el arte egipcio, junto con el clásico, islámico y del Extremo Oriente. Por otro lado, la segunda está centrada en el arte de Europa desde la Edad Media hasta el pasado siglo XX, incluida la última obra adquirida por el coleccionista con fecha de 1953: La calle Sant-Vicent en Montmartre, pintura del francés Stanislas Lépine (FCG,2004 a). Dentro de este último grupo podemos destacar artistas como Rogier van der Weyden, Ghirlandaio, Rembrandt, Fragonard, Manet, Renoir o Degas, entre muchos otros nombres de prestigio; es el caso de René Lalique (1860-1945), idolatrado por Calouste, cuyas joyas y vidrios gozan de una sala propia (FCG, 2004 b).

## **4. Sebastião Rodrigues: hijo de Lisboa**

### **4.1. Introducción**

Ya ubicados en el contexto del diseño luso de mediados del siglo XX, debemos prestar especial atención a la mayor figura que predominó en éste, el llamado “hijo de Lisboa”, Sebastião Rodrigues ( Baltazar et al., 2016).

Rodrigues dedicó su vida a las artes plásticas y al ensalzamiento de la cultura de su país. Por lo tanto, sería inimaginable poder exponer cada dato de la trayectoria profesional del artista, a la vez que imposible dada la extensión del trabajo. Son cada uno de los viajes, cada exposición, cada premio y conmemoración, cada encargo, cada cartel, folleto, catálogo, portada... Son cada uno de los trazos que ha realizado el diseñador, los que le han empujado hasta la cima del diseño en Portugal. Un diseño tardío que se despegó gracias también a otros nombres ya mencionados como Fred Kradolfer, Manuel Rodrigues, Bernardo Marques, Victor Palla, José Rocha ( Baltazar et al., 2016).

Por lo tanto, este apartado pretende ser un breve resumen de la obra del diseñador a través de su biografía. Pinceladas de una vida dedicada al arte del diseño

### **4.2. Vida y obra**

A Rodrigues, se le califica de alegre, tímido, introspectivo, meticuloso, así como atento y, por supuesto, talentoso. Sin embargo, la característica minuciosidad en su *modus operandi* no resultó ser obstáculo para elaborar una larga lista de proyectos realizados a lo largo de su extensa carrera. (victorcosta.pt).

Dafundo -freguesía portuguesa perteneciente al ayuntamiento de Oeiras, distrito de Lisboa- ve nacer a Sebastião Campos Afonso Rodrigues dos Santos el 28 de Enero de 1929, donde también se cría. Hijo de un empleado del periódico *A voz*, desde temprana edad pudo mantener contacto con el mundo gráfico (Baltazar et al., 2016).

Sebastião Rodrigues es el ejemplo por excelencia del profesional cuyos estudios no son los correspondientes a su profesión. En los años 40, un joven Rodrigues accede a la Escola Industrial Masqués de Pombal, frecuentando el curso de mecánica. La influencia de

profesores como el pintor Calvet Magalhães o el arquitecto Frederico George, despertó el interés de Rodrigues hacia el diseño (Baltazar et al., 2016).

En este punto debemos apoyarnos en la clasificación que Elisabete Rosado Rolo establece en su tesis doctoral *Olhar, jogo, espírito de serviço*. En ella divide la obra de Sebastião Rodrigues en dos etapas directamente ligadas con su biografía. La primera comienza en 1945 y abarca los primeros pasos del personaje en el mundo del diseño, esta etapa sirve como prueba de su desarrollo y formación profesional. La segunda, a partir de 1960 y hasta finales de la década de los 80 cuando abandona la producción creativa, corresponde a la manifestación máxima de su talento (2015, p.226)

#### **4.2.1. Primera etapa: la bienvenida al diseño**

En 1943, Rodrigues tuvo que dejar los estudios, y empieza a realizar pequeñas colaboraciones en el periódico *A Voz*, en la sección de publicidad. En 1945 redirecciona su camino presentando un portfolio en la *Agência de Publicidade Artística* (APA), en donde empieza a trabajar en 1946. Estuvo poco tiempo, pero allí conoció a personalidades importantes para su vida y su carrera: a Alberto Cardoso, como jefe gráfico, y como compañero de trabajo, a Manuel Rodrigues; el primero contará con él para la revista *Almanaque* (1959), y con el segundo colaborará durante tres décadas (Rosado, 2015, p.225)

En el taller de Manuel Rodrigues supo diseñar material gráfico bajo un tono y estilo personal que establecía su identidad como artista (Baltazar et al., 2016). Entonces, su trabajo consistía en el diseño de carteles, folletos y vidrieras para su principal cliente, el Secretariado Nacional de Informação (SIN). Gracias a este puesto, tuvo la oportunidad de hacer contactos y lograr un renombre sonado entre artistas coetáneos como Fred Kradolfer, Bernardo Marqués o Carlos Botelho; diseñadores influyentes de cuyos estilos se nutre para su propio trabajo (Rosado, 2015, p.226).

Son estas influencias las que le permiten publicar su primer diseño de portada en 1949, ilustrando el libro *Gente de Vieira* de António Vitorino, así como también su primer cartel en 1953 bajo el título *Visitez le Portugal*, con el que aspiraba a estimular el turismo en su tierra (Baltazar et al., 2016).

También en esta época, más concretamente en 1952, Rodrigues recibiría su primer reconocimiento formal: un diploma de honor por su participación en el *concurso de carteles de las Olimpiadas de Helsinki*. (Rosado, 2015, p.226)

Un momento fundamental en la vida del diseñador data de 1954. Rodrigues viajó a Brasil junto con Manuel Rodrigues y Vasco Lapa con motivo del *IV Centenário da Fundação da Cidade de São Paulo* y allí residió durante un año. Este viaje resultó ser una gran fuente de inspiración para el artista que pudo mamar de forma directa de la cultura de un país muy diferente al suyo. El ambiente relajado y la alegría de las calles, así como el acercamiento al diseño brasileiro, supuso para Rodrigues un gran desarrollo profesional y, sobre todo, personal. (Rosado, 2015, p.226)

A su vuelta, da inicio a un fuerte periodo de producción editorial, sobre todo en el diseño de portadas de libros. Comienza a colaborar con editoriales como *Ulisseia*, de Figueiredo Magalhães en 1955 o con *Publicações Europa-América*, de Lyon de Castro, un año después. (Rosado, 2015, p.227)

En 1956, realizó otro importante viaje a Roma, para montar la representación portuguesa en el *Congresso das Capitais*. Ese año, participa en la exposición “Artistas de Hoje” organizada por la SNBA y en la exposición del SIN “30 anos de Cultura Portuguesa”. Un año después, expone como pintor para la Fundación Calouste Gulbenkian en la “I Exposição de Artes Plásticas”. En 1958 viaja a Bruselas con motivo de la Exposición Universal de Bruselas, para el Pabellón portugués que había diseñado junto con Manuel Rodrigues. (Rosado, 2015, p.227/228)

El año que ponía fin a la década de los 50 fue decisivo para Sebastião Rodrigues. No solo era ya un hombre casado, pues había contraído matrimonio con la finlandesa Eila Maria Rautakorpi, sino que a nivel profesional, comenzó a colaborar con el Fundo de Fomento e Exportação y, aún más relevante, se dio inicio a uno de los proyectos culturales más importantes para el artista y para el diseño portugués (Rosado, 2015, p.228)

Estos primeros proyectos llegaron a captar la atención y el interés del escritor José Cardoso Pires (Baltazar et al., 2016), fundador en 1959 de la revista icónica *Almanaque*, y lograron que Sebastião Rodrigues colaborara como parte indispensable de esta aventura

gráfica, trabajando como responsable de diseño junto con otros artistas contemporáneos como João Abel Manta (Rosado, 2015, p.228). Los diseños que preparó para los 18 números de dicha revista, entre noviembre de 1959 y marzo de 1961, marcaron su carrera profesional y se establecieron como obra icónica del diseñador (Baltazar et al., 2016).

#### **4.2.2. Segunda etapa: reafirmación de maestría**

Desde principios de los 60, trabajó para editoriales como Verbo, Arcádia o en la editorial familiar de João Sá da Costa. Llevan su firma emblemáticas portadas de libros de la época como *Os Idilios Difíceis* de Italo Calvino (1962), *A Naussea* de Sartre, *1984* de George Orwell, *O mediterrâneo e o atlântico* de Orlando Ribeiro o *Ricos e pobres no Alentejo* de José Cutileiro (Baltazar et al., 2016).

Sebastião Rodrigues también mostró predilección por la estética del arte popular portugués. (Baltazar et al., 2016). Y aunque decía no gustar de los viajes, con fin de recopilar la raíz popular del material gráfico del país y el suficiente y profundo conocimiento de la cultura (victorcosta.pt), en 1960 recibió una bolsa concedida por la Fundación Calouste Gulbenkian para recorrer el norte del País en busca de dicho grafismo popular portugués (Baltazar et al. 2016).

De esta forma, el diseñador recopiló incontables objetos etnográficos, símbolos, iconos, formas... Era la materia prima de su obra, siendo ésta guardada en forma de esbozos, analizada, reconstruida o usada como fuente de inspiración. Muestra de ello son los símbolos visibles en sus trabajos, así como las tipografías utilizadas en los mismos, ambos nacen de formas propias de la tradición arquitectónica, de objetos típicos, inscripciones y otros elementos de origen portugués. Entre los centros de inspiración más recurridos por el autor se encontraban el museo de Arte Popular en Lisboa y el Museo Etnográfico Portugués de Leite de Vasconcellos, actualmente llamado Museo Nacional de Arqueología. (victorcosta.pt)

Con la Fundación CG, colabora por primera vez como diseñador en 1961, realizando el catálogo de la “II Exposição de Artes Plásticas”. El primer paso en una estrecha relación entre artista e institución que, junto con la que mantiene con la SIN, fue intensamente responsable de la popularidad de su carrera. (Rosado, 2015, p.229 y ss.)

Entre otras oportunidades también propicias para la difusión de su nombre, encontramos en 1962 la aparición de sus trabajos en la obra *Who's Who in Graphic Art* y en *Graphis Annual – International Yearbook of Advertising Art* y, en el mismo año, participa en la “II Bienal Gráfica de Tours”, en Francia. En 1965, Exhibió en la “Exposição de Março / Artes” y en la “Eurasian Graphics Exhibition” en Hawai.

En 1970 es protagonista del documental producido por RTP *Um Dia com Sebastião Rodrigues*. En 1974 realizó encargos para el Banco de Fomento Nacional y en el año 1976 se convirtió en miembro fundador de la APD, Associação Portuguesa de Designers (Rosado, 2015, p.232)

En 1980 gana el I Premio “Il Libro d’Oro en la ”Muestra di Edizione D’Arte per Italiani ed Europei”, en Milán. En 1986 participa en las conferencias de “Falandu do Oficio”. En 1988 asistió como invitado a la a Bienal de Vila Nova de Cerveira sobre diseño gráfico. Así mismo, en 1989, coincidiendo con los últimos proyectos realizados por el artista, se realizó una exposición en honor a su persona con obras desde 1953, Pues su producción se reduce a finales de los 80 debido al padecimiento de una enfermedad, causa de su fallecimiento en 1997. (Rosado, 2015, p.233 y ss.)

Ya en la década de los 90, recibe varios reconocimientos a su trabajo, como el “Award of Excellence” concedido por el International Council of Graphic Design Associations en 1993, “primera y única vez que dicho premio se le otorga a un portugués”. Además, en 1995 protagoniza una exposición en la Fundación Gulbenkian (Baltazar et al., 2016) y recibe la Medalla de “Grande Oficial de Ordem de Mérito” que le fue entregada por el Presidente de la República (Rosado, 2015, p.235).

## 5. Análisis de la estética de Sebastião Rodrigues

El siguiente apartado consiste en un análisis del estilo artístico característico de la obra de Sebastião Rodrigues.

Dada la extensión de su carrera profesional y ante la necesidad de acotar su trabajo, consideramos oportuna la selección de una muestra representativa. Por ello, abordaremos el estudio con apoyo de los carteles realizados por encargo de la Fundación Calouste Gulbenkian (FCG).

Éste ha sido realizado en base a la Tesis Doctoral de Elisabete Rosado Rolo (2015) *Olhar, Jogo, espírito de serviço. Sebastião Rodrigues e o design gráfico em Portugal*.

### 5.1. El cartel

Raúl Eguizabal define el cartel como “un anuncio de carácter oficial o privado, impreso sobre papel o tela que se fija o expone en un lugar público abierto o cerrado”, éste se diferencia de otro tipo de publicidad no por su mensaje sino en especial por las características de su soporte, ya que éste es “efímero, alterable con la luz, el calor y las inclemencias del tiempo: papel, cartón, tela o lienzo son los materiales habituales” (2002). El cartel tal y como lo conocemos hoy en día, data de 1870 de la mano de Jules Chéret quien incorporó las novedosas técnicas litográficas a la producción en serie de carteles. A él le siguieron artistas como Henri de Toulouse-Lautrec, figura de prestigio en la historia del cartel. Personajes como ellos fueron los responsables de la condición artística del cartel. A partir de entonces, los artistas encontraron en el cartel un método sencillo y directo de expresar sus ideas (Banicoat, 2000)

También en la obra de Rodrigues el cartel supone un elemento destacable, ya que es un soporte permisivo con la expresión individual del artista gráfico. En el conjunto de carteles que el diseñador realizó para la FCG, es evidente una división en la estética de los mismos. Sobre todo en sus primeras obras, se respira un carácter alegre y colorido a través de ilustraciones geométricas, en ocasiones abstractas, propias del diseñador; todo ello mediante un lenguaje que recuerda a aquel dirigido al público infantil. Una segunda etapa, coincidiendo en su mayoría con los últimos años de producción, muestra una cartelera más institucional, clásica y seria.

## 5.2. Tipografía

Nunca diseñó una fuente tipográfica propia(victorcosta.pt) . Sin embargo, su fascinación por la belleza de la tipografía clásica, así como la influencia dada por el colorido diseño de los carteles de tauromaquia, le llevaron a crear diseños en los que juega con la letra de forma innovadora ( Baltazar et al, 2016).

Tal era su predilección por el mundo tipográfico, que logró formarse en él de la mano de maestros tipográficos como João Gonçalves. Esto le lleva a la procura de diferentes fuentes y al logro de adaptar texto e imagen integrándolos como un todo y abandonando la condición de elementos independientes en la composición (victorcosta.pt).



Fig. 5.1

Si observamos el cartel que realizó con motivo del “I Festival Internacional de Música de Lisboa” (Fig. 5.1), en 1983, podremos observar el uso de una tipografía clásica. Sin embargo, si prestamos más atención en la inicial de la ciudad podremos ver que ésta varía del resto del conjunto, se trata de una letra *swash*, un estilo de tipografía basada en la “floritura” y el ornamento.

El mismo estilo se repite en las letras del cartel para la “Exposição Internacional de Guitarras” (Fig. 5.2), de 1983. En él, el diseñador usa la ornamentación en la fuente con fin de conseguir equilibrio en la composición a través de la geometría, el copy se transforma en ilustración.

Con la misma intención, diseña en 1985 las letras para el cartel de la “Exposição de Tapetes Orientais” (Fig. 5.3). En este caso, incorpora al texto líneas curvilíneas y espirales que remiten a la imagen del fondo, que a su vez está relacionada con la temática de la exposición: el tapete oriental. Las formas ornamentales, y aparentemente vegetales, del fondo se fusionan con las letras del título armoniosamente afirmando la fusión de los elementos como una única composición.

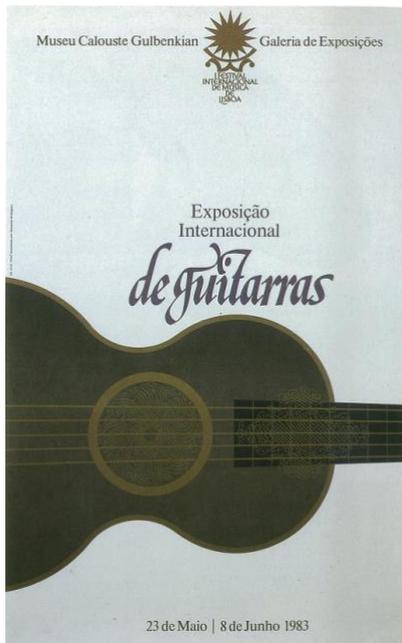


Fig. 5.2

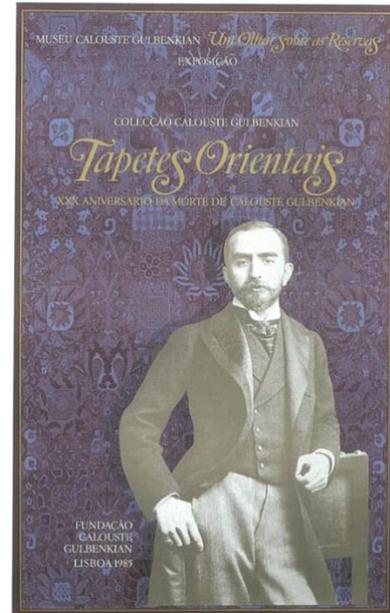


Fig. 5.3

Veremos que esta búsqueda de la geometría es una procura constante para Sebastião Rodrigues. Un ejemplo es el encargo que la FCG realizó en 1967 con objeto de presentar la compañía de teatro *Nô* (Fig. 5.4). Dicha compañía es de origen japonés y con ello juega el diseñador.

En la obra podemos divisar tres fuentes tipográficas distintas. La primera, en las palabras “Compañía de teatro”, en las cuales se nos muestra una tipografía clásica con una colocación más innovadora, en la que también cabe el uso de la geometría. La segunda, en las palabras “Umeuaka-Hasioka”, pintadas de rojo para destacar a pesar de su tamaño. Finalmente, la tercera fuente se encuentra en la “N”.

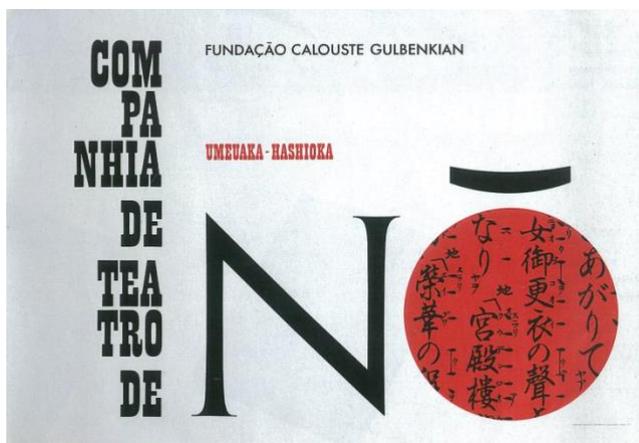


Fig. 5.4

Sin embargo, lo que de verdad llama la atención es el nombre del grupo. El diseñador convierte la O de “Nô” en la protagonista del cartel, la convierte en la ilustración, en la única imagen, propiamente dicha, de la gráfica. A partir de esta letra, crea una forma geométrica circular rellena de un color rojo que encierra caracteres en japonés. Caracteres en

un idioma que a su vez, desde la perspectiva occidental, no supone más que formas

geométricas dispuestas en un limpio orden basado en columnas. Así mismo, el acento circunflejo de la letra no podía ser menos y se torna también en un símbolo japonés que remite a una figura circular.

No es casualidad que el cartel muestre un gran círculo rojo sobre un rectángulo blanco, pues esa es precisamente la estética de la bandera del país asiático.

Igual que el cartel anterior utiliza elementos relacionados con la temática y la cultura del país de la compañía publicitada, encontramos un segundo ejemplo, también vinculado al mundo de la dramaturgia, en el cartel de 1968 para la visita de la compañía *Piraiikon Theatron* (Fig. 5.5).

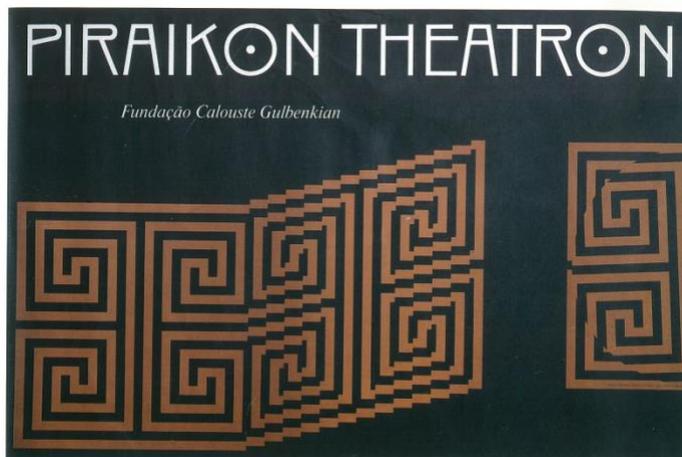


Fig. 5.5

Para esta compañía teatral griega, Rodrigues diseñó una tipografía la cual remite directamente a los templos de la Antigua Grecia. Este efecto es debido al uso de la geometría mediante líneas bruscamente rectas, sin serifa. Sin embargo, el diseñador hace resaltar algo de lo que carecen las letras griegas, las dos letras “o” tienen

un punto en el centro. La razón más plausible de ello la hayamos en la devoción de Sebastião Rodrigues hacia ciertos elementos, entre los que encontramos los ojos. Además, el hecho de ser dos letras acentúa esta idea.

Tanto en este último caso con las letras “o” del título, o en el anterior con también la “o” de “Nô”, el autor pretende convertir el texto en una ilustración, hacerlo portador de contenido artístico. Sin embargo, este no es el único contenido que Rodrigues busca para sus letras.

Como es inevitable y obvio, un texto abarca una semántica lingüística en su contenido. En la obra de Rodrigues, dicho significado pasa a un segundo plano, “el lettering asume la descripción mínima que permita comunicar o informar (Baltazar et al, 2016); y el valor

real, lo que hace extraordinario el arte de este diseñador, está en dotar también de dicho abordaje semántico a la tipografía, la estética de la letra (victorcosta.pt).

Para ejemplificarlo, prestemos atención al encargo para la “Exposição Pintura Portuguesa” (Fig. 5.6), el cual fue realizado en 1973 por la FCG conjuntamente con la Universidad de Salamanca y la Secretaria de Estado da Informação e Turismo. En él podemos ver una ilustración compuesta por texto e imagen, donde ambos comparten el mismo rol, el de ilustración. La palabra “Portugal”, a través de la T, se convierte en una figura, una rama a partir de la cual brotan dos grandes figuras geométricas, una hoja y un círculo.

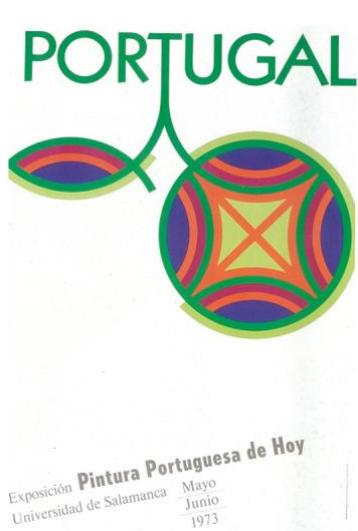


Fig. 5.6

Con este cartel podemos no solo ilustrar la concesión estética en la imagen, sino también la doble semántica. Por un lado, la palabra “Portugal” está sujeta a un significado, como país con todas las características que le definen. Por otro, el texto como ilustración, posee un significado que, en este caso coincide con el anterior, pues los símbolos elegidos por el autor son una representación del arte popular de la tradición portuguesa, pero con una geometría orientada a la modernidad.

También vemos texto en la parte inferior del cartel, con una tipografía básica y un color neutral que logran degradarlo al mismo a un segundo plano.

### 5.3. Color

Como ejemplo de los carteles ilustrados, prestamos atención a la serie de carteles que Rodrigues elabora con motivo del “18 de maio, dia internacional dos museus”. El primero data de 1978 (Fig. 5.7), siguiendo con el segundo en 1981 (Fig. 5.8), y remontándose el último a 1983 (Fig. 5.9).

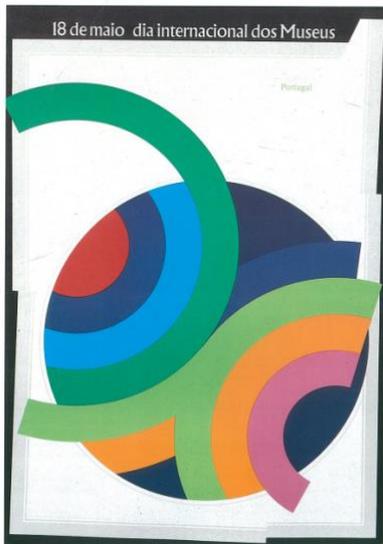


Fig. 5.7

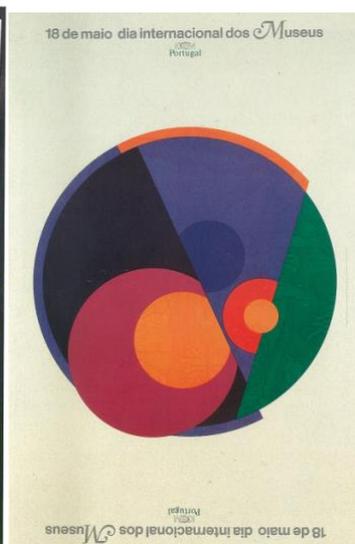


Fig. 5.8

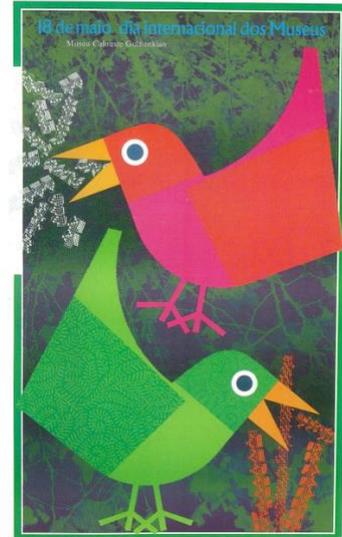


Fig. 5.9

En esta muestra podemos señalar el color como protagonista, junto con las formas geométricas y simplificadas que remiten al arte moderno internacional. Domina una gama de color viva en la que destaca la saturación. El diseñador mezcla tonos fríos y cálidos, tornando característico el uso de sorprendentes combinaciones con gran contraste de color, complementarias y a la vez, armoniosas. Este espectro dota a la imagen principalmente de alegría, adjetivo que determina la mayor característica del estilo de Sebastião Rodrigues.

Las obras que responden a un patrón más institucional, presentan una gama de tonos más reducida, en la que predominan los colores oscuros y neutros. La razón más lógica radica en la naturaleza de la composición, ya que la mayoría de estas gráficas parten del uso de la fotografía.

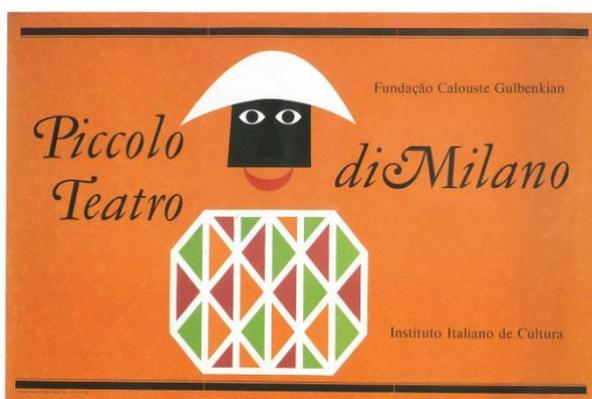


Fig. 5.10

Para reforzar esta diferenciación cromática, podemos confrontar dos carteles de la autoría de Rodrigues: en primer lugar, nos encontramos ante un cartel diseñado en 1967 con fin de publicitar la compañía teatral *Piccolo Teatro di Milano* (Fig. 5.10). En él vemos un arlequín que representa la tradición popular del teatro italiano.

Dicho personaje está compuesto por 5 colores, los mismos que conciben la composición en su total: negro, blanco, rosa, verde y dos tonos de naranja. Se trata de nuevo de un conjunto de colores vivos, organizados en contrastes complementarios y armoniosos.

En contraposición, fijémonos en la obra de 1968 encargada para publicitar el “XII Festival Gulbenkian de Música” (Fig. 5.11). Se nos muestra un fondo neutral blanco y sobre él, una fotografía recortada siguiendo el contorno del instrumento captado. De esta forma, conseguía pinceladas de detallismo en la imagen sin renunciar a la simplicidad y manteniendo su gusto por lo geométrico. Encontramos dos colores, a exclusión del blanco, marrón y dorado. El primero otorga a la obra seriedad y el segundo concede una atmósfera de elegancia y lujo.



Fig. 5. 11

En contraposición, fijémonos en la ya mencionada obra realizada para la exposición de “Tapetes Orientais” (Fig. 5.3). En el fondo nos muestra un color frío y oscuro que representa el estampado de una de las piezas de la exposición. Sobre éste, encontramos una fotografía en blanco y negro, colores neutros. Respecto a la tipografía, el texto fue diseñado en blanco y dorado, un color acorde con la temática. En general, se nos muestra un cartel con una apariencia institucional, clásica y seria.

Finalmente, retomamos el cartel de la “Exposição Internacional de Guitarras” (Fig. 5.2), obra realizada a partir de una ilustración propia del diseñador, pero con una estética propia del collage fotográfico. El fondo nos presenta un color neutral, el blanco. Sobre éste, encontramos la imagen de una guitarra, protagonista de la exposición. En la composición podemos observar tres colores: dorado y dos tonos marrones. De nuevo, a pesar de tratarse de una imagen ilustrada, encontramos una apariencia mayormente clásica.

## 5.4. Técnicas

Como ya se pudo intuir, el cartel de la exposición de “Tapetes Orientais” (Fig. 5.3) evidencia el uso de una conocida técnica propia del Arte Moderno: el collage. En esta pieza en concreto, diferenciamos un fondo, como ya se mencionó, imitado de un tapete real, sobre el que descansa una fotografía del coleccionador y magnate Calouste Gulbenkian.

Así mismo, también podemos considerar el cartel del “XII Festival Gulbenkian de Música” (Fig. 5.11) como un collage, ya que, aunque se trate de una fotografía aislada, se nos muestra la figura recortada sobre un fondo blanco. Además, el título de la exposición aparece sobrepuesto al cuerpo del instrumento y coincidiendo con los huecos del interior de éste, lo que acentúa la sensación de collage.

En el cartel para la exposición “A Arte de Ontem, Hoje” (Fig. 5.12) apreciamos



Fig. 5.12

nuevamente un collage. Esta vez se enlazan tres imágenes diferentes. En primer lugar, ocupando casi el total de la composición, vemos un grabado antiguo que parece representar el museo personal de dos personajes aristócratas. En la esquina superior derecha, observamos otras dos imágenes: la fotografía de una caja de cerillas la cual contiene una obra de arte en miniatura y un grabado de un ojo rodeado de escritos.

Igual que en el caso previo, también en este evidenciamos la imagen de sobriedad que lo hace parecer menos interesante estéticamente que anteriores piezas.

Por otro lado, en los carteles realizados a partir de ilustraciones propias, destaca el uso de texturas. Así, encontramos texturas en carteles ya mencionados como en el fondo naranja de *Piccolo Teatro di Milano* (Fig. 5.10).

El uso de la textura tendía a darse en el interior de figuras geométricas, reduciendo la sencillez de las mismas y colaborando en su originalidad. Se trata de una técnica visible, por ejemplo, en algunos de los círculos del cartel del “18 de maio, dia internacional dos

Museus” del año 1978 (Fig. 5.7), en los que vislumbramos una sutil textura de croché en un tono más oscuro al de la propia figura.

Este efecto se repite en el cartel de la misma exposición cinco años después, donde podemos notar una textura de motivos florales tanto en las cabezas como en las alas de los pájaros para destacar ambas zonas. Finalmente, el fondo se nos muestra con una textura abstracta, posiblemente simulando un escenario vegetal, en la que juega con el verde y el negro.

## 5.5. Composición

En las obras de Sebastião Rodrigues, en especial aquellas basadas en ilustraciones propias, destaca la búsqueda de la simetría de los elementos; elementos simplificados al máximo y basados en formas geométricas con limpios y perfectos trazados.

Un elemento muy característico de la estructura de su cartelería lo podemos hallar en el cartel de la “Exposição Internacional de Guitarras” (Fig. 5.13).

En él observamos una simetría vertical donde, originado por la colocación del logotipo en la parte superior, se alinean con éste el título de la exposición y el eje central de círculo derecho que forma parte de la guitarra. Sin embargo, esta alineación causa una falsa sensación de simetría, ya que, en realidad, la composición se encuentra ligeramente posicionada a la derecha.

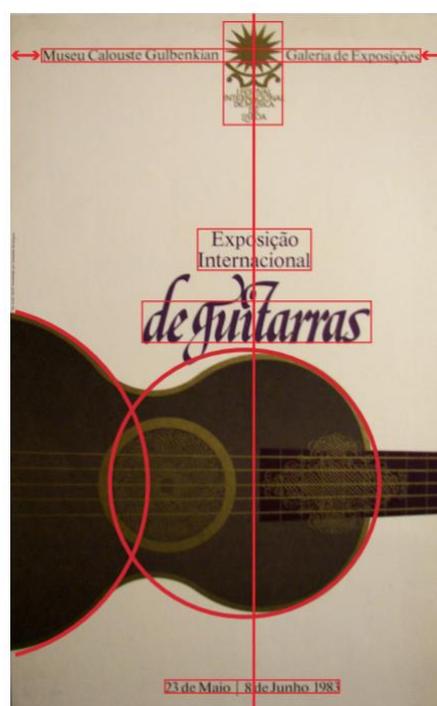


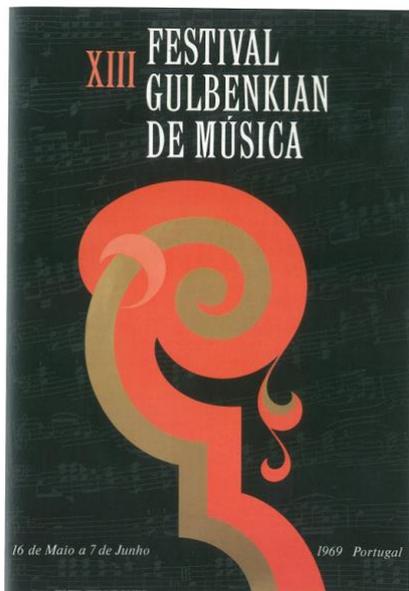
Fig. 5.13

El mismo efecto se manifiesta en el cartel *Piccolo Teatro di Milano* (Fig. 5.10) datado de 1967 y en el diseñado para la exposición “Pintura Portuguesa de Hoy” (Fig. 5.6). En ambos observamos un elemento que marca un eje de simetría vertical, ya sea el arlequín en el primero, o la rama que brota de la letra “T” en el segundo, el cual se desvía ligeramente del centro del campo visual hacia la izquierda. Al eje visual se somete el resto de la composición y confiere un equilibrio más original que la clásica estructura centrada. Otros carteles, como los realizados para el acto “18 de maio, dia internacional dos Museus” presentan una estructura clásica donde el eje de la ilustración corresponde al eje

de simetría del cartel. Sin embargo, Rodrigues confiere una característica inesperada al cartel que corresponde a la edición de 1981 (Fig. 5.8). El título de la exposición permanece centrado en la parte superior de la obra, pero también en la inferior, donde lo vemos girado 180 grados. De esta forma, el diseñador creó un innovador cartel cuya elección de posición es responsabilidad de quien lo fija; pues puede ser colocado en dos posiciones diferentes. En ambas direcciones se percibe el mensaje y la ilustración, que al ser abstracta, no varía de significado.

Dentro de la composición, cabe hacer una breve alusión al tema del volumen. El estilo de Sebastião Rodrigues no debe su fama a la búsqueda de este elemento visual. De hecho, este es prácticamente nulo dada la insistencia en la procura de simplicidad extrema. Sus obras se basan en figuras planas con total ausencia de perspectiva, ya que tiende a existir un único plano.

Sin embargo, podemos vislumbrar pequeños amagos de tridimensionalidad. Por ejemplo, en el ya mencionado collage dedicado a los “tapetes orientais” (Fig. 5.3) de 1985, junto a la fotografía del serbio intuimos una silueta casi transparente de la misma. Su objetivo radica en dotar de una sombra al personaje, logrando una cierta división entre el plano dónde éste se encuentra y el plano del tapete, es decir, el fondo. Este rasgo hace evidente la forma en la que la estética del artista muda, como ya adelantamos, en sus últimos proyectos.



En ocasiones, Sebastião Rodrigues buscaba sensación de volumen con el uso del color. La siguiente imagen pertenece al cartel del “XIII Festival Gulbenkian de Música” (Fig. 5.14), de 1969. En él, nos topamos con un elemento geométrico, una gruesa línea, que imita el contorno de un instrumento de cuerda, como podría ser el violín. Para dotarlo de volumen, junto dicha línea, coloca otra de distinto grosor y color, simulando el lateral de la anterior, la profundidad del instrumento.

Fig. 5.14

## 6. Conclusiones

Los artistas de principios de siglo XX viajan a Europa y a los EEUU para conocer otras culturas. Ellos serán los introductores de las nuevas estéticas extranjeras.

Las señales de modernidad se manifiestan sobre todo en el diseño gráfico y más concretamente en la caricatura. Los humoristas marcaron la “transición del gusto”, y con la generación del “Orpheum” el modernismo, es decir, las vanguardias, llegan oficialmente a Portugal.

Los primeros artistas modernistas -arquitectos y pintores- en la década de los años 20, pudieron subsistir gracias a la realización de portadas e ilustraciones para revistas, publicaciones periódicas, libros...

A partir de la década de los años 30, los artistas que se dedicaban a las artes gráficas, extienden su trabajo a la publicidad al servicio del Estado Novo. La realización de carteles propagandísticos y la decoración de los pabellones para las diversas exposiciones en las que participó Portugal, centra el trabajo de la segunda generación de modernistas.

También este grupo de artistas, a mediados del siglo XX será el responsable del desarrollo del arte al servicio de la industria, evolucionando de “artistas decoradores” a diseñadores. Entre todo ellos, destaca la figura de Sebastião Rodrigues, un auténtico visionario, sin formación específica en diseño pero que supo suplir la falta de formación académica con una dedicación exhaustiva, rigurosa y minuciosa del proceso creativo de cada una de sus obras.

Sus colaboraciones para la FCG y su trabajo como diseñador gráfico en la revista Almanaque y en varios “ateliers”, lo elevan a la categoría de “padre del diseño portugués”.

El estilo de Rodrigues se puede definir como ecléctico. Sin embargo, podemos destacar características comunes atendiendo a la división establecida entre sus obras más alegres basadas en sus propias ilustraciones y las más institucionales creadas a partir de fotografías. En ambos casos, destaca la búsqueda de la geometría y la simetría (no siempre central) y el brillante cuidado y uso de la tipografía. Sin embargo, si algo sobresale en cada uno de los diseños del artista, es la claridad y limpieza del mensaje para lograr una comunicación lo más sencilla posible.

Desde mi visión personal, he topado con un maestro del diseño gráfico, alguien apasionado por su profesión y por cada detalle que ésta engloba. Una persona y un artista que debe casi tanto al diseño, como lo que el diseño de Portugal le debe a él.

Ahora recuerdo el libro en el que se me presentaba este nombre y entiendo por qué lo acaparé, por qué ojeé cada una de las páginas, por qué aquel día fue el más interesante de la asignatura de “Graphic Design” y por qué este personaje es considerado “el hijo de Lisboa y el padre del diseño portugués”.

## 7. Bibliografía

- Baltazar, M. J., Bártolo, J. y Rosa, V. (2016) *Designers portugueses. Sebastião Rodrigues. Coleção Designers portugueses. Cardume Editores.*
- Barnicoat, John (2000). *Los carteles: su Historia y su lenguaje.* Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Bártolo, J., Ceia, A.J. y Rosa, V. (2016) *Designers portugueses. José Brandão. Coleção Designers portugueses. Cardume Editores.*
- Calouste Gulbenkian Foundation, (1995). *Sebastião Rodrigues: designer.* [Org.] Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.
- Calouste Gulbenkian Foundation, (1999) *Calouste Sarkis Gulbenkian: o homem e a sua obra, 1869-1999.* Lisboa.
- Calouste Gulbenkian Foundation, (2003). *Museo Calouste Gulbenkian.* Lisboa.
- Calouste Gulbenkian Fundação, (2004 a). *Guia do museu Calouste Gulbenkian.* Lisboa.
- Calouste Gulbenkian Fundação, (2004 b). *365 obras de arte: museu Calouste Gulbenkian.* Lisboa.

## 8. Recursos electrónicos

- Almeida, V. (2011). *O design em Portugal, um tempo e um modo: a institucionalização do design português entre 1959-1974* (Tese de doutoramento em Belas-Artes) Lisboa: FBAUL. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10451/2485>
- Bartolo, J (2013). *A liberdade está a passar por aqui: o design português nos anos 1970*. In Reactor Blogue. Recuperado de <https://reactorblogue.wordpress.com/.../a-liberdade-esta-a-passar->
- Coleção Design Português. ( PDF presentación de la colección). Recuperado de <http://www.esad.pt/documents/134/editorial-design-portugues.pdf>
- Eguizábal, Raúl (2002). *Memoria de la seducción: carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*. [Exposición: Biblioteca Nacional]. Recuperado de <http://www.bne.es/es/LaBNE/Publicaciones/CatalogosExposiciones/memoria-de-la-seducion.html>
- <http://apdesigners.org.pt>
- <http://tipografos.net/portugal>
- <http://www.and.org.pt/sobre>
- <http://www.victorcosta.pt/pt/blog/post-002.html>
- [https://issuu.com/acbandrade/docs/odii\\_cadernoproj\\_sebrodr](https://issuu.com/acbandrade/docs/odii_cadernoproj_sebrodr)
- <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm#inbox/1633308e14329a69?projector=1&messagePartId=0.4>
- [https://www.infopedia.pt/\\$sebastiao-rodriques](https://www.infopedia.pt/$sebastiao-rodriques)
- <https://www.publico.pt/2008/10/25/jornal/jose-cardoso-pires-281269>
- Quintela, P. (2013). *Processos de “patrimonialização” do design em Portugal, algumas reflexões*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Pedro\\_Quintela/publication/303420870\\_Processos\\_de\\_patrimonializacao\\_do\\_design\\_em\\_Portugal\\_algumas\\_reflexoes/links/5742ce2608aea45ee84a6e60/Processos-de-patrimonializacao-do-design-em-Portugal-algumas-reflexoes.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pedro_Quintela/publication/303420870_Processos_de_patrimonializacao_do_design_em_Portugal_algumas_reflexoes/links/5742ce2608aea45ee84a6e60/Processos-de-patrimonializacao-do-design-em-Portugal-algumas-reflexoes.pdf)
- Rosado Rolo, E. (2015). *Olhar, jogo, espírito de serviço. Sebastião Rodrigues e o design gráfico em Portugal (Teses doutoramento em Design)*. Lisboa: FAUL. Recuperado de <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/9625>

- *Teixeira Manaças, V.M. (2005). Percursos do design em Portugal (tesis doctoral). Edita Universidad de Lisboa. Recuperado de [http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/27715/2/ULFBA\\_TES175\\_1.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/27715/2/ULFBA_TES175_1.pdf)*
- *Trinidad Muñoz, A (2003). Introducción al modernismo pictórico portugués (tesis doctoral). Edita Universidad de Extremadura. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/265.pdf>*