



Pontificia
Università
della
**SANTA
CROCE**

IV Congreso Internacional de Cultura Visual.
Roma, Pontificia Università della Santa Croce.
28 y 29 de mayo de 2018.

SPAIN IS DIFFERENT. DISEÑOS EN FEMENINO ENTRE DOS SIGLOS

Sonia Ríos Moyano.

Universidad de Málaga (España)

Palabras clave: *Diseño; Diseño industrial; Racionalismo; Artes Decorativas; Objeto de consumo; Identidad de marca*

La propuesta que se presenta en estas páginas tiene el objetivo de establecer una historia que priorice el diseño español hecho por mujeres. Principalmente nos centraremos en la historia del diseño industrial, pero no es menos relevante la incursión de la mujer, con entidad y nombre propio en otras facetas creativas vinculadas al mundo del diseño en sus múltiples especialidades.

Todo país y sociedad se apoya en su pasado para conocer el devenir histórico de su cultura, de sus manifestaciones y de aquello que ha ido configurando los objetos cotidianos; moda, complementos y demás representaciones, creadas para ser usadas y consumidas en el transcurrir de los años. En ellos podemos leer, gracias a sus formas e imágenes, toda una serie de innovaciones, influencias, gustos y modas que han quedado plasmadas en la gran producción de material; bien sea industrial, gráfico o de moda durante todo el siglo XX. Podríamos preguntarnos si en ellos hay rasgos propios y originales que nos puedan hacer pensar si los diseños españoles producidos por féminas, sobre todo a partir de los años del advenimiento de la democracia en España, tienen una serie de connotaciones específicas entre ellos. Aquí es donde arranca la propuesta, en encontrar esos nexos de unión, buscar una identidad nacional que visibilice esa posible diferencia con el resto de los objetos producidos en otros países, como también con los objetos producidos por mujeres más allá de nuestras fronteras.

Atender a un estudio más pormenorizado de análisis de datos estadísticos a nivel nacional excede de esta aproximación dentro del tiempo dado a una comunicación, por tanto, nuestro objetivo fundamental, se centra en un acercamiento a lo que posteriormente servirá para basar otras líneas de trabajo ya iniciadas por quien suscribe este texto. Esta comunicación sirve para mostrar y visibilizar de forma conjunta, a las diseñadoras y los hitos de ese diseño hecho por mujeres desde las décadas finales del siglo XX hasta los albores del XXI, dejando para otras investigaciones un trabajo más exhaustivo de identidad personal, local y nacional en la que se insertan, además de la imagen que crearon *ex novo* y la que exportan.

Los numerosos estudios realizados durante las últimas décadas del siglo XX han venido explicando e historiando el panorama creativo e industrial de nuestro país en las disciplinas

de diseño a las que aludimos en este texto, de lo que afirmamos, que gracias al trabajo de notables diseñadores, historiadores y críticos podemos decir que se ha puesto al día, y en valor, la historiografía de la disciplina, siendo numerosas las exposiciones, asociaciones, congresos, museos y publicaciones que tratan sobre los diversos temas objeto de estudio, destacando entre la múltiple bibliografía autores como Anna Calvera, Guy Julier, Isabel Campi, Rosalía Torrent, Juli Capella o Quim Larrea entre otros. Referencias a exposiciones que se iniciaron en la década de los ochenta, como *Diseño-Di\$eño. Una realidad social y una necesidad de la empresa* (1982), *Design in Catalonia* (1988), hasta llegar a las dos celebradas en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, *Diseño industrial en España. Un siglo de creación* (1998) o *Signos del siglo: 100 años de Diseño Gráfico en España* (2000), que fueron el colofón a un siglo de creación e investigaciones además de ser el germen del Museu del Disseny de Barcelona. Además, en el tema específico de las féminas, destacamos las exposiciones *Woman Made* (Baleares, 1999) o *¡Mujeres al proyecto!* (Gran Canarias, 2007) y los textos de Anna Calvera, Raquel Pelta o Isabel Campi entre otros.

Teniendo en cuenta estos estudios precedentes, y tomándolos como estado de la cuestión inicial, iremos hacia enfoques más globalizadores que nos permitan hacer aproximaciones más concretas que potencien el valor del diseño como un elemento identitario, no sólo de lo personal, sino también de lo nacional, y en última instancia, de lo español. Apuntaremos, no sólo a aspectos sociológicos, estéticos o históricos, ni al objeto en sí considerando en exclusiva el contexto histórico y social donde se inserta, sino analizándolo como elemento único para alcanzar la proyección de venta deseada por la empresa, -a la que pertenece el objeto y donde se integra-, tal como producto que debe posicionarse en un mercado y debe jugar con las mismas reglas de juego que el resto de objetos de la competencia.

SPAIN IS DIFFERENT?

Puesto que ya ha transcurrido un tiempo prudencial, teniendo la suficiente distancia con el fin de siglo XX como para analizar las posibles conexiones entre los creativos más notables, -bien entre ellos o con la tradición-, bien con las raíces culturales y populares del país, pretendemos dilucidar si lo que conceptualmente se define como “lo español” dentro de los estudios sobre “identidad nacional” en el ámbito concreto del diseño, lo cual goza de cierta entidad como para reflejarse de modo evidente en distintos autores y épocas, y también de forma más notoria a partir de la década de los años ochenta del siglo XX.

Podemos afirmar que en cada una de las manifestaciones que destacamos en la comunicación, nunca hubo una intención por crear una unidad o identidad nacional. Nuestros creativos encontraron su estilo, su personalidad, dejándose influenciar, más o menos, por las modas y los estilos internacionales, creativos al servicio del comercio, de la política y de los gustos imperantes, y en definitiva, por todos esos factores sociológicos que configuran lo que pretende sea la identidad nacional surgida de aspiraciones, deseos e intereses. Sí es cierto que los distintos diseñadores, crearon inspirándose en la tradición o en los signos más característicos del país, aquéllos que según el periodo histórico al que hagamos referencia, bien por cuestiones políticas o culturales, se afanaban por ensalzar como genuino español. En esta tesitura, es donde podíamos hacer una somera distinción inicial, es decir, destacar aquéllos artistas y creadores que se inspiraban en “lo español”, bien en nuestros rasgos de estilo o en nuestro folclore, para asumir rasgos identitarios por encima de otros exportados. Si es cierto, que no hubo una intención de crear una imagen global o nacional, puesto que sería erróneo emplear términos y conceptos que sociológicamente nacen a posteriori, pero a pesar de ello, el diseño español se ha ido gestando progresivamente a lo largo del siglo XX, confiriendo a las creaciones algunos rasgos comunes que nos identifican exteriormente como país. No será hasta la década de

los cincuenta cuando se produzca un leve resurgimiento de las artes plásticas nacionales, se homogenicen las poéticas del informalismo y los nuevos realismos, además de ser la década del inicio del resurgir del diseño.

LO ESPAÑOL A PARTIR DE LOS AÑOS CINCUENTA

El diseño español tiene unas particularidades propias, nacionales, -al igual que el resto de países-, que podemos encontrar si miramos de forma conjunta el diseño del siglo XX. Si nos preguntamos cuál es el diseño español más popular de la década de los cincuenta, dentro y fuera de España, seguramente elegiríamos el *Toro de Osborne* diseñado por Manolo Prieto en 1955, pero fuera de ahí, rápidamente, nuestro pensamiento fluye en busca de esas señas de identidad españolas en el ámbito concreto del diseño, alejado del folklore y los tipismos que son característicos de nuestro país (y que el *merchandising* y la sociedad de consumo ha hecho lo propio en todas las ciudades y países), esos objetos *kitsch* (lo cursi español), objetos de recuerdo que rodean los edificios más emblemáticos y los cascos históricos, rutas habituales de turistas ávidos por encontrar el objeto de recuerdo más asequible o estéticamente más agradable para llevarse un trocito de esa emoción despertada por nuestro patrimonio, mezclado con un resquicio fetichista de posesión de algo del lugar que suele manifestarse en todos los visitantes y turistas.

Durante las décadas sesenta y setenta, la sociedad española pasa por una de las etapas más complejas de su historia contemporánea reciente, pero sin embargo, coincide con los años de formación de las primeras mujeres diseñadoras que comenzaran a mostrar su trabajo a partir de la década de los años ochenta, como ocurre con la diseñadora Pati Nuñez por citar un ejemplo paradigmático del diseño español hecho por mujeres. Coincidirá con la década en la que el diseño español arranque con fuerza dentro del ADI-FAD (Asociación de Diseño Industrial dentro del Fomento de las Artes Decorativas), mientras que la visibilización internacional llegará a partir de la década de los años ochenta. De estos años destacamos a diseñadores como Rafael Marquina, creador de la Aceitera Antigoteo, André Ricard, el autodidacta que introdujo en España la corriente racional funcionalista que imperaba en una parte importante del diseño internacional. Hasta aquí el resurgir fue lento y discreto, siguiendo los diferentes estilos estéticos internacionales, no obstante, como diría Juli Capella, en el diseño español hay guiños a la tradición y al folclore que hace que nuestro diseño pueda inscribirse en dos ámbitos. Definen el diseño español “como una mezcla disparatada de ingenio, locura, sentido común, pero, sobre todo, talento y pasión, empleando escasamente el uso de la tecnología” (Capella, 2010; 19). Este hecho es constatable a partir de los años ochenta, cuando el diseño español llama la atención en el resto del mundo y el “boom del diseño español” como lo han llamado nuestro historiógrafos, hace que nuestros diseñadores, comiencen a adquirir fama y prestigio internacional, configurando un panorama que década a década va ganando en profesionalidad, autoestima y diversidad, ya no sólo por la múltiple herencia artesanal e industrial que tiene el país, sino también porque se ha ido conformando algunas señas de identidad del diseño español en general, además de ganar protagonismo el diseño realizado por mujeres diseñadoras que han tenido que luchar contra roles y estereotipos masculinos para hacerse un hueco en un mundo eminentemente masculino desde sus orígenes.

LAS PIONERAS. DEL BOOM DEL DISEÑO EN TIEMPO DE LA JOVEN DEMOCRACIA A LA POSMODERNIDAD

Entre los objetivos marcados, hablamos de la necesidad de esa identificación del diseño hecho por mujeres. Si bien es cierto que ya Raquel Pelta apuntó la necesidad de historiar el diseño gráfico realizado por mujeres “La gráfica del feminismo en España. 1970-2010” (2011); Isabel Campi lo trabajó en *¿El sexo determina la historia?* (2010); o Anna Calvera en *Historia e historias del diseño* (2012); Isabel Campi en “La historia las teorías historiográficas del diseño” (2013); Paula Ramírez en *Mujeres diseñadoras en torno a los años 80 en España* (Tesina inédita, 2011), “Las pioneras del diseño industrial en España” (2014); Isabel del Río en “La historiografía del diseño industrial español. Una primera aproximación” (2016). En estos textos se habla tanto del diseño periférico, diseño feminista y diseño hecho por mujeres. Como vemos con estos ejemplos, ha desde principios de la década, y siguiendo corrientes internacionales, se vio la necesidad de comenzar a entretejer esa historia realizada por mujeres para construir nuestra historia en clave de género.

Paula Ramírez, estableció una aproximación al estudio sobre las pioneras del diseño español, en el que señalaba la relevancia de la incorporación de la mujer al mundo del diseño de producto, una disciplina marcada por la presencia de lo masculino, pero que gracias a la evolución educativa y pedagógica acontecida en España en torno a 1980, supuso que la mujer se incorporase a la educación superior y a las enseñanzas artísticas y técnicas con las mismas posibilidades que los hombres. Como era de esperar las pioneras del diseño español tuvieron que enfrentarse a los mismo problemas y vicisitudes que algunas investigadoras han reseñado al referirse a las artistas que han eclosionado con el auge de los estudios de género, donde hemos asistido a las revisiones en términos *feministas* y *femeninos* de múltiples disciplinas, entre ellas la Historia del Arte, y de otros estudios que son de nuestro interés como el diseño en sus múltiples facetas.¹ Un ejemplo interesante es la obra de Germain Greer. Allí se condensa de forma muy clara y sintética lo que se denominan *the obstacles*²: aquellos obstáculos que la mujer tenía que superar, que no eran otra cosa que una enumeración y explicación de los impedimentos sociales más importantes a los que debía enfrentarse la mujer artista: la familia, el amor, la ilusión por el éxito, la humillación, etc. A pesar de ello, el trabajo de Germain Greer, y otros anteriores como el de Linda Nochlin³ sirvieron para evidenciar esos primeros catálogos y listados de mujeres artistas que habían logrado hacerse un hueco en un mundo de hombres. En esos estudios inaugurales, se nos mostraban breves biografías y una somera relación de los trabajos más destacados.

Mientras que en Europa, en el mundo del diseño, nombres como Ray Kaiser, Anna Castelli Ferrieri o Nathalie du Pasquier han superado fronteras y trabajan codo con codo con los más notables diseñadores, en nuestro país, mujeres pioneras como Carmen Rubio, Anna

¹ Para conocer más sobre el tema, véanse los estudios específicos sobre mujeres pintoras en la Historia del Arte en: L. Nochlin, H. Ann Sutherland, *Femmes peintres: 1550-1950*, Paris, 1976; C. Nicoïdski, *Une histoire des femmes peintres*, Paris, 1994; G. Greer, *The obstacle Race. The fortunes of Women Painters and their Work*, New York, [1979], 2001, traducido al español como G. Greer, *La carrera de obstáculos, Vida y obra de las pintoras antes de 1950*, Editorial Bercimuel, Madrid, 2005; R. Chávarri, R. Martínez de Lahidalga, C. de la Gandara, *Mujeres en el Arte Español. (1900-1984)*, Centro Cultural del Conde Duque, Madrid, 1984, etc. Y de forma más específica, los trabajos que se enumeran a continuación para conocer algunos estudios más detallados sobre las mujeres artistas y diseñadoras: P. McCracken, *Women artists and designers in Europe since 1800: an annotated bibliography*, New York, 1998; L. McQuiston, *Women in design; a contemporary view*, Londres, 1988; S. Wortmann Weltge, *Women's work: textile art from the Bauhaus*, San Francisco, Chronicle Books, 1993; P. Kirkham, *Women designers in the USA, 1900-2000: diversity and difference*, New York, Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, New Haven, Yale University Press, 2000; N. Livi Bacci, A. Luppi, M. Mazzei, *Il design delle donne*, Milán, Mondadori, 1991.

² G. Greer, *The obstacle Race. Op cit.*, pp 12-150.

³ L. Nochlin, H. Ann Sutherland, *Femmes peintres, Op cit.*

Bujons o Margot Viarnés ya se han especializado en España, en las escuelas específicas que dan cabida a la mujer. Sobre decir que será el eje compuesto por las comunidades catalanas y valenciana, las que vayan a la vanguardia en la introducción y desarrollo del diseño, donde destacan escuelas como la Elisava o la EINA en Barcelona o la Escuela experimental de Diseño de Madrid donde estudió Carmen Amez. También llegaron las diseñadoras formadas en el extranjero, como Nancy Robbins o Marre Moerel. Algunas crearon estudio propio, otras no firman sus trabajos, y otras trabajan en parejas o en equipo, como Mariví Calvo, Gemma Bernal, Lola Castelló, Marisa Gallén y Sandra Figuerola. (Ramírez, 2014, 12)

Hablaremos de estas dos últimas, puesto que fueron las primeras que consiguieron adentrarse con nombre propio en el diseño español en la década de los ochenta, considerando todo un clásico la colección de hinchables realizados para la empresa Torrente Industriales (TOI) en 1985, toda una actualización de los hinchables que iban desde la tradicional colchoneta a un huevo frito o los conocidos labios de color rojo. Será en la década de los noventa y a partir de ahí hasta la actualidad, cuando el trabajo de las diseñadoras españolas goce de gran desarrollo, impacto y prestigio, tanto nacional como internacional. Son muchos los nombres que se dan a conocer poco a poco y que abarcan todos los ámbitos del diseño, desde Pati Núñez en gráfico, Nani Marquina, Patricia Urquiola o Sandra Figuerola en industrial son un referente en el diseño internacional, pero además, también destacamos la revolucionaria Agatha Ruiz de la Prada, quien mostró su estilo en todos los ámbitos del diseño industrial, diseño divertidos, alegres, coloristas y en muchos casos muy asequibles que han hecho de sus diseños un referente estilístico para toda una generación.

Como conclusión, diremos que el panorama del diseño español es muy amplio y dilatado en estas últimas casi cuatro décadas. Si bien es cierto que actualmente nuestras diseñadoras gozan de prestigio y reconocimiento, tanto nacional como internacional, la distancia histórica nos permitirá establecer más nexos de unión y definiciones de estilos nacionales. La generación formada en los setenta y en activo a partir de los setenta y ochenta es mínima si la comparamos con las mujeres que van a trabajar en décadas posteriores, y su estilo enlaza con las múltiples poéticas del diseño internacional. A partir de las décadas de los ochenta y noventa, coincidiendo con la época de democratización de la formación en diseño, cuando las mujeres comenzaron a acceder en igualdad de condiciones a las escuelas de diseño, se va a producir toda una nueva generación que cuyos diseños se van a caracterizar por seguir las investigaciones en innovación y materiales, intentando encontrar señas de identidad propias, bien por inspiración de formas naturales de nuestro entorno (guijarros de la playa inspiradores en el diseño de Mariví Calvo); por materiales artesanales o tradiciones locales (cerámica en Patricia Varea), por uso de materiales nuevos (asta de toro en los diseños de Carla Núñez de la Torre); recuerdo a estilos artísticos (objetos que recuerda la escultura cubista en los diseños de Teresa Sapey) o la casquería como fuente de inspiración en los diseños de Marre Moerel.