



Presentación

Raúl Eguizábal¹

Un centenario es una buena oportunidad para revisar y poner al día una obra, un pensamiento o, como en este caso, la actividad no de una persona sino de toda una escuela. Y cuando decimos aquí “escuela” no estamos hablando en un sentido generacional, en el que un colectivo de personas desarrolla una actividad más o menos simultáneamente, y siguiendo, también más o menos, unos mismos principios teóricos o estéticos; sino en el sentido más clásico de “centro de enseñanza” que reúne a un conjunto de individuos dispuestos a aprender y a enseñar, pero que además, desde luego, comparten no solo unos saberes sino, además, unos objetivos.

Quizá algún lector poco avisado piense que puede resultar un poco excesivo que una publicación dedicada a la publicidad celebre tan ampliamente el centenario de la Bauhaus. Bastará recordar que la Bauhaus, fue uno de los primeros centros desde donde se impartió la materia de Publicidad. A partir de 1925, con el traslado del centro a Dessau, Herbert Bayer, antiguo alumno de la Escuela, pasó a ejercer como profesor de publicidad. Pero incluso, si no como materia autónoma, la publicidad en la Bauhaus había tenido otro maestro anterior en Moholy-Nagy que propuso la “tipofotografía” con el fin de asegurar una comunicación más eficaz, más bella y más económica; y realizó una serie de bocetos de anuncios mediante fotomontaje. Es verdad que Moholy-Nagy fue profesor del taller de metal y materiales sintéticos, pero también fue el introductor de la fotografía y del diseño publicitario en la Bauhaus.

Además del carácter pionero de los maestros de la Bauhaus, hay que hablar de la enorme influencia que tuvieron sus atrevidas ideas teóricas y sus vanguardistas diseños en el desarrollo de la plástica gráfica y el diseño publicitario. En 1933, la Bauhaus fue cerrada por los nazis, y ese hecho, que pretendía acabar con sus ideas estéticamente revolucionarias, para implantar una estética retrógrada, anclada en una especie de neoclasicismo monumental para mayor exaltación de la raza, lo que hizo fue contribuir, con la diáspora de sus maestros a distintas ciudades europea y americanas, a la difusión de sus principios teóricos, sus ideas avanzadas en el diseño y la construcción, y a prolongar la influencia de la escuela alemana por toda Europa y América. Moholy-Nagy acabó fundando en Chicago una *New Bauhaus*, después de pasar por Amsterdam y París. Bayer terminó diseñando la revista *Vogue* y como director de arte de la agencia Dorland. Gyorgy Kepes trabajó, haciendo estupendos anuncios, para la Container Corporation of America y fue profesor de la *New Bauhaus*. Grit Kallin se instaló primero en Berlín trabajando en fotografía publicitaria

¹ Universidad Complutense de Madrid

para luego marcharse finalmente a Estados Unidos. El argentino Horacio Coppola fue alumno de fotografía de Walter Peterhans en la Bauhaus y se casó con Grete Stern, fundadora de la agencia de publicidad Ringle+Pitt, también alumna de Peterhans. En 1936 se marcharon a Argentina, ambos contribuyeron a abrir este país a la estética moderna y a las ideas de la Bauhaus.

Ahora bien, ¿cuál es el sedimento de esta Escuela, cien años después?, ¿qué huella ha podido dejar entre los nuevos investigadores?, ¿cómo casan estas ideas otrora revolucionarias y experimentales en la era digital? Para dar respuesta a estas y otras cuestiones, los profesores Francisco García Ramos e Isidro Jiménez Gómez han preparado un dossier en el que el lector atento encontrará, sin duda, un rimero de sugerencias y de nuevas propuestas.

Pero además, en este amplio volumen, podemos encontrarnos, fuera ya del dossier y de las inquisiciones a la obra de la Bauhaus, con otra serie de invitaciones para reflexionar sobre el sexismo publicitario, la web 3.0, la publicidad nativa, la ética publicitaria, el reflejo de la crisis en los anuncios de grandes marcas; junto a artículos de carácter más histórico, teórico y práctico. Una variedad de temas y enfoques que completan un número especialmente relevante de *Pensar La Publicidad*.