

_ARTÍCULO



Fuente dedicada a Carlos III, conocida como la "fuente de los Caballos", detalle, Arq. Salvador Orellana, 2021, reproducido con permiso del autor.

NATHAN, EL ESTILO AMERICANO, SU INFLUENCIA EN EL DISEÑO GRÁFICO EN GUATEMALA EN LOS AÑOS DE 1940 A LOS AÑOS DE 1970.

NATHAN, THE AMERICAN STYLE, ITS INFLUENCE ON GRAPHIC DESIGN IN GUATEMALA IN THE 1940S TO THE 1970S.

Ponencia presentada en el Primer Simposio de Investigaciones DIFA, Bicentenario de la Independencia de Guatemala, de la monarquía a la república, 200 años de diseño. 6 y 7 de mayo del 2021.

Brenda María Penados Baldizón *
Facultad de Arquitectura,
Escuela de Diseño Gráfico
Universidad de San Carlos de Guatemala.

Fecha de recepción: 25 de febrero del 2021
Fecha de aceptación: 02 de junio del 2021
brenda.penados@farusac.edu.gt

Resumen

La situación geopolítica de Guatemala ha determinado y limitado su desarrollo. Esta situación cobra relevancia y comienza a definirse con mayor precisión en la primera mitad del siglo XX, por los cambios políticos y sociales que ocurren a nivel mundial. Es así como el país tiene una clara y fuerte influencia del “Estilo americano”, procedente de Estados Unidos de América, en el Diseño Gráfico.

Estilo que es traído a Guatemala por Adolfo Nathan quien nace y estudia en Alemania, su país natal y como tantas personas en esa época se ve obligado a dejar Europa. Migra a Guatemala donde desarrolló su profesión con una visión nueva y de alta calidad que funcionó bien y fue aceptada por una sociedad conservadora que desea presentar al país una mirada nueva.

Palabras clave:

Diseño gráfico, Nathan, Estilo americano, Publicidad, Color, imagen.

* Docente titular en el área de Teoría en la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC. Es coordinadora de la Maestría en Mercadeo del Diseño de la Escuela de Posgrados, Farusac. Es socia fundadora de Salterio, Estudio Taller, en donde ejerce cargos de jefe de Arquitectura y Restauradora desde 1985, en donde ha diseñado y dirigido distintas obras arquitectónicas, así como desarrollado proyectos de registro, conservación y restauración de obras de arte de colecciones privadas y del patrimonio cultural de Guatemala.

Abstract

Guatemala's geopolitical situation has determined and limited its development, this situation started to be defined more precisely in the first half of the twenty centuries, due to the political and social changes that occurred worldwide. That is how the country has a clear and strong influence of the "American Style" coming from the United States of America.

The style was brought to Guatemala by Adolfo Nathan who was born and studied in Germany, his native country, and like so many people at that time, he was forced to leave Europe. He migrated to Guatemala where he developed within his profession a new and high-quality vision that worked well and was accepted by a conservative society that wished to present the country with a new perspective.

Keywords:

Graphic design, Nathan, American style, publicity, color, image.

Introducción

En el marco del bicentenario de la Independencia de Guatemala, es importante conocer las influencias que marcan el desarrollo del país en general y en el Diseño Gráfico en particular. La historia del Diseño gráfico permite conocer de manera clara dichas influencias.

La presente investigación tiene por objetivo determinar estas influencias y señalar la importancia de Adolfo Nathan y el “Estilo americano” en el desarrollo del Diseño gráfico en Guatemala.

Para realizar este trabajo se partió de la exposición que el Diseñador Adolfo Nathan, presentó en la década de los años 90, en la Escuela de Diseño gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC.

Dicha exposición fue el inicio de un primer estudio sobre la producción gráfica de este diseñador, estudio a través del cual se logró establecer la relación del “Estilo americano” con el diseño gráfico elaborado en Guatemala.

Para el efecto se investigó la bibliografía relacionada con Adolfo Nathan, el “Estilo americano” y la publicidad en Guatemala, de 1920 a 1970, fecha que abarca la incursión de Nathan en el Diseño gráfico guatemalteco.

Contexto histórico.

Para poder entender el desarrollo del diseño gráfico en Guatemala entre los años de 1940 y 1970 del siglo XX, primero debemos comprender lo que sucedía en esta época a nivel político, económico y social.

En los años de 1930, Jorge Ubico comprende que el programa de comercio con los Estados Unidos no beneficia en nada a la economía nacional, pero que al apoyar dicha política se aleja de la posibilidad de una intervención por parte de la potencia, por lo que el gobierno de Ubico decide desarrollar relaciones entre la diplomacia y el comercio.

Antes de la Primera Guerra Mundial, Guatemala mantenía una importante y fluida relación comercial con Europa, principalmente con Alemania; relaciones que a raíz de las guerras mundiales, estos mercados se pierden, dejando de ser esta relación la más importante y aumenta la dependencia comercial con los Estados Unidos, lo que contribuyó a desarrollar una política extranjera inclinada a los aliados y apoyo a la política norteamericana que trataba de imponer una estabilidad política en el Istmo; en los inicios del siglo XX.

En los gobiernos de Estrada Cabrera (1898-1920) y posteriormente de Jorge Ubico (1931-1944), se busca que las artes en todas sus formas sean utilizadas en favor del prestigio del presidente y de su programa político, de poder y de prestigio para el régimen.

Hasta este momento la presencia esporádica y no muy prolongada de artistas extranjeros, propicia que el conservadurismo del gusto artístico del país siga manifestándose y los artistas que permanecieron en Guatemala, se fueron adaptando a los nuevos sucesos, a los nuevos conocimientos y poco a poco a las nuevas corrientes.

“En las ciudades se fue acentuando la preferencia por el consumo de artículos baratos de producción en serie, que desplazan paulatinamente los productos locales, con el consiguiente efecto de su abandono y desaparición”,¹ dando pie a un gusto de la producción en masa, tanto local como extranjera y cambiando la relación estética del pueblo, por una estética urbana.

En los años cuarenta, período en que ocurrieron importantes transformaciones sociales, económicas y políticas en el país, que tuvieron inmediatas consecuencias para la profesión artística y de las artes aplicadas, se inicia una vinculación con las corrientes mundiales, consecuencia de las políticas gubernamentales que permiten que los artistas y diseñadores locales salgan a estudiar al extranjero y relacionarse con lo nuevo, tanto en tendencias, técnicas y conocimientos del arte, como en diseño gráfico y publicidad que estaban en boga en estos momentos tan importantes después de la Segunda Guerra Mundial y que coincidió con la revolución del 44 en nuestro país.

“A partir de la segunda guerra mundial, las relaciones internacionales estaban dominadas y condicionadas por su reacción ante la guerra fría y, por tanto, su esfuerzo por detener el avance Soviético. En el caso de América Latina se olvidó la política del buen vecino, y se esperaba que todas las naciones fueran fieles aliadas de la propuesta de Washington.”²

Como se ha señalado al principio del siglo XX Guatemala se encontraba muy atrasada en cuanto a tendencias artísticas y no se había desarrollado una concepción del diseño gráfico como lo conocemos en la actualidad, sin embargo, la comunicación gráfica trabaja al servicio de las empresas y los gobiernos. En 1920 se inicia la profesionalización del artista gráfico guatemalteco, que se desarrolla en las artes aplicadas y que en los años subsiguientes se va fortaleciendo bajo diversas influencias extranjeras, se va consolidando con la presencia de ciertos elementos y símbolos nacionales, “sin embargo en 1944 ocurre algo significativo para Guatemala, se inician movimientos populares que buscan derrocar a los generales Federico Ponce Vaidez, Buenaventura Pineda y Eduardo Villagrán Arriaza que en ese entonces se encontraban en la presidencia, la cual cae en la madrugada del 20 de Octubre,”³ lo que propicia la llegada democrática a la presidencia del Doctor Juan José Arévalo Bermejo (1945-1951).

Cuando los gobiernos de Arévalo y el sucesor en la presidencia el general Jacobo Árbenz (1951-1954), manifestaron una postura internacional independiente, los Estados Unidos reaccionaron con cierta dureza, ya que consideraban, que la Unión de

¹ Flavio Rojas Lima, Historia general de Guatemala, Tomo V Época Contemporánea 1898-1944: Relaciones entre Guatemala y Estados Unidos (Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1996).

² Flavio Rojas Lima, Historia General de Guatemala, Tomo VI Época Contemporánea, de 1945 a la Actualidad: Relaciones entre Guatemala y Estados Unidos, 1954-1990 (Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1997).

³ Claudia Leal Rivera, El aporte de Adolfo Nathan al Diseño Gráfico en Guatemala: Proyecto de Investigación para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico (Guatemala: Universidad Rafael Landívar, 2006).

República Socialista Soviética estaba detrás de cualquier actuación que les pareciera no aceptable, que perturbara sus relaciones comerciales directa en las bananeras ubicadas en Guatemala; por lo que sin fundamento acusa de comunismo a los gobiernos de Arévalo y Árbenz, hecho que provoca la caída de este último gobierno y las consecuencias en el cambio político, social y económico con el gobierno de la Liberación del Coronel Carlos Castillo Amas, pro USA.

Posterior a este hecho, se inició un período de mucha colaboración, apoyo político y militar, que pretendía demostrar que, si la nación era aliada de los Estados Unidos, era factible el desarrollo social y sobre todo con el ascenso al poder de Castro, provoca la reacción de los americanos para América, la Alianza para el Progreso que fue apoyada por los gobiernos guatemaltecos, aunque los efectos positivos no fueron muchos, Estados Unidos apoyó el Mercado Común Centroamericano.

Situación del diseño gráfico guatemalteco en la primera mitad del siglo XX.

En esta época los sectores de clase alta preferían un arte de realismo idealizado del medio rural e indígena y rechazaron con fuerza cualquier expresión de la vanguardia plástica, música y literatura, en consecuencia, estos gustos se reflejaban en el diseño gráfico y la publicidad que desarrollan los profesionales independientes, como los que trabajan en las litografías, serigrafías y las nuevas agencias de publicidad.

Por otro lado, los socialistas dogmáticos del país, siguiendo las tendencias de la URSS se inclinaron por trabajar en un Realismo Socialista, coincidiendo con la clase alta rechazan como reaccionarias las expresiones abstractas, surrealistas y expresionistas, aunque por razones muy diferentes.

En 1954 se produjo una ruptura de los procesos culturales alcanzados después de 1944 que había permitido a los guatemaltecos equipararse en las artes con los países de Europa y Estados Unidos, e incluso en algunos casos se puede observar en estos años la regresión a la situación antes de 1944, tanto en lo social, como en lo económico y político.

Los temas culturales y el diseño para la publicidad antes de 1954 eran realizados en la radio y en los diarios, en el que destaca *El Imparcial*, cuya sección literaria estaba a cargo de César Brañas, así como este periódico desarrolla la caricatura política y social con *El Muñequito* y la creciente producción de anuncios persuasivos para la venta de productos y servicios.

En estos años surgen una gran variedad de revistas, como la de Guatemala, que se inicia con apoyo oficial de Luis Cardoza y Aragón y suprimida por el movimiento de (1945-1954) liberación de Castillo Armas.

Otras revistas importantes que surgen en esta época, la de la Universidad de San Carlos, que se inicia en 1954 como una publicación trimestral, que pasa a ser anual en 1970, la revista *Salon 13* (1960-1965) publicada por el Instituto Guatemalteco Americano, *Alero de la USAC* (1970-1980) entre otras.

La llegada de Nathan y el desarrollo del cartelismo en Guatemala.

Contexto histórico de Nathan.

Adolfo Nathan, nació en Essen, Alemania el 24 de diciembre de 1903, hijo de Maurice Nathan y Emile de Nathan y falleció en Guatemala el 13 de septiembre de 1996.

Los estudios primarios y secundarios los realiza en el Real Gymnasium de su ciudad natal entre 1910 y 1920.

Fue un niño y más tarde un joven que sintió una especial atracción hacia las bellas artes, y al diseño gráfico, que será su forma de expresión y profesión en el desarrollo de su vida.

Se preparó profesionalmente en la escuela de Artes Aplicadas de Folkwang Schule entre 1922 y 1924 obteniendo el título de Diseñador de Artes Aplicadas y Decorativas, que le permite conocer las nuevas tendencias del momento en Alemania, desarrollar un estilo personal en el cartelismo, el diseño de vitrinas y de empaques.

Uno de los trabajos donde aplica el diseño moderno alemán es en las tiendas por departamentos Brand & Cía. Hamboard de 1923 a 1925 y se involucra en crear su propio estudio de diseño gráfico por ocho años, empresa que trabaja con el diseño de vanguardia en la creación de imágenes en las cuales los sentimientos, símbolos o fantasías suscitan respuestas universales; y en el diseño del logotipo del gas carbónico "Gestendel", ganó el primer premio del concurso de la fábrica para su logo, acontecimiento que permite que su estudio reciba encargos que desarrolla para la prensa, decorados de vitrinas, carteles para empresas muy prestigiosas como la de "cigarrillos "Kreyssel", en el que se perciben colores planos, formas simples y tipografía contemporánea palo seco, con mucha influencia de Berhard, diseñador que propició una nueva visión del cartel, del logotipo y de la identidad corporativa, con formas de colores lisos, prestigiando el nombre y la imagen del producto. Otro de sus diseños para la tabacalera Lpstadt A.G., en el cuál Nathan se aproxima a Colin, colocando unas figuras geométricas en el centro delante de un fondo de color claro, con un cintillo en la parte inferior y otro inclinado al centro, de tipografía palo seco, el cuál desafía las leyes de la gravedad, introduce la yuxtaposición y la perspectiva, proporcionando al color el papel preponderante,⁴ propuesta que mantendrá al llegar a Guatemala, aunque con un estilo diferente.

Nathan entra al círculo de artistas alemanes "Deutsche Gerbracht Graficker" que le abre las puertas a la casa editorial "Deutsche Werbedelrest", para los cuales realiza trabajos para la prensa alemana, así como ilustrador de textos de anuncios publicitarios y de propaganda para la ciudad de Essen.

Para 1932, la situación política de Alemania se deteriora y le obliga a cambiar el pie de autor de su trabajo de Nathan a Natten por un tiempo, hasta que en 1933 abandona

⁴ Brenda Penados, Un acercamiento a Nathan: Folleto único para estudiantes del Técnico en Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC (Guatemala: 2001).

su país natal y se traslada a Holanda, país que le permite incursionar en el área editorial dedicado a los niños con un sistema de aprendizaje de dibujo y pintura, proyecto que se prolonga hasta 1936.

Al abandonar Holanda, parte para Guatemala por la información recibida de sus parientes Krolin y Byron Zadik, que este es un país de oportunidades y ventajas sobre todo para los inmigrantes europeos y que la carrera del diseño gráfico es muy incipiente, en su desarrollo y con la oferta de Zadik de incorporarse para trabajar en su profesión en la litografía Zadik de su propiedad, que desde 1930 venía incrementando el diseño gráfico para la publicidad, siendo pionera en esta área en Guatemala y que subsiste hasta la actualidad como una compañía internacional.

Nathan llega a nuestro país el 27 de febrero de 1936 para desarrollar su trabajo de diseño e ilustración en la litografía Zadik hasta 1960, a la vez funda su propia agencia de Publicidad Gráfica Comercial Adolfo Nathan "que funcionó de 1936 a 1949. En 1950 funda su empresa de serigrafía con su nombre, en la cual se producía una diversidad de productos tales como: autoadhesivos de lo más variado, etiquetas y rótulos publicitarios metálicos para carreteras, afiches, placas para circulación de vehículos, impresiones para vidrio, plásticos y sobre cualquier superficie que se le pidiera,"⁵ sin dejar de trabajar las artes finales para Zadik. El trabajo de esta nueva empresa lo comparte con doña Laura Rosales con quien contrajo nupcias el 4 de mayo de 1950, y desde ese momento comparte la responsabilidad de la serigrafía hasta su cierre en 1995, después de 45 años de producción.

Nathan y el diseño gráfico en Guatemala.

Nathan en Guatemala realizó una amplia gama de trabajos dentro de la profesión del diseño gráfico: etiquetas, empaques, almanaques y sobre todo el cartel tanto para la industria guatemalteca como la salvadoreña. El cartel en nuestro país estaba ilustrado por imágenes a mano, en un estilo realista adaptada a la cultura guatemalteca, gusto que se desarrolló en la élite social del país que veía la cultura del campo, lo indígena y el paisaje como representación de los aspectos auténticos, bucólicos y de cohesión cultural, es en este ámbito y gustos que Nathan introdujo propuestas para darle preponderancia al texto, a veces centrándolo y utilizando el color negro para remarcarlo.

"Su vocación trae consigo nuevas tendencias del diseño, nuevos métodos científicos, que utilizan el avance en las ciencias y en las humanidades. Su estilo pasa por varios cambios y evoluciona hacia un naturalismo sumamente refinado, utilizando en los carteles y anuncios una comunicación principalmente visual, con un enfoque más realista, invadidos de sentimiento de la experiencia ordinaria, que permite una identificación y comprensión inmediata por parte de la clase trabajadora,"⁶ que consume los productos por él publicitados. Esta nueva forma de expresión de Nathan, de formas claras, que se adoptan muy rápido y con mucha facilidad en nuestro país

⁵ Leal, El Aporte de Adolfo Nathan.

⁶ Penados, Un acercamiento a Nathan.

e invaden el diseño gráfico de cigarrillos, de anuncios de jabón, de ferias y una gran variedad de productos en los cuales se

reflejan características en común; el color como medio de expresión de cada época, de cada contexto, de cada necesidad se muestra con gran vivacidad, contrastes en su mayoría cálidos-fríos, complementarios otras veces, de composición muchas veces estática, tímidamente dinamizados, otras a través del uso de la tipografía caligráfica, jugando casi siempre las letras un papel importante, aunque no preponderante, donde la imagen es algunas veces realista, otras geometrizable y otras icónicas, pero siempre de técnicas ilustrativas, en donde la fotografía queda fuera como técnica moderna, imágenes metafóricas combinada con tipografía contemporáneas de palo seco que sugiere modernidad, actualidad y progreso, buscando siempre el impacto de la imagen-el color-tipografía, para demostrar que la forma es el objetivo definitivo del diseño.⁷

“En los años de 1950, el cartelismo evoluciona con las nuevas tendencias que, a través de las relaciones comerciales, políticas y sociales, aunado a la fuerza de las compañías transnacionales americanas, poco a poco fueron irrumpiendo en el país con el estilo americano, permeando con “nuevos mensajes” a un público que, aunque todavía no era conocedor gustaba de lo moderno.”⁸

El Estilo Americano, su irrupción en la comunicación de la sociedad guatemalteca de la post guerra y post revolución del 44.

Antecedentes.

Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, los migrantes que de Europa llegan a Estados Unidos por las transformaciones sociales ocurridas en los años de 1950 y 1960 tanto en Estados Unidos, como en el occidente, son acontecimientos que se van reflejando en la expresión gráfica, y comunicación visual entre el gusto más popular y las nuevas corrientes que llegan de Europa.

El diseño gráfico que busca solucionar problemas de comunicación acabó siendo un sinónimo de moda y buen gusto. “Su peculiar modo de entender la finalidad a la vez que suponía una opción de tipo comunicativo: la decisión de informar, más que convencer, de mostrar más que provocar, de decir más que sugerir (...), utilizando en el diseño la simbología de la velocidad y no el automóvil, los conceptos de energía y seriedad y no mostrando físicamente el dinero, como parte de la cultura de los países industrializados.”⁹

La modernización en el diseño gráfico, en la comunicación y en la publicidad llegan a los Estados Unidos en dos olas de migrantes (primera y segunda guerra) y posterior a estos acontecimientos, sobre todo después de 1945, estos migrantes traen consigo el racionalismo del estilo de la Bauhaus y el Estilo Suizo.

⁷ Ibid.

⁸ Leal, El Aporte de Adolfo Nathan.

⁹ Isabel Campi i Valls, El Diseño del Producto del Siglo XX: Un experimento narrativo Universal (tesis doctoral. Universitat de Barcelona, 2015).

La ilustración ayudada por el texto nos proporciona un contexto preciso, que desarrolla un nuevo concepto de la imagen de la industrialización; aunque al principio no fueron bienvenidas estas ideas por los conservadores, pero poco a poco se ve como el estilo del futuro.

El estilo americano es una expresión más nacionalista que el estilo internacional; y a partir de 1950 surgió el interés por los estilos retrógrados cuya narrativa se definió en este período, directa y figurativa como en los carteles de esta época en Europa y que llegan a Norteamérica. "Los diseños y colores de estos carteles se seleccionaban fundamentalmente en función de consideraciones subjetivas y emocionales. Sin embargo, entonces se consideró deseable devolver a los carteles la mayor capacidad posible de comunicar información, sin decoraciones ni objetos secundarios."¹⁰

La línea conocida como Stream Line o línea aerodinámica se desarrolló desde los años de 1930, sobre todo en la producción del diseño industrial, pero que poco a poco es adoptada en el diseño de moda, publicitario que en los años de 1940 y 1950, representa la esencia del sueño americano.

Estas formas nacen de la naturaleza, la gota como forma ideal, símbolo de la modernidad, el progreso de un futuro mejor. El Stream Line, rama del Art Deco a partir de 1937, tiene características definidas: simetría y volumetría; positivo y negativo, abstracción de las imágenes, rayos luminosos radiantes, fluidos; uso de la fauna y la flora delineados geoméricamente, exaltación de lo prehispánico especialmente lo azteca y lo maya, así como lo egipcio.

En cuanto a la representación de la figura humana, dan preferencia a los obreros, gimnastas, habitantes de la urbe luciendo el "look" de la época, junto a mujeres re-sueltas que participan en la producción económica, con el pelo corto tipo "garçon", que fuman, que participan en diversas actividades demostrando su liberación.

Nathan y el Estilo Americano en Guatemala.

El Estilo Americano con sus formas son claras y directas se adoptan rápidamente en nuestro país y un diseñador tan atento de los sucesos de su tiempo como Nathan, hacen eco de este estilo Art Deco, y ejemplo de ellos son "el diseño del cartel de la propaganda de cigarrillos Monte Carlo y el cartel de la promoción de la Segunda Feria del Libro. En el primero vemos un cartel de color fuerte, plano y contrastante, simplificando el tema como signo iconográfico de los cigarrillos. Usa como punto de atención el círculo concéntrico de colores cálidos en el cual cae el producto que desea vender y, para contrarrestar lo estático los elementos están yuxtapuestos con una imagen de fondo a la usanza del Art Deco,"¹¹ es la expresión de un movimiento artístico de la sensibilidad en esta época en Europa como en Norteamérica y adoptado en Guatemala.

¹⁰ Jhon Barnicoat, Los Carteles, su historia y su lenguaje (México :Editorial Gustavo Gilli S.A., 1995).

¹¹ Penados, Un Acercamiento a Nathan.

En Norteamérica el diseñador es un agente y es un reflejo del cambio social, quedando impregnado en la producción de bienes, la necesidad de vender y de la publicidad que se crea en esta época, lo que actualmente conocemos como sociedad de consumo, estableciendo los cánones de la familia según dicha publicidad, que se ve en la necesidad de adquirir productos que son bien vistos en este nuevo estilo de vida.

La necesidad de contar con diseñadores de productos fue el resultado de una intensa industrialización, y la competencia del mercado, que pretende mejorar la economía y por lo tanto la necesidad de grandes volúmenes de ventas, permite el desarrollo de los profesionales del diseño gráfico, que se ven como la solución, incurriendo cada vez más en este proceso, ofreciendo nuevos elementos de juicio en el momento de la compra del producto, de soluciones de imágenes motivadoras que aumentan su atractivo.

Al final de la década de 1940, los consumidores están preparados para el cambio: pinceladas visibles, ingeniosos diseños y colores ricos marcando el final de los días oscuros de la guerra y que anuncian una época más próspera que lleva implícita en los años de la década de 1950, más optimista, de más comodidad que trae consigo un auge en la producción de electrodomésticos, automóviles, televisores, que necesitan una publicidad llena de juventud, de entusiasmo por la vida con una atmósfera alegre, dinámica, que genere con esta nueva visión de la vida un estilo contagioso que tuvo influencia notable en el diseño publicitario de todo el siglo XX.

El clima general de esta época "americana", tiene un reflejo en nuestro país, en el cual se disfruta del clima de que la guerra terminó, pero sobre todo los cambios que trae la revolución de 1944, no hay motivos para preocuparse, y en la época posterior de los años de 1950 nace en Guatemala "la publicidad de gran estilo de los productos alimentarios y bebidas, hombres y mujeres gruesos y felices, comiendo o bebiendo con gusto, los alimentos y bebidas ya no escasean, al igual que los productos de limpieza y medicamentos; los anuncios utilizan letras en un tipo a mano, el lenguaje surrealista le suministra algunas veces una alternativa, con una extrema claridad expresiva y de inmediata legibilidad, obtenida de una perfecta combinación entre texto e imagen, casi siempre de colores cálidos."¹² que se reflejan en los diseños de la marca El Dorado, la bebida Shangri-la, cerveza Monte Carlo, jabones Maya, Superal contra los dolores que nos hacen la vida más fácil y, otros nos acercan al deporte favorito en nuestro país, como el cartel de promoción del IV Campeonato Centroamericano y del Caribe de Fútbol, y el de Lotería Nacional que nos ofrece una esperanza de una mejor vida después de navidad.

En las décadas de 1950 y de 1960, el diseño americano nos ofrece una concepción rectilínea más en armonía con la estética plana y el menor coste de producción industrial, con ideas muy visuales y comprensibles para una masa de la población urbana sin grandes conocimientos, pero ávida por consumir y disfrutar socialmente de los nuevos productos en boga.

¹² Ibid.

“El diseño estadounidense era intuitivo y más informal, pone énfasis en la expresión de ideas, la presentación abierta de la información, la originalidad del concepto, lleno de un expresionismo gráfico que juega con las formas, las palabras para expresar una idea y perfeccionan la técnica gráfica de la fotografía, la infografía y la fotocomposición.”¹³ Se percatan que la vida es cada vez más influenciada por los medios que persuaden a las masas, y que esto les permite consolidar el americanismo con los nuevos estilos como el Pop Art.

Por su parte en nuestro país, la fotografía no ha incursionado en la publicidad, el dibujo y la ilustración siguen siendo el medio de comunicación, del diseño, de la propaganda, que refleja los ideales después de la revolución de Octubre en el cual se vive un nuevo contexto y con este auge de la publicidad y, Nathan lo aprovecha al ponerse al servicio de la política de la nueva democracia al realizar los tres carteles de propaganda de la campaña presidencial 1951-1957, dotadas de una frescura y originalidad sorprendente, auténtica respuesta de nuestro contexto y nuestra época.

“El cartel de Idígoras Fuentes, combina una tipografía contemporánea palo seco en mayúsculas con un alto valor simbólico, aunado al fondo de la bandera nacional, con expresividad gráfica realista; el cartel de Jacobo Árbenz, con su imagen sobre un paisaje arquitectónico que contrasta sobre el fondo negro y enmarcando al candidato con un cintillo de los colores nacionales. La tipografía sans serif que denota una gran fuerza en el nombre del candidato, contrastando con la script.

Por otro lado, el afiche de Galich proporciona un impacto directo de la palabra e imagen, con vigorosa alternativa expresiva en la cual la figura fondo blanco y rojo, es al mismo tiempo un alto y un símbolo de la sociedad socialista que representa al candidato.”¹⁴

Nathan, desde su arribo a Guatemala, en su labor profesional tanto en la litografía Zadik, su empresa de publicidad y en la serigrafía, “realiza trabajos con calidad, era muy minucioso y detallista, entregaba los trabajos perfectos, incluso sus bocetos eran artes finales, aspectos que lo dieran a conocer en Guatemala, lo cuál generó que las empresas lo prefirieran para trabajos de logotipos y publicidad,”¹⁵ creando carteles de las marcas de cigarrillos como Canarios, Payasos, Chapines, Monte Carlo, Excélsior, Víctor y de bebidas alcohólicas como Ron Colonial.

“La naturaleza de sus personajes es una constante de su trabajo, siendo un tema privilegiado muchas veces las mujeres, menos sofisticadas que en años anteriores pero modernas y elegantes al estilo americano, que se van transformando y reflejan la evolución de la moda tanto de los vestidos como de los peinados y maquillaje, mujeres cada vez más modernas, emancipadas y seguras de sí mismas, activas, la típica mujer americana de la post guerra,”¹⁶ aunque en Guatemala falta mucho para que la mujer llegue a este estatus.

¹³ Leal, El Aporte de Adolfo Nathan.

¹⁴ Penados, Un Acercamiento a Nathan.

¹⁵ Leal, El Aporte de Adolfo Nathan.

¹⁶ Penados, Un Acercamiento a Nathan.

Adolfo Nathan, incursiona en los estilos de cada época que nos trae la corriente americana y renueva su estilo involucrando al cómic y el Pop Art en la década de 1970, desarrolla un nuevo gusto por la geometría, lo simple, lo lineal en la serie de diplomas que realiza para la feria nacionales en los que las figuras se estilizan y los colores se simplifican, una nueva simbología sintética, que sin duda es parte de su experiencia en el diseño alemán. En este mismo estilo desarrolla la abstracción de las imágenes con estilo Pop Art, de la Semana Santa, que salen de su taller de serigrafía., trabajos que marcan profundamente, al igual que el estilo americano la historia del diseño gráfico guatemalteco y un punto de referencia. Sus trabajos de gran calidad nos proporcionan logotipos de las marcas de Café Incasa, Aceite Ideal, Cemaco, Ron Colonial, Cigarrillos Victor y Payasos entre otros y el hecho fundamental en el desarrollo de la producción gráfica al introducir la serigrafía con técnicas nuevas.

En los años de 1950, al igual que Nathan en Guatemala, en los Estados Unidos se tiene “una visión profundamente estética de la tipografía, que se empleaba como elemento de la composición y también para comunicar el mensaje. La mayoría de los carteles se imprimieron en serigrafía.”¹⁷ Este hecho aunado a ser propietario de un taller serigráfico, le da la oportunidad de penetrar en el mundo del diseño y de la publicidad de una forma más agresiva y rentable.

En Europa y posteriormente en Estados Unidos “el color plano característico de la impresión serigráfica, se combinaba con influencias de la Bauhaus, el modernismo gráfico y el Constructivismo para llegar a un resultado modernista que contrasta con la ilustración profesional que predomina en buena parte del diseño gráfico de los medios de comunicación de masas de los Estados Unidos de aquella época,”¹⁸ ideas y conocimiento que los migrantes traen consigo, al igual que las ideas que para ellos el diseño gráfico era una actividad humana valiosa que podría contribuir a mejorar la comunicación, enriqueciendo la experiencia estadounidense con su trabajo, al igual que pasa con la llegada y aporte de Nathan en Guatemala.

El desarrollo del diseño y la publicidad en Guatemala hasta los años de 1970.

Al terminar la Segunda Guerra Mundial y el cambio democrático que nos deja la revolución de octubre del 44 en Guatemala, el camino del diseño gráfico y la publicidad -que van de la mano- fue modesto y restrictivo, siendo la radio desde 1940 la que toma el lugar más importante en la transmisión de ideas, propaganda, y publicidad de los acontecimientos y nuevos productos, en la que la irrupción de la televisión en 1956 en blanco y negro como nuevos medios que van adquiriendo gran fuerza en todo lo nuevo y la labor de la publicidad inicia una nueva época marcada por la comunicación de masas.

La comunicación gráfica en las primeras décadas del siglo XX nos ofrece unos mensajes sin ilustraciones, pero con el paso del tiempo se enriquecen con el grabado en madera con imágenes que hacen más atractivo el mensaje y acerca al consumidor al producto publicitado con anuncios de máquinas de coser, pastas de dientes, ciga-

¹⁷ Leal, El Aporte de Adolfo Nathan.

¹⁸ Philip Meggs, Historia del Diseño Gráfico: El Movimiento moderno en los Estados Unidos de América (México: McGRAW-HILL, 2000).

rrillos, bebidas gaseosas, vehículos y bicicletas. En los años de 1940 hay un cambio en la producción en los periódicos, ya que nace la publicidad por medio de gestores que tenían a su cargo colocar anuncios en los diferentes medios. Uno de los periódicos más influyente nace en 1922, El Imparcial que los diseñadores y publicistas encuentran como un medio efectivo para la publicación de mensajes. Otro es El Diario de Centro América y para los años de 1950 Prensa Libre.

En los años cincuenta nació el verdadero concepto de publicidad en Guatemala, entre 1949 y 1951 surge la primera agencia de publicidad Representaciones Publicitarias de Estela Molina Samayoa, especialista de la publicidad en la radio.

En Estados Unidos, anterior a la creación de las agencias de publicidad en Guatemala, inician un camino que los llevará a ser uno de los países más importantes del campo y que les permite incursionar y muchas veces dominar el campo publicitario, "fueron los años en que las grandes agencias se acreditaron como complementos virtuales de la relación-consumo. J. Walter Thompson (en la que el austriaco Herbert Bayer fue consejero artístico), McCann Erickson o, para citar Young & Rubican, para citar únicamente a las más grandes del mundo, contribuyeron a convertir a la publicidad en una inspirada ciencia, capaz de vender no-importa que-no importa -donde."¹⁹

En los siguientes años de la incursión de la primera agencia, se desarrolla el trabajo de múltiples empresas como la Agencia Girón Lemus, propiedad del publicista Roberto Girón Lemus, J.A. Guzmán Publicidad de José Arturo Guzmán; Gutiérrez Machado Publicidad de Rodolfo Gutiérrez Machado, agencias que se encargan de todo tipo de trabajos de diseño gráfico y publicidad para las diversas empresas que necesitan la venta de sus productos.

En las décadas de 1950 y 1960 "están acompañados de profesionales que vienen del extranjero, en especial de México, Argentina, Chile y Brasil, además de la experiencia que les ofrecen compañías de agencias norteamericanas con campañas como la de Alka Seltzer y su "prontito", Ajax y "su caballero negro", la Colonia Aqua Velva y "su contiene un no se que,"²⁰ agencias que estaban representadas en nuestro país por Estela Molina Samayoa, como fue el caso de J. Walter Thompson, Mc Cann Erikson, Young & Rubican, Dillon Cousins, conceptos de esta forma de hacer publicidad permitió permear el diseño gráfico guatemalteco y para el año de 1953 se instale la primera agencia transnacional, McCann Erikson.

Casi al inicio de la década de 1960 surge la idea de la integración de los países centroamericanos, lo que se consolida con el MERCOSUR, a través del un tratado general de integración económica centroamericana, que entró en vigencia en Junio de 1961 para Guatemala, El Salvador y Nicaragua, en Diciembre de 1962 en Honduras y en septiembre de 1963 para Costa Rica, y que uno de sus objetivos es fomentar la producción de bienes y servicios, a la luz de mejorar las condiciones de vida de sus

¹⁹ Enric Satué, El Diseño Gráfico: Desde sus orígenes hasta nuestros días (España: Alianza editorial, 1997).

²⁰ Ángel Alberto Castellanos, La Publicidad y el Diseño: Aliados creativos de la comunicación visual (Tesis de grado: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2009).

habitantes; permitiendo un cambio de la situación guatemalteca, al igual que los otros países que la integran, con inversiones nuevas extranjeras y el aumento del número de compañías multinacionales, este tratado apoyado por los Estados Unidos, propicia una cascada de nuevas agencias en Guatemala entre las que se encuentran la Agencia de Publicidad y Mercado de Centro América S.A., que nace con la razón social de Publimerca; Publicidad Nacional de Mario Alvarado Rubio, Amarroz Publicidad de José Zamora Corleto, RRPP, de Julio estrada de la Hoz, Apcu Thompson Propiedad de Rodolfo Martín, que inicia con el nombre de TRP (Televisión, radio y prensa), empresas que se desenvuelven como soporte del nuevo mercado centroamericano y que en esos momentos representa a las agencias internacionales J.W. Thompson con la que se une con el nombre ya mencionado de Apcu Thompson, Leo Burnett y FCB.

En la década de los años sesenta la publicidad demanda una mayor participación del profesional del diseño, con su creatividad local, profesionales que se habían especializado en los Estados Unidos, México y Suramérica, ya que en ese tiempo no existían escuelas en esta materia en nuestro país, por lo que se hace evidente en sus respuestas de comunicación en los trabajos de estos nuevos expertos la influencia por las culturas de su profesionalización y por una perspectiva internacional, lo que redundaba en una publicidad universal, pero con un toque local.

“Los anunciantes multinacionales y algunos de los primeros publicistas locales, notaron que el uso de las características guatemaltecas rendía mejores resultados a sus inversiones, lo que valoriza mucho el uso de comerciales creados y producidos en el país,”²¹ como la campaña de Ray-o-Vac de Rodolfo Gutiérrez, que Pedro Alvarado de Publinaac la tilda de campaña fresca, alegre, que trascendió fronteras y que se utiliza hasta la fecha en otros países.²²

Estos anuncios se valían del Jingles, haciéndolos muy musicales, y esto hacía que la idea quedara grabada en la mente del consumidor y las imágenes pasarán a formar parte del imaginario del colectivo de las masas.

“La década de 1970, la era de la magia, la creatividad en la publicidad y el diseño gráfico se convierte en un signo de diferenciación con la competencia, deja de ser articulada racionalmente para apelar a mensajes divertidos y sorprendentes.”²³

En esta década se conocieron campañas internacionales que vienen de Estados Unidos muchas de las veces, como la de Coca Cola (The real thing) de imágenes de jóvenes cantando en la cima de una colina de Italia, la de Malboro, con el ícono más famoso, el cowboy; en Guatemala Ray-o-vac -es la pila-. o los cigarrillos Rubios - solo para ganadores-, Pollo Campero - tan guatemalteco como tú-.”²⁴ Se destaca también Rodolfo Conde diseñador de portadas de discos de rock de los grupos S.O.S, Apple Pie, más adelante para Alux Nahual y el grupo Comanche.

²¹ Ibid.

²² Anabella Jurado Arrivillaga, La Planeación por escenarios: una disciplina orientada a la toma de decisiones en la administración del crédito en agencias de publicidad (Tesis de grado, Universidad Mariano Gálvez de Guatemala, 2006).

²³ Castellanos, La Publicidad y el diseño.

²⁴ Jurado, La planeación por escenarios.

Si la década de los sesenta nos llena de anuncios publicitarios de bebidas gaseosas, detergentes, muebles y nos sorprende con el color y la fotografía, la década de los setenta, las campañas estuvieron marcadas por los automóviles y las motocicletas.

Otro campo que se desarrolla en Guatemala es el de las marcas y logotipos de las empresas nacionales que se van formando desde fines del siglo XIX, en los que se destacaron Cervecería Centroamericana con la cerveza Gallo desde 1896, Lancasco en 1927, Café León en 1938, Aseguradora General en 1950, Saúl E. Méndez de 1953, Ron Botrán en 1954, Banco del Agro en 1956, Anabelly en 1959, Cementos Progreso de fines de los sesenta, Emisoras Unidas de 1964, Camas Olimpia en 1974 al igual que Nais, y en 1976 Ron Zacapa Centenario y Boquitas Señorial, entre otras que permitieron el desarrollo y evolución en el diseño de marcas y logotipos por profesionales guatemaltecos que tuvieron como precedente a un diseñador como Adolfo Nathan, al diseño americano de las grandes agencias de publicidad trasnacionales.

Conclusiones

De lo expuesto anteriormente se deduce que es determinante la influencia que tuvo el trabajo de Nathan, en el desarrollo del Diseño gráfico en Guatemala. A través de él se conoce e incursiona en el "Estilo americano", el cual es aceptado por una sociedad conservadora que ve en este estilo una nueva manera de alcanzar sus fines. Lo que posibilita su desarrollo de manera sostenida en nuestro país.

Indudablemente el diseño gráfico dio su mayor aporte al servicio de la publicidad, aunque se desarrolló en una diversidad de funciones, en la cultura, la editorial, el medio ambiente, etc.; pero sin duda "el diseño gráfico informativo, es en primer término una labor sociocultural. Sus opciones encierran una respuesta a la pregunta del papel del diseñador gráfico en la sociedad. ¿Se siente responsable ante ella? ¿Se propone informar fielmente o ocultar hechos?; y la economía y con ella, la publicidad utiliza sus recursos, a veces combinados con métodos científicos, para vender mejor y más rápidos productos comerciales."²⁵

Este hecho, se repite a través de los años estudiados de las décadas de 1940 a 1970, en el cual el diseño gráfico en Guatemala ha dado su mayor aporte al servicio de la publicidad de empresas para persuadir de una mejor manera a su público objetivo, de los gobiernos para dar a conocer sus planes y sus logros buscando un prestigio, y, de la identidad de marca de las empresas formadas antes y después de la Revolución de Octubre y sin duda han sorteado una serie de conflictos internos.

Las agencias internacionales imponen sus ideas y estilos, tanto en el diseño gráfico como en los spots publicitarios, algunas veces directamente y otras más sutilmente a través de sus representaciones en las agencias nacionales fundadas en nuestro país desde la década de los cincuenta.

²⁵ Josef Müller-Beockmann. Historia de la Comunicación Visual (México: G. Gilli S.A, 2001).

Es indudable que las migraciones de europeos a los Estados Unidos en las dos olas de las guerras primera y segunda, llevaron consigo la modernidad, conocimientos y estos diseñadores gráficos implementan los estilos que traen consigo y el estilo personal, aunque con ciertas restricciones del estilo más tradicional y práctico americano; estilo que se implementa en Guatemala con la influencia de la publicidad de las empresas transnacionales y de la sociedad comercial, política y militar con nuestro país.

Nathan, un diseñador alemán que, por la inestabilidad política de la década de los treinta en su país, emigró a Guatemala para ejercer su profesión en la empresa litográfica Zadik, y, al igual que sucede en Estados Unidos, aporta su bagaje de experiencias, conocimiento y su estilo personal, que adapta a los gustos guatemaltecos.

Ambos eventos permiten el desarrollo del diseño gráfico y la publicidad a partir de la Segunda Guerra Mundial y la Revolución de octubre de 1944 en Guatemala, que permitió sentar las bases de lo que al día de hoy se ha desarrollado la profesión.

Bibliografía

- Barnicoat, Jhon. *Los Carteles, su historia y su lenguaje* (México: Editorial Gustavo Gilli S.A, 1995).
- Campi i Valls, Isabel. *El Diseño del Producto del Siglo XX: Un experimento narrativo Universal* (tesis doctoral. Universitat de Barcelona, 2015).
- Castellanos, Ángel Alberto. *La Publicidad y el Diseño: Aliados creativos de la comunicación visual* (Tesis de grado: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2009).
- Jurado Arrivillaga, Anabella. *La Planeación por escenarios: una disciplina orientada a la toma de decisiones en la administración del crédito en agencias de publicidad* (Tesis de grado, Universidad Mariano Gálvez de Guatemala, 2006).
- Leal Rivera, Claudia. *El aporte de Adolfo Nathan al Diseño Gráfico en Guatemala: Proyecto de Investigación para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico* (Guatemala: Universidad Rafaél Landívar, 2006).
- Meggs, Philip. *Historia del Diseño Gráfico: El Movimiento moderno en los Estados Unidos de América* (México: McGRAW-HILL, 2000).
- Müller-Beockmann, Josef. *Historia de la Comunicación Visual* (México: G. Gilli S.A, 2001).
- Penados, Brenda. *Un acercamiento a Nathan: Folleto único para estudiantes del Técnico en Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC* (Guatemala: 2001).
- Rojas Lima, Flavio. *Historia general de Guatemala, Tomo V Época Contemporánea 1898-1944: Relaciones entre Guatemala y Estados Unidos* (Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1996).
- Rojas Lima, Flavio. *Historia General de Guatemala, Tomo VI Época Contemporánea, de 1945 a la Actualidad: Relaciones entre Guatemala y Estados Unidos, 1954-1990* (Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1997).
- Satué, Enric. *El Diseño Gráfico: Desde sus orígenes hasta nuestros días* (España: Alianza editorial, 1997).