

## Papeles rasgados, colorido y optimismo. La posmodernidad en la cartelería teatral en la Andalucía de los 80

Miguel Ángel Marín Gallardo\*  
Maringa Estudio. España

RECIBIDO: 27.01.2015 / ACEPTADO: 23.04.2015

---

### Resumen

En la década de 1980 tiene lugar una explosión cultural en Andalucía propiciada por la creación del gobierno autónomo, la influencia de la llamada "Movida de Madrid" y la revolución tecnológica recién emprendida que supuso el ordenador personal. El cartel teatral, como el resto de la gráfica publicitaria en Andalucía, se convierte en fiel testigo de estos cambios permitiendo la permeabilidad de buen grado a las nuevas tendencias posmodernistas llegadas desde California (Escuela de San Francisco) y Milán (Grupo Memphis).

Palabras clave: Cartel teatral, Andalucía, década de 1980, Posmodernismo.

### ***Torn papers, colour and optimism. Postmodernism in the theatrical posters in Andalusia of the 80s***

#### **Abstract**

*In the 1980's a cultural explosion takes place in Andalusia due to the creation of self-government, the influence of the so-called "Movida in Madrid" and the newly launched technological revolution which brought the personal computer. Theatrical poster, like the rest of the graphic advertisement in Andalusia, becomes a faithful witness of these changes, enabling permeability willingly postmodernist trends arrived from California (School of San Francisco) and Milan (Menphis group).*

*Keywords: Theatrical poster, Andalucía, the 1980's decade, Postmodernism.*

---

\*Diseñador gráfico desde mediados de los 80, ha participado en la creación de varias empresas de comunicación. Actualmente es director de la sociedad "Maringa Estudio" y Profesor Asociado en la Universidad de Málaga. Correo electrónico: [maringa@maringaestudio.com](mailto:maringa@maringaestudio.com)

Durante la década de los 80 uno de los recursos plásticos más usados en la elaboración de la gráfica publicitaria, y en concreto en el cartel teatral, fue el de los papeles rasgados a mano, de manera que se presentasen los lados con un aspecto irregular y espontáneo. En este artículo repasaremos la historia de los últimos trabajos realizados antes de la era digital, o hablando con propiedad, antes de la adopción como herramienta definitiva del ordenador personal en los estudios de diseño.

A finales de los 70 parece que la etapa basada en el movimiento moderno estaba agotada en cuanto a su poder de vanguardia. Sus métodos rigurosos y casi dogmáticos impregnaban de frialdad y objetividad a toda obra gráfica, que si bien podía ser algo positivo para el diseño de identidad o el señalético, no bastaban ya para la gráfica publicitaria más dinámica e innovadora. Surgen fenómenos como la inmigración, las multiplicación de las comunicaciones mundiales, los viajes de larga distancia, la lucha por la igualdad de la mujer, la reivindicación de las minorías o la conciencia por los problemas medioambientales, que van conformando una sociedad plural con más conciencia social. El diseño gráfico se vuelve más subjetivo y el diseñador deja una huella más personal en sus trabajos. Parece que se vuelve más libre, se divierte y se permite ciertas licencias inimaginables en la modernidad como lo puramente decorativo, las referencias históricas y lo vernáculo (movimiento 'retro' basado en la recuperación histórica surgido en Nueva York).

Entre las nuevas corrientes renovadoras u opuestas a la modernidad podemos encontrar, la prolongación del Estilo Tipográfico Internacional, la tipografía *new ware*, la Escuela de San Francisco y el Grupo Memphis de Milán. Fueron estos dos últimos los que más penetraron en España en la década de los 80 del siglo XX. El motivo quizá se debió a su carácter desinhibido y "juguetón", su color, su optimismo y su desapego a las normas, planteándose cada proyecto como un *divertimento* descubridor. El propio Ettore Sottsass, fundador del Grupo Memphis, veía todo aquello como un puro ejercicio plástico, no con la pretensión de crear una corriente. La influencia de Memphis es igualmente comprensible teniendo en cuenta que somos un país mediterráneo y vecino, con una cultura de tradición clásica muy arraigada (en cuanto al clasicismo de la antigüedad).

En Andalucía tres factores se imponen como decisivos al cambio y a la permeabilidad de estos fenómenos. Por un lado, a finales de los 70 tiene lugar un acontecimiento político fundamental para el desarrollo, entre otros, de su cultura; la creación del Estado de las Autonomías<sup>1</sup>. Se produce el fenómeno de la descentralización del Estado y, por tanto, de la cultura. En 1988 se crea el Centro Andaluz del Teatro, que como compañía pública de teatro está dotada de presupuesto para una producción anual a gran escala incluyendo una gira a nivel nacional. Se apoya al teatro independiente y pequeñas compañías comienzan a abrir salas de teatro alternativas al circuito comercial.

Por otra parte, en el Madrid de principio de los 80 acontece un fenómeno socio cultural; "la Movida de Madrid", que pronto llegará a las principales capitales de provincia. Una ebullición cultural que

---

<sup>1</sup> En 1979 se crea la Junta de Andalucía; el 20 de octubre de 1980 tiene lugar el Referéndum en Andalucía y en 1981 se constituye el Parlamento de Andalucía.

invade todos los estratos de la cultura y las artes. Un personaje nuevo aparece en la escena popular, el diseñador. Una frase de moda entonces *¿trabajas o diseñas?* nos da una idea del repentino auge de la profesión que, sin embargo, más que dar a conocer el oficio lo desdibujó en una fachada caprichosa y *snob* de la que aún parece no haberse recuperado. Esta nueva explosión y euforia creativa, iniciada en Madrid tras la transición política, está atenta y se mantiene a la última de las modas y corrientes que se están dando en otros países. Son los años dorados del diseño en España y las grandes campañas institucionales, que culminarán con la gran operación de imagen que fue la Expo'92, cuando la Junta de Andalucía y los Ayuntamientos de las principales ciudades andaluzas construyen sus identidades gráficas y elaboran sus propias campañas institucionales.

Por último, la segunda mitad de los ochenta es clave para la transformación en el método de trabajo y la popularización del diseño gráfico debido a la revolución que supuso la irrupción del ordenador personal, y más concretamente la aparición en enero de 1984, en los EE.UU. del primer *Macintosh* de Apple (como alternativa económica al Lisa al que acabó sustituyendo). Esto vino arropado de un software de autoedición basado en el lenguaje *PostScript* (*PageMaker*) y en las impresoras láser *PostScript* capaces de alcanzar resoluciones de hasta 2540 dpi (*dot per inch*). Poco más tarde llegará a España pero su influencia real no se hace sentir hasta la década de 1990.

Hasta entonces, en los estudios de diseño gráfico, se utilizaba la *repromaster* para hacer separaciones de color, posterizaciones, altos contrastes, montajes, presentaciones y artes finales. Los colores se aplicaban a mano con películas vinílicas de colores planos y los textos se componían con letras transferibles (tarea minuciosa y que exigía un conocimiento básico de tipografía a la hora de ajustar interletraje). No obstante, ya existían potentes ordenadores en algunos pocos talleres de fotomecánica que posibilitaban la tarea de integrar texto e imágenes, y de seleccionar el color, muy parecido a lo que hoy podemos hacer rápidamente con un software adecuado, pero estos ordenadores eran escasos, lentos, y muy caros. El diseñador acudía a ellos con todo el trabajo planteado, con la idea final predefinida a falta de ejecutarla en estos ordenadores. La hora de taller era bastante cara y probar distintas soluciones delante del operario no era permisible para muchos. Todo el planteamiento debía estar listo en una especie de arte final, con indicaciones de los colores, efectos, tipos de letra, imágenes originales a escanear, etc.

Esta nueva configuración sociopolítica y cultural facilita la divulgación en Andalucía de estas corrientes posmodernistas. La intuición y el atrevimiento en los diseñadores refleja una implicación personal alejada de la frialdad modernista: "los diseñadores posmodernos ponen una forma en el espacio porque les «parece» bien más que para satisfacer una necesidad comunicativa racional"<sup>2</sup>. En esta década, siguiendo las pautas posmodernistas de los italianos (Menphis) y los californianos (Escuela de San Francisco), es curioso el uso de los papeles rasgados en tiras de colores cálidos y alegres, a veces vibrantes como rasgo de identidad. El método de trabajo se basa más en la intuición que en seguir un programa lógico y bien estructurado. Esta manera de trabajar apartándose de un método de diseño basado en la retícula, típico del movimiento de la

---

<sup>2</sup> MEGGS, Philip B./PURVIS, Alston W. Historia del diseño gráfico, RM Verlag, Barcelona 2009 (4ª edición), p. 466.

tipografía internacional heredada de la Bauhaus y de la Escuelas de Ulm, empatiza bien con la temática del cartel que nos ocupa, el cartel teatral.

El cartel teatral (como el mismo teatro, cargado de pasión, de temática unas veces trágica y otras cómica) casa bien con la cultura y el carácter latino, apasionado y cálido, dramático y desenfadado, con un enfoque del trabajo mucho más intuitivo que metodológico, mas afín esto último a la cultura nórdica. Quizá haya mucho de tópico en esto pero lo tópico dibuja de manera popular una realidad. A todo esto debemos añadir la escasa formación que un diseñador, un artista plástico, un fotógrafo o un arquitecto podía recibir en Andalucía en las décadas de los 70 y 80 en cuanto a metodología del proyecto de diseño gráfico, en relación a la tipografía o a la percepción visual (tengamos en cuentas que la teoría de la Gestalt se está desarrollando en Centroeuropa a mediados de los años cincuenta aunque se formula a principios del siglo XX). Nuestra cultura sureña quedó rápidamente seducida a estos nuevos aires traídos con el posmodernismo. Otros vientos anteriores, los del movimiento moderno, apenas hicieron conquistas por estas latitudes meridionales o no se comprendieron bien, a excepción de los carteles de la compañía "Teatro del Mediodía", realizados en los años 70 por el arquitecto Roberto Luna (Sevilla 1947).

En el territorio nacional las exposiciones que viene realizando desde los 70 Alberto Corazón (Madrid 1942) "Leer la imagen" (I-II-III) con formulaciones radicales de arte conceptual que acercan el cartel al pueblo para hacerle meditar no para complacerle, muestra un nuevo lenguaje al resto de profesionales y sobre todo a los jóvenes diseñadores (véase figura 1). En el Madrid de los 80 diseñadores como Roberto Turégano (Cuenca 1947) que trabaja para el Área de Teatro del Ministerio de Cultura y Centro Dramático Nacional y, de nuevo, Alberto Corazón, para el Centro Dramático Nacional y la Compañía Nacional de Teatro Clásico, dotan de colorido, plasticidad y de un lenguaje conceptual a los carteles teatrales no visto anteriormente (véase figura 2).

En Valencia, Paco Bascuñán (Valencia 1954-2009), Daniel Nebot y Nacho Lavernia, entre otros, crean el colectivo La Nave (1984-89). Este colectivo dejó una obra sólida y fue el germen de lo que hoy es el diseño valenciano. La Nave diseña un programa de señalización turística, que se implantó en las autopistas y autovías de la comunidad valenciana, lleno de colorido, con tonos planos sin degradados, o semitonos, muy fresco y desenfadado, y de estilo cómic. Usan papeles rasgados para componer las escenas donde el borde blanco del propio roto del papel separa los ricos y luminosos colores; una clara influencia de la Escuela de San Francisco. Javier Mariscal (Valencia 1950) desde Barcelona reviste a la gráfica del mismo lenguaje de libertad (véase figura 3).

En Andalucía artistas plásticos, arquitectos y diseñadores crean carteles de teatro con clara influencia posmodernista en esta década de los ochenta. Entre los más destacados en cuanto a producción y calidad se encuentran Julio Juste (Beas de Segura, Jaén 1954). Juste es un artista plástico que utiliza en sus primeros carteles grabados del siglo XIX como recurso de diseño, en línea negra e iluminados con colores planos, en clara reminiscencia retro. Posteriormente experimenta el *collage* de papeles rasgados y colores planos, decantándose más adelante por obras puramente pictóricas. La tipografía, compuesta manualmente con letras transferibles, queda

relegada a un papel secundario (véase figura 4).



Figura 1. Alberto Corazón, 1985 y 1988 respectivamente.



Figura 2. Roberto Turégano, 1989.



Figura 3. Javier Mariscal, 1987.

Pero quizá uno de los más prolijos y originales sea el diseñador Manolo Cuervo (Isla Cristina, Huelva 1954) quien se dedica desde muy temprano al cartel teatral, tanto para compañías independientes como la "La Jácara", como para institucionales como el Centro Andaluz de Teatro, para el que emprende trabajos de identidad y la gráfica publicitaria de sus producciones, desde su creación en 1988. Cuervo usa la amplitrama en sus carteles, a veces hasta límites abstractos y creando patrones visuales y efecto cinético. En sus primeros carteles, por estos años, se deja seducir por los *collages* de papeles rasgados, colores planos luminosos, alegres y vibrantes. Más tarde irá girando hacia una imagen más conceptual, recurriendo de nuevo al *collage* y reciclando de sus propias obras, en un tono más pictórico y personal (véanse figuras 5 y 6).

Antonio Pérez Escolano (Sevilla 1950) formado como arquitecto técnico es uno de los primeros diseñadores globales en Andalucía, en los años 80 se hizo cargo de la imagen gráfica del Festival de Itálica, ciudad romana. En un cartel serigrafiado sobre fondo negro, aterciopelado e intenso,

destaca una ménade o bailarina de las celebraciones báquicas, coloreada con lápices de colores donde el trazo es manifiesto y dinámico. La trama del negro de la figura se amplía intencionadamente creando una textura de puntos (véase figura 7).



Figura 4. Julio Juste; 1981, 1982 y 1986 respectivamente.

En Málaga, el arquitecto y diseñador José F. Oyarzábal (Málaga 1944) se deja seducir igualmente en estos años por los colores cálidos vibrantes. Más tarde, en la década de los 90, la geometría domina su obra con formas y colores sencillos, planos y sin degradados. En este cartel pictórico, no precisamente habitual en este diseñador, la tipografía se integra totalmente en la estética plástica empleada (véase figura 8).

Juan Vida Arredondo (Granada 1955) es, como artista plástico, uno de los representantes de la figuración, teniendo su obra una marcada tendencia narrativa. No obstante ha alternado su actividad con el diseño gráfico y realizado varios carteles de teatro para compañías privadas. Igualmente se puede apreciar el uso del *collage* y de los papeles rasgados tan empleados en estos años. Posee un esmerado uso de la tipografía aunque su discreción la hace poco eficaz a efectos de legibilidad (véase figura 9).



Figura 5 y 6. Manolo Cuervo, 1987,1987,1986 y 1089 respectivamente.



Figura 7 (izquierda). Pérez Escolano, 1984.  
Figura 8 (derecha). Oyarzábal, 1987.



El periodismo en En Almería Paco Cañizares, artista povera, y Toña Gómez (Málaga 1954), ambos de la renovación artística del llamado grupo de los 80 de Almería, elaboran juntos algunos carteles teatrales para instituciones almerienses; carteles de colorido vigoroso y electrizante en los que utiliza papeles rasgados de colores planos y complementarios. En este caso se presenta un marco abierto formado igualmente por tiras de papeles recortados, muy al estilo californiano de la Escuela de San Francisco. Las tipografías, geométricas y manuales, combinan bien con la estilística del diseño (véase figura 10).



Figura 9 (izquierda). Juan Vida, 1986.

Figura 10 (derecha). Paco Cañizares y Toña Gómez, 1985.

En Granada, Valentín Albardáis (Granada 1962), del equipo ya inexistente "Gabinete Ciudad y Diseño", hace un verdadero ejercicio, al más puro estilo Memphis, en su cartel para el III Festival Internacional de Teatro de Granada; *collage* de elementos arquitectónicos, colores planos y básicos, y una composición "juguetona" en aparente desorden. En el cartel para "Estrategia para una noche ficticia" una flor recortada sobre papel es fotografiada, se aleja del estilo californiano y del grupo de Milán y entronca con una imagen conceptual más propia del cartel polaco. La tipografía queda olvidada e ilegible por su mínimo tamaño y no hay interacción entre texto e imagen (véase figura 11).

Enrique Acosta Naranjo (Sevilla 1945) dedica su vida desde muy temprana edad al diseño gráfico. Su particular mirada se alinea a la perfección con las corrientes de Milán y de California;

arquitecturas con reminiscencia clásica y colorista por un lado, y colores luminosos, alegres y pasteles por otro, con su particular mirada ingenua (véase figura 12).



Figura 11. Gabinete Ciudad y Diseño, 1985 y 1986 respectivamente.



Figura 12. Enrique Acosta, 1989.

Este otro cartel de Eugenio Jiménez (1962, extremeño afincado en Sevilla), integrante en esos años de "GráficoBand diseño", utiliza la trama ampliada hasta evidenciar el punto en la imagen (véase figura 13). Posee colores planos y luminosos y una composición ordenada y sosegada puesta en valor por amplios espacios vacíos.

Todas estas obras predigitales<sup>3</sup> son sólo una pequeña muestra de la producción de la cartelería teatral en Andalucía en la década de 1980. Se ha centrado el enfoque en aquellas obras testimoniales de las nuevas corrientes internacionales, primordialmente las llegadas de California y de Milán. No obstante, es justo mencionar otros autores que trabajaron en la gráfica publicitaria teatral en aquellos años en Andalucía, estos son: Roberto Luna, Carlos Ortega, Félix Ribas, Juan Suárez, Faustina García Morales y Manuel Gandul en Sevilla. Antonio Herráiz, Francisco Santana y José Villanueva en Málaga. Luis Jarillo y Rubén Garrido en Granada. Pablo Sycet y Aurelio Díaz Trillo en Huelva. Julio Malo de Molina y Manuel García en Cádiz, y Paqui Alemán en Almería.

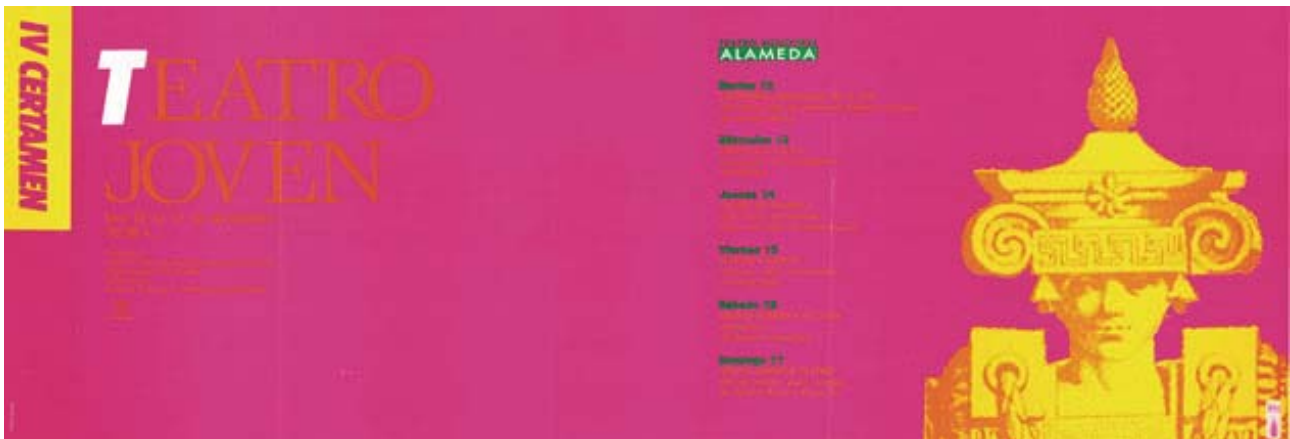


Figura 13. GráficoBand, 1989.

## BIBLIOGRAFÍA

*Experimenta*, revista para la cultura del proyecto, "Observatorio fin de siglo. 25 años de diseño gráfico español 1970-1995", suplemento del número 13/14, Madrid 1996.

*Arte de diario: Diseñadores Andaluces*, catálogo de exposición, Junta de Andalucía/Consejería de Cultura, Sevilla 1989.

VV.AA. *De Sevilla*, catálogo de exposición, Obra Cultural del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla, 1987.

*Diseño Gráfico en Andalucía: 1980-2000*, catálogo de exposición, Junta de Andalucía/Consejería de Obras Públicas y Transportes/Dirección General de Arquitectura y Vivienda, Sevilla 2000.

REIG, Ramón/LANGA, Concha. *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, Centro de Estudios Andaluces, Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía, Sevilla 2011.

<sup>3</sup> Los trabajos de edición de texto y tratamiento del color eran en muchos casos terminados en talleres de fotomecánica con ordenadores 'no personales'.

MEGGS, Philip B./PURVIS, Alston W. *Historia del diseño gráfico*, RM Verlag, Barcelona 20094.  
SATUÉ, Enric. *Historia del diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*, Alianza Forma, Madrid 1997.  
CHECA GODOY, Antonio. *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*, Advook Editorial, Sevilla 2014.

## **IMÁGENES**

Centro de Documentación de las Artes Escénicas de Andalucía.