

# Alberto Corazón

## El sol y el diseño salen para todos

Manuel Estrada

Estoy convencido, como casi todos los habitantes del mundo del diseño, de que tenemos una importante deuda con Alberto Corazón. Con una formación de economista y antropólogo y una perspectiva intelectual sólida y comprometida, Alberto había comprendido, desde los años 60, el importante papel que el diseño había de jugar en la transformación de un país que llegaba tarde a la democracia como lo había hecho a la industrialización y por tanto, al diseño.

Las instituciones públicas de la España democrática necesitaban transmitir los cambios que desde la aprobación de la Constitución, se estaban produciendo.

Ministerios y empresas públicas, hacían un esfuerzo, desconocido hasta entonces, para modernizar su gestión y trasladar el cambio a su propia imagen.

Alberto Corazón, crea Investigación Gráfica a mediados de los años 70, una pequeña empresa que va a jugar un importante papel para mostrar a una sociedad neófito en el uso del diseño, cómo éste puede contribuir a la transformación social y económica de un país necesitado de cambios.

La emblemática Marca del MOPU, del entonces Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo y su sistema de identidad visual, es uno de los primeros ejemplos de

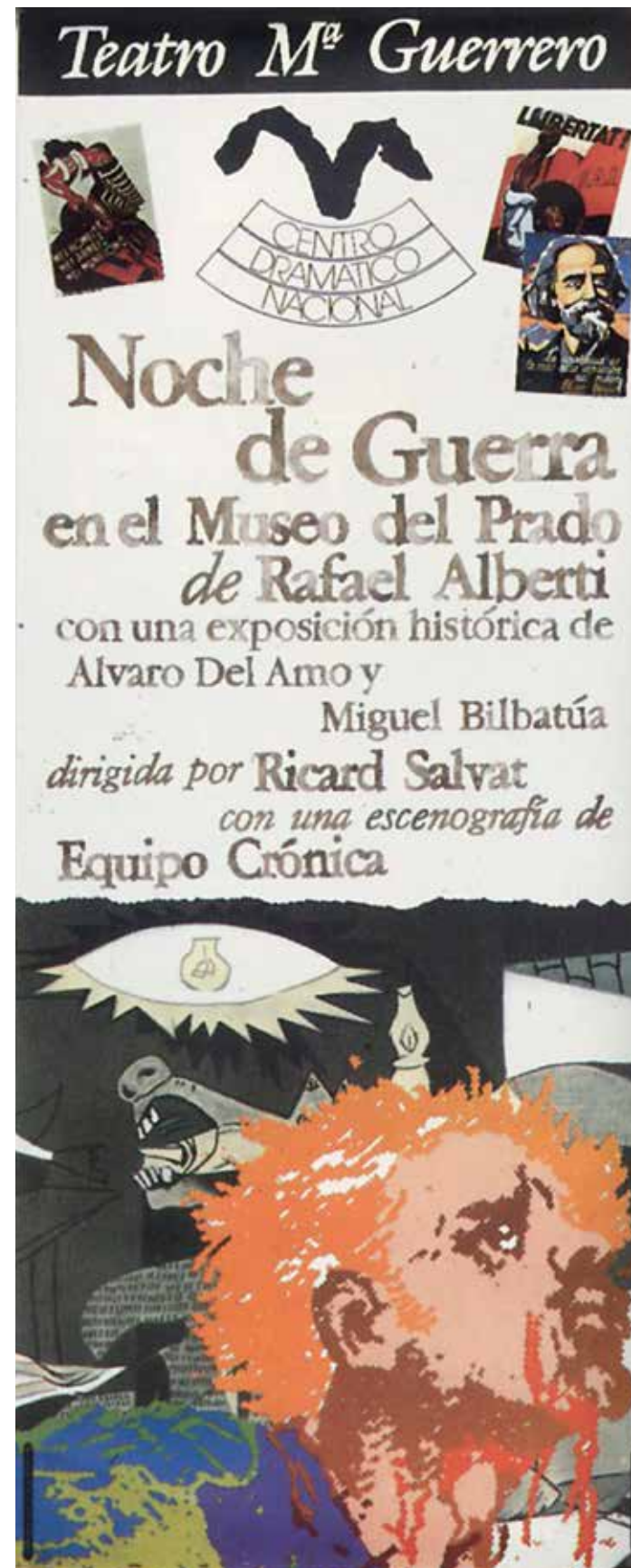
identidad pública de una administración orientada al servicio del ciudadano, que debía pasar de ser tratado como súbdito a ser considerado usuario y, en definitiva, cliente de la nueva actividad ministerial.

Son muchos los programas de identidad que Alberto Corazón realizó durante esos años pero tal vez, desde varios puntos de vista, sea el programa de Cercanías el que más y mejor pervive, a través de su propia eficacia gráfica, como expresión rotunda y sintética de su mensaje visual.

El término Cercanías denomina y comunica a la vez, la existencia de una nueva red de trenes de proximidad, que encuentra en la letra C/Círculo abierto un



Logotipo MOPU



Logotipo Anaya

Logotipo ONCE

El chaleco del Diseñador

Cartel Noche de Guerra en el Museo del Prado. Teatro María Guerrero







Logotipo Cercanías

Cartel "El Alcalde de Zalamea" Para el Teatro Clásico Español



**Muchos de sus primeros trabajos y algunos de los más brillantes, los realiza Corazón, desde la perspectiva del magnífico editor que él mismo ha sido**

logo preciso y que se convierte en un indiscutible signo del tiempo nuevo. Buen ejemplo del diseño al servicio de un proyecto de transformación modernizadora desde lo público. Realizada en parte con ayuda de los fondos de cohesión europeos, se ha convertido en uno de los grandes logros de la joven democracia: El gran salto adelante en el transporte público, como respuesta al caótico entorno de las grandes ciudades.

Pero Alberto Corazón ha trabajado en otras muchas áreas del diseño.

Ha diseñado mobiliario urbano, ha hecho señalética, teléfonos domésticos y cabinas telefónicas. Ha diseñado relojes de sol y lámparas de mesa, hitos kilométricos y espacios comerciales.

Pero yo admiro, sobre todo, su trabajo como diseñador gráfico. Sus carteles culturales, especialmente para el Teatro, siguen respirando el aire transgresor de la comunicación política: fotocopias y material coloreado y descontextualizado en una inteligente mezcla visual. Refrescante en una sociedad satisfecha y ahíta de mensajes y anuncios.

Muchos de sus primeros trabajos y algunos de los más brillantes, los realiza Corazón, desde la perspectiva del magnífico editor que él mismo ha sido. En las colecciones de Comunicación de Alberto Co-

razón Editor, ven la luz, entre otros textos relacionados con el diseño, los primeros libros de semiología que se editan en España. Y sus cubiertas para Castellote y, sobre todo, para la colección Visor de Poesía, realizadas en los años 70, muestran a un artista gráfico desinhibido y culto, que sorprende a un país aún pegado a las sábanas de la larga noche de la cultura franquista.

Desde un punto de vista personal, me parece muy importante recordar aquí que Alberto Corazón ha sido además un diseñador comprometido con nuestra profesión. Fundador de la Asociación Española de Profesionales del Diseño, que presidió durante 5 años, siempre encontré, durante los difíciles años en los que pusimos en marcha Dimad y fui su presidente, a un colega dispuesto a escuchar problemas y a sugerir sabiamente soluciones. Fue durante años miembro del Patronato y de la presidencia de la Biental Iberoamericana de Diseño, desde su creación.

Pero no me gustaría acabar este breve artículo sin añadir un pequeño epílogo que relaciona a Alberto con otro maestro de nuestro diseño. Hace ya años, en los últimos de la vida de Daniel Gil, a quien yo mucho quería, organizamos algunos amigos una muestra de collages que Daniel nunca había expuesto ni vendido. Se



**Desde un punto de vista personal, me parece muy importante recordar aquí que Alberto Corazón ha sido además un diseñador comprometido con nuestra profesión**

6 portadas de la colección Visor de Poesía

Cartel para la revista de Economía.

El sol sale para Todos

Logotipo Biblioteca Nacional (BN)



colgaron en una pequeña galería de Malasaña y el día de la inauguración, antes de abrir, apareció Alberto. Dio una vuelta rápida por los magníficos trabajos, eligió y compró tres obras. Daniel se puso muy contento y al darle las gracias a Alberto y con ese carácter directo que tenía, le dijo que no siempre le había caído bien. Alberto le contestó algo que yo nunca he olvidado: *"Daniel, apenas nos hemos tratado, pero quiero que sepas que desde la distancia, yo he aprendido mucho de ti"*.

A mí me pasa lo mismo, desde la distancia, he aprendido mucho del diseñador Alberto Corazón.

He aprendido a posicionarme frente a los problemas, con las herramientas que no tiene a mano y con la cabeza como principal fuente de soluciones.

No quería dejar de incluir este recuerdo entre las mil palabras que la revista Experimenta me ha pedido sobre Alberto.

"El sol sale para todos" era, el rótulo de una desaparecida tienda de ultramarinos que exhibió con orgullo su vocación democrática desde el escaparate de la madrileña Plaza de los Mostenses, durante la larga dictadura. Y es también el título de un libro escrito y publicado por Alberto Corazón sobre iconografía comercial de Madrid en 1979.