

## NOTA DE PRENSA

15/06/2015

"Alberto Corazón. Diseño: la energía del pensamiento gráfico. 1965-2015" podrá visitarse en el Espacio Fundación Telefónica, del 16 de julio al 4 de octubre de 2015.

### FUNDACIÓN TELEFÓNICA MUESTRA MEDIO SIGLO DE CULTURA VISUAL EN ESPAÑA CON LOS DISEÑOS DE ALBERTO CORAZÓN

- La muestra recoge más de medio siglo de los diseños de Alberto Corazón a través de un conjunto formado por 132 carteles, 115 imágenes y bocetos, y 145 logos, objetos y maquetas.
- La exposición incluye una instalación que reúne todos los logos realizados por el artista, además de una sala que destaca varios ejemplos de identidad corporativa y se completa con un espacio educativo integrado en el propio recorrido, "El diseño te llama", que invita al visitante a ponerse en la piel de un diseñador.
- Además, el documental *Siete días con Alberto Corazón* de Pablo Iraburu descubre al espectador el espíritu creador y el ámbito de trabajo de este diseñador.

Madrid, 15 de julio de 2015.- Fundación Telefónica muestra medio siglo de cultura visual en España con una selección de diseños realizados por Alberto Corazón durante más de medio siglo, un viaje desde el libro hasta el diseño industrial a través de 132 carteles, 115 imágenes y bocetos, y 145 logos, objetos y maquetas. Comisariada por Ana Arambarri, "Alberto Corazón. Para más información:

Fundación Telefónica: David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

Atrevia: Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[squemes@atrevia.com](mailto:squemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

91 564 0725 / 650 722 578

Diseño: la energía del pensamiento gráfico. 1965-2015" podrá visitarse en el Espacio Fundación Telefónica hasta el 4 de octubre.

La exposición plantea un recorrido a través de símbolos, objetos y signos que conducen al visitante a una inmersión en la profundidad del lenguaje gráfico y un recorrido por los diseños de Alberto Corazón a lo largo de cincuenta años.

La exposición incluye una instalación que reúne todos los logos realizados por el artista, además de una sala que destaca varios ejemplos de identidad corporativa (entre ellos, el famoso diseño del teléfono Domo) y se completa con un espacio educativo integrado en el propio recorrido, "El diseño te llama", que invita al visitante a ponerse en la piel de un diseñador.

Los logos, marcas e imágenes creados por Corazón forman parte de la cultura de la España actual: la sociedad reconoce la mayoría de sus imágenes y logotipos, que han terminado por integrarse en la memoria colectiva de nuestro país. "El punto de partida del diseño como profesión estuvo provocado por la Revolución Industrial, que transformó nuestra realidad natural en un entorno de objetos y signos", comenta Corazón, para el que "diseñar es la herramienta que tenemos para optimizar nuestra relación con ellos".

### **La primera revolución gráfica: el libro**

Corazón cree que el diseñador es el moderno protagonista de este complejo escenario, cuya primera revolución fue provocada por la irrupción del libro, en cuya producción intervienen todas las artes gráficas: diseño, composición, grabados, impresión y encuadernación. Para el diseñador, se trata de un proceso complejo que exige un alto nivel de competencia por parte de cualificados profesionales. "El libro es un producto tan cotidiano que no somos conscientes de su sofisticada complejidad cultural: el modesto y económico libro de bolsillo es el

#### **Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[squemes@atrevia.com](mailto:squemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

resultado final del esfuerzo, decisiones, conocimiento y experiencia de profesionales que sienten un gran compromiso con la cultura", explica el diseñador.

"Entre las viejas imprentas aprendí no solo un oficio, sino un modo de entender la vida" recuerda Corazón, quien reconoce una deuda con el gremio de los editores: "Aprendí a escuchar, a respetar y a ganarme el respeto. Con aquellos tipógrafos, correctores, maquinistas, regentes, pude establecer una hermosa relación de intercambio".

### **El cartel, una superficie urbana para la reflexión.**

Para Corazón "el cartel, saludado en los inicios del siglo XX como un puñetazo en el ojo, un grito en los muros de la ciudad, iluminó la calle con sus reclamos publicitarios en un entorno urbano gris y carente de estímulos, cambiando radicalmente el entorno". Con el paso de los años fue perdiendo su eficacia publicitaria a favor de los nuevos medios de comunicación.

La vida del cartel parecía haber concluido, pero en el siglo XXI recupera protagonismo y encuentra un nuevo y prometedor estatus, un espacio para la deliberación gráfica. Corazón entiende el cartel como una superficie de comunicación y reflexión gráfica, que ha protagonizado una revolución radical mediante un lenguaje gráfico comprometido con el contenido del mensaje transmitido, que concentra la atención en la persuasión y la evocación. El lenguaje del cartel, con suave elegancia, resulta eficaz, contundente, directo y empático. Así, tenemos ejemplos de sus carteles del Centro Dramático Nacional para el Teatro Bellas Artes y el Teatro María Guerrero, la Compañía Nacional de Teatro Clásico y el Festival de Otoño de la Comunidad de Madrid.

### **Logotipos y símbolos: señales generadoras de Identidad.**

La identidad es lo que nos permite salir del anonimato, dejar de ser "una marca blanca" en el imaginario colectivo. La identidad

#### **Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[sguemes@atrevia.com](mailto:sguemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

es asumir la responsabilidad de ser quienes somos – una institución, un producto, un servicio– y aceptar, por tanto, la penalización y la crítica o la aceptación y el reconocimiento. Las “señales de identidad” que ha diseñado Corazón tienen una fuerte presencia en nuestra cotidianidad. “La más determinante de las funcionalidades es la funcionalidad simbólica”, explica.

Una atractiva instalación a manera de friso permite recorrer los logotipos diseñados para el Ministerio de Cultura, ministerio de Sanidad y Consumo, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Instituto Nacional de Industria, Biblioteca Nacional, Casa de América, Círculo de Bellas Artes, UNED, Universidad de Salamanca, Festival de Otoño organizado por la Comunidad de Madrid, Puerta de Toledo, Junta de Andalucía o Comunidad Autónoma de La Rioja. Y también es creador de la identidad corporativa de grandes y medianas empresas como Grupo Anaya, MAPFRE, Banco Urquijo, FEVE, Casa del Libro, Dagu, Visor, etc.

La exposición ha seleccionado especialmente cuatro proyectos paradigmáticos (el teléfono DOMO para Telefónica, Casa del Lector, ONCE y Red de Cercanías de RENFE) y su puesta en escena a través de la exhibición de sus gráficas, maquetas y bocetos preparatorios, y una pieza audiovisual.

### **Diseño gráfico y diseño industrial, una cuestión de estrategia.**

La capacidad de Alberto Corazón para crear imágenes de enorme potencia visual nunca lo ha alejado de lo esencial en el diseño: la estrategia. Los trabajos de identidad corporativa y diseño industrial se caracterizan por su rigor en definir los objetivos del cliente y desarrollar la estrategia para alcanzarlos. “El proceso de diseño”, dice, “es un recorrido vivo y vive del mercado”. La comprensión de estos planteamientos es lo que permite tomar decisiones acertadas en cada una de las fases.

El paso del diseño gráfico al industrial fue una evolución natural. Alberto Corazón no aprecia diferencia alguna entre el

#### **Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[squemes@atrevia.com](mailto:squemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

modo de abordarlos, que solo viene determinado por sus diferentes funcionalidades. Cada identidad representa un mundo propio, de acuerdo con las características de la empresa o institución. Para él, diseñar es la herramienta para optimizar nuestra relación con el entorno y "una amalgama de intuición y conocimiento". El diseñador realiza un servicio profesional a la comunidad, cuyo último fin es mejorar nuestra calidad de vida. "Esa es la diferencia esencial con la creación plástica. El diseñador no es un artista, es un profesional", explica Corazón, "cuyas destrezas seminales son escuchar y mirar".

### **Objetos de uso cotidiano.**

La actividad de Alberto Corazón en el área del diseño industrial ha estado centrada en el equipamiento para espacios públicos o de uso público. El diseño de cajeros automáticos para Caja Madrid o de parquímetros para Amper tuvo un gran impacto e influencia en el sector, así como el conjunto de módulos y servicios en la Expo 92, las marquesinas para líneas de autobuses del Consorcio de Transportes de la Comunidad de Madrid o el equipamiento para las estaciones de Cercanías de RENFE, que siguen estando en activo.

Los ejemplos seleccionados para esta exposición responden a ejercicios temáticos básicos, arquetipos profesionales a los que un diseñador debe dar respuesta: sillas, lámparas, ceniceros, relojes de pulsera, alfombras, tapices, el ajedrez, etc. La cultura de consumo ofrece una extraordinaria oferta de objetos para el ámbito doméstico. En este apartado, los objetos no se han diseñado obedeciendo al gusto personal ni a las tendencias de la moda. Para Alberto Corazón, son los arquetipos con los que, alguna vez, el diseñador debe medirse.

### **Alberto Corazón.**

Nacido en Madrid en 1942, estudió Ciencias Políticas y Económicas y se especializó en Antropología. Cofundó la

#### **Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[sguemes@atrevia.com](mailto:sguemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

editorial Ciencia Nueva, donde inició su andadura como diseñador, al tiempo que exponía sus pinturas y esculturas en Italia. La censura franquista cerró la editorial y puso en marcha junto a otros amigos Comunicación / Alberto Corazón editor. En la década de los setenta diseñaba, hacía libros y como artista fue invitado expresamente a mostrar su obra en la Bienal de París y a continuación en la Bienal de Venecia.

Su huella conceptual y estética es prolija. Su estudio, Investigación Gráfica, diseñó muchas de las Identidades Corporativas del país en la década de los ochenta, y sus manuales de normas tuvieron una gran difusión e influencia más allá de los ámbitos profesionales. A partir de los años noventa extendió los servicios del estudio al *packaging*, la señalética, el equipamiento doméstico y público, el diseño del producto industrial, sin dejar de lado sus trabajos del libro y los carteles.

Creó la primera asociación profesional, AEPD, de la que fue presidente. Ha publicado una decena de libros sobre diseño y creación plástica. Fue el primer director científico del Instituto Europeo de Diseño en Madrid y recibió el Premio Nacional de Diseño junto con el reconocimiento de las asociaciones profesionales de Gran Bretaña, Italia y Estados Unidos. La preocupación por el derecho de autor le llevó a presidir Vegap durante unos años y a crear la Fundación Arte y Derecho. De forma simultánea expuso regularmente sus pinturas y esculturas en toda Europa y en Nueva York. El IVAM de Valencia hizo una gran retrospectiva de su obra, el Museo de Arte Contemporáneo de Madrid una antológica de su periodo conceptual y la Fundación Murcia Futuro en 2013 llevó a cabo una completa exposición: "Trabajar con signos diseños de Alberto Corazón. 1963 / 2013".

Las exposiciones, reconocimientos y premios obtenidos por el artista en el extranjero por creaciones plásticas, tanto de pintura como de escultura, son significativos. Desde su exposición en Turín, en 1967, a la que siguieron otras

**Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[squemes@atrevia.com](mailto:squemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

muestras en Munich, Reikjavik (Islandia), París, Venecia, Milán, Nueva York, Melbourne, Londres y Stuttgart. Académico de número de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando en 2006, ha sido galardonado por las más prestigiosas instituciones profesionales internacionales, y en España, con el Premio Nacional de Diseño 1989.

**TALLERES DE LA EXPOSICIÓN "ALBERTO CORAZÓN. DISEÑO: LA ENERGÍA DEL PENSAMIENTO GRÁFICO. 1965-2015"**

Con motivo de la exposición de Alberto Corazón, se han programado varios talleres para que niños, jóvenes y adultos se conviertan en diseñadores por unas horas y, a través de la electrónica y tecnología, también puedan acercarse al mundo de la joyería y ropa inteligente.

**"PROGRAMA EDUCATIVO"**

PARA NIÑOS:

**"Creación de joyería electrónica"**, de Ultralab 5/09 y 6/09

PARA JÓVENES

**"Creación de joyería electrónica"**, de Ultralab 5/09 y 6/09

**"Taller Moda inteligente, e-textiles"**, de Ultralab 13/09 y 20/09

**"Edítalo tú mismo"**, de La más bella. 21 al 24/07

PARA ADULTOS

**"El sol sale para todos 2.0."**, de Gráfica Futura. 15 AL 18/09

**ESPACIO EDUCATIVO "EL DISEÑO TE LLAMA"**

En este espacio educativo, habilitado dentro de la misma exposición, invitamos al visitante a ponerse en la piel de un diseñador a través de una serie de actividades que puede realizar de manera autónoma:

Para más información:

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[squemes@atrevia.com](mailto:squemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)- [ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

**Actividad 1: ¿QUÉ ES PARA TI EL DISEÑO?** Danos tu definición sobre qué es el diseño y descubre lo que han dicho otros visitantes.

**Actividad 2: LISTO PARA DISEÑAR** Los participantes deben rediseñar un objeto cotidiano con los recursos que se les proporciona en la sala a modo de trabajo sobre el prototipado.

**Actividad 3: ¡ME LO COMPRO!** Se propone a los visitantes diseñar su propia publicidad sobre el teléfono siguiendo los patrones estéticos de cada época.

**Actividad 4: DESPIERTA NUEVAS EMOCIONES**

Se pide al visitante que diseñe una galería básica de iconos para crear un lenguaje propio para chatear.

**Para más información:**

**Fundación Telefónica:** David Felipe Arranz  
[david.arranzlago@telefonica.com](mailto:david.arranzlago@telefonica.com) \_ 915844827

**Atrevia:** Sara Güemes, Irene de la Concepción y Ester Benito  
[sguemes@atrevia.com](mailto:sguemes@atrevia.com)- [idelaconcepcion@atrevia.com](mailto:idelaconcepcion@atrevia.com)-[ebenito@atrevia.com](mailto:ebenito@atrevia.com) \_

91 564 0725 / 650 722 578