

## Investigación

# Rand y Lionni. La irrupción del diseño gráfico y la abstracción en el álbum infantil

*Rand and Lionni. The irruption of graphic design and abstraction in children's picture books*

**Raquel Garrido Martos**

Investigadora y docente en la Escuela Superior de Diseño de Aragón (ESDA).

Recibido: 31-10-2025

Aceptado: 17-03-2026

Publicado: 29-05-2026

**Cómo citar:** Garrido Martos, R. (2026). Rand y Lionni. La irrupción del diseño gráfico y la abstracción en el álbum infantil. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, (14), 92-105. <https://doi.org/10.4995/eme.2026.24916>

<https://doi.org/10.4995/eme.2026.24916>

Ese artículo está publicado bajo una licencia CC-BY-NC-SA

**En el panorama del libro ilustrado infantil de los años cincuenta en Estados Unidos, marcado por la ilustración tradicional figurativa y naturalista, Paul Rand y Leo Lionni irrumpieron, a finales de la década, con publicaciones que mostraban un nuevo estilo de ilustración infantil. Un estilo en deuda con su trabajo como diseñadores gráficos y publicitarios dentro de las claves estéticas modernas impuestas por la tendencia de los diseñadores de la Escuela de Nueva York. Esa aproximación a una ilustración abstracta y de impacto visual contribuyó a abrir el camino a los actuales álbumes ilustrados en los que el diseño gráfico es un ingrediente fundamental.**

In the landscape of children's picture books in the United States in the 1950s, marked by traditional figurative and naturalistic illustration, Paul Rand and Leo Lionni burst onto the scene at the end of the decade with publications that showcased a new style of children's illustration. This style owed much to their work as graphic and advertising designers within the modern aesthetic codes imposed by the New York School of Design. This approach to abstract illustration with visual impact helped pave the way for today's Picture Books, in which graphic design is a fundamental ingredient.

### Palabras clave

Apropiación, *collage*, ensamblaje, experimentación, resistencia

### Key words

Appropriation, collage, assemblage, experimentation, resistance

## Introducción

Si quisiéramos remontarnos al origen del álbum infantil, a sus precedentes, deberíamos referirnos a autores-ilustradores como Walter Crane, Randolph Caldecott, Kate Greenway o Beatrix Potter y a la importante labor del impresor Edmund Evans y del editor Frederck Warne, con los que colaboraron en las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX. «En esa época podemos situar el origen de los álbumes ilustrados, aunque, tanto para llegar a ese momento como para la evolución posterior hasta el momento actual, fue necesaria la concurrencia de otros factores» (Zaparaín y González, 2010, p. 19). Pero la intención de este artículo es centrarse en el álbum infantil en sentido moderno, y en su renovación a partir de la contribución del diseño.

Se suele considerar el año 1931 como una fecha clave en la evolución del álbum como género independiente dentro del libro ilustrado por la publicación de dos libros muy significativos. En ese año, el pedagogo francés Paul Faucher inicia la publicación de una serie de libros para niños y niñas, en los que la ilustración marcada por la sencillez tiene el protagonismo, la colección de Pere Castor. En ella, el peso visual de la ilustración y su desbordamiento es un cambio significativo respecto a los libros ilustrados infantiles anteriores. «Es así como la imagen se convierte en un ente autónomo dentro del libro infantil y rompe la barrera ornamental tradicional de otras publicaciones» (Durán, 2009, p. 207).

En ese mismo año, 1931, se publicó por primera vez *Historia de Babar* a partir de las cartas enviadas por el pintor Jean Brunhoff, internado en un sanatorio de Suiza, a sus hijos pequeños narrando las aventuras de un elefante. El dibujo de Babar de líneas claras y sencillas creará un estilo a seguir alejándose de tendencias naturalistas tradicionales e iniciando un nuevo camino marcado por las vanguardias y el cartelismo de las primeras décadas del siglo. «De los álbumes de Babar, sobre todo de su gran formato y encuadernación, de la influencia del marchante de arte que incitó su publicación y de la pertenencia del autor a los círculos vanguardistas de la época deriva hoy el concepto de álbum como obra de arte y objeto de regalo...» (Durán, 2009, pp. 208-209). Sophie Van der Linden destaca, además, la renovación que supuso la publicación del libro de Brunhoff por la articulación que se da en él de texto, imagen y soporte y por aportaciones como la utilización de la doble página, la ausencia de encuadres en las ilustraciones y la narratividad ligada a la concatenación de las páginas (Van der Linden, 2015, p. 109).

Si bien en ambos casos algunas de las características del álbum, como las que se acaban de mencionar, están ya presentes, se trata de libros en los que todavía no se ha desarrollado plenamente la interdependencia de texto e imagen, algo fundamental en el álbum contemporáneo y que supone un rasgo diferenciador dentro del conjunto de la literatura ilustrada. «Será en la segunda mitad de la década de los cincuenta y, sobre todo en los años sesenta, cuando se desarrolle el concepto moderno de álbum como un nuevo medio y se llegue a su madurez gracias al deseo de romper moldes y abrir nuevos caminos de algunos autores» (Zaparaín y González, 2010, p. 21).

Entre los autores que abrieron esos nuevos caminos en aquellos años, destacan las figuras de dos importantes creadores, dos diseñadores gráficos que pueden considerarse pioneros del álbum; Paul Rand y Leo Lionni. Ambos llevaron la apuesta innovadora en el uso del color y la abstracción que estaban desarrollando en el campo del diseño al terreno de la ilustración. Del mismo modo que experimentaban en el diseño empezaron a hacerlo en esta otra disciplina que era, sin embargo, tradicionalmente figurativa y menos arriesgada visualmente<sup>1</sup>.

Rand y Lionni coincidieron y desarrollaron sus carreras en Nueva York, dentro del mundo de la publicidad, en la época dorada de la mítica Avenida Madison, y fueron protagonistas de la evolución creativa asociada a la industria gráfica y publicitaria de la Escuela de Nueva York. Una evolución debida en gran manera a la influencia de las vanguardias artísticas y de diseño europeas y a la llegada de intelectuales, artistas y diseñadores que se refugiaron en EE. UU. ante la situación política de la Europa de los años treinta y los años de la contienda mundial, llevando consigo sus ideas funcionalistas y su estética moderna que supusieron la total renovación de la publicidad. Ideas y estéticas como las que proponían el Cubismo, el Neoplasticismo, el Dadaísmo, el Constructivismo, o la Bauhaus se fusionaron en Nueva York con la imaginación y la libertad creativa de diseñadores y publicistas, entre los que se encontraban Rand y Lionni. «Yo era Bauhaus igual que era agnóstico, progresista o judío. Mi opinión y mi forma de ver las cosas eran Bauhaus. Todo lo que hacía era Bauhaus. ¿Mi estilo? Bauhaus» (Lionni, 2021, p. 224).

Tras la Segunda Guerra Mundial, resultado de esa confluencia de talento creativo y de la fusión

<sup>1</sup> Esa renovación estética en el libro ilustrado no fue un fenómeno aislado. También en el contexto estadounidense otros autores como Jim Flora, Edie y Charley Harper o Mary Blair utilizaron el color y la simplificación formal como ingredientes claves de sus ilustraciones, pero en ellos es menos visible la influencia del diseño gráfico y publicitario que, sin embargo, es fácilmente detectable en los álbumes de Rand y Lionni.

de la vanguardia europea con el pragmatismo americano, Nueva York se convierte en la capital del arte y el diseño mundial. Eclosionó la modernidad y la bonanza económica impulsó una renovación del diseño basado, en el caso del diseño gráfico, en la intuición, la expresividad y la originalidad en los planteamientos para resolver los problemas de comunicación. A ese momento dorado del diseño y la publicidad se ha dado en denominar la Escuela de Nueva York, de la que formaron parte grandes figuras como Otto Storch, Saul Bass, Milton Glaser o Rand y Lionni.

Tomando prestados con toda libertad algunos elementos de la obra de los diseñadores europeos, los estadounidenses les añadieron formas y conceptos nuevos. El diseño europeo a menudo era teórico y muy estructurado, el diseño estadounidense era pragmático, intuitivo y tenía un enfoque menos formal de la organización del espacio (Meggs, 2009, p. 374).

La elección de Rand y Lionni para la investigación que da pie a este artículo se basa en el hecho de que ambos fueron partícipes como diseñadores de ese ambiente de experimentación y en la certeza de que los dos trabajaban en publicidad y dirección de arte al mismo tiempo que exploraban nuevos caminos en el libro infantil ilustrado. A partir de ahí se han analizado las relaciones existentes entre los trabajos que desarrollaron en ambos campos. Su selección queda justificada porque constituyen un punto de inflexión al irrumpir en la literatura infantil desde la publicidad y desde el diseño para introducir en los libros para niños la abstracción, el collage y el minimalismo conceptual. En sus álbumes la ilustración pasa del realismo descriptivo a narrativas visuales simbólicas.

El estudio se basa metodológicamente en el análisis formal y en el estudio comparativo, desde la perspectiva de la historia y crítica del diseño gráfico y editorial, de fuentes primarias: carteles, portadas de revistas, publicidad, cubiertas de libros y otros trabajos gráficos de ambos diseñadores seleccionados por criterios cronológicos desde finales de los años 40 a principios de los 60 y sus álbumes infantiles producidos en la década de los años 50. Se ha investigado dentro del marco de la historia de la cultura del diseño para contextualizar las producciones analizadas dentro de su marco temporal y social desde un enfoque interdisciplinar priorizando la exploración de los aspectos que evidencian la relación de la ilustración y el diseño gráfico<sup>2</sup>.

Este trabajo pretende explicitar dicha relación indisoluble entre ilustración y diseño gráfico a través del estudio del trabajo de estos dos diseñadores gráficos, Paul Rand y Leo Lionni, que ilustraron álbumes infantiles con el peso de su experiencia como diseñadores, contribuyendo así en la evolución del álbum hacia la modernidad. Como dice Teresa Durán, «en el álbum se encuentran las aportaciones semiológicas de los nuevos lenguajes fundiéndose en una polifonía de significados. De hecho, que los primeros álbumes que instauran una revolución dentro del ámbito infantil provengan de diseñadores publicitarios no puede creerse que sea fruto del azar» (Durán, 2008, p. 211).

2 Ilustración y diseño gráfico son disciplinas diferentes, pero condenadas a encontrarse. En la práctica profesional la ilustración necesita del diseño y viceversa, algo que se hace especialmente visible en el álbum ilustrado y, sin embargo, tan apenas hay estudios que hablen de esa relación que se establece entre ambos. La mayoría de la bibliografía académica respecto al álbum se enfoca desde la pedagogía, la literatura, la semiótica de la imagen o la ilustración, pero apenas hay estudios que pongan el foco en el diseño gráfico. No obstante, como afirma la diseñadora Rebeca Cerdá, la participación del diseñador en el trabajo editorial es fundamental y ha de verse como un puente por el cual se lleva a cabo la comunicación entre el autor y el lector. «En cada proyecto editorial el diseñador gráfico tiene que entregar al lector su educación, experiencia e investigación» (Cerdá, 2002, p. 12).

Definir álbum en ese sentido moderno es complicado por los múltiples factores que confluyen en él. Diferentes autores coinciden en la idea de que es un arte visual en el que la ilustración es primordial y el texto puede ser subyacente (Bosch, 2007) y en el hecho de que texto e ilustraciones se necesitan para que la magia opere (Borda, 2023). Ambas se complementan para componer un relato integral, con una fuerte preponderancia gráfica que lleva al lector a una interpretación narrativa que va más allá de las palabras (Arellano, 2016). Más allá de esa definición básica del álbum como un tipo de libro ilustrado con un mayor peso de la ilustración y una estrecha interrelación entre esta y el texto, Piu Martínez y Anna Juan se refieren a él como «...objeto de diseño, experiencia de lectura y forma de arte...» (Martínez y Juan, 2025, p. 49). Esa confluencia entre arte, producto editorial y diseño es lo que se pretende evidenciar a través de este estudio. Especialmente el papel que cumple el diseño<sup>3</sup>. Como dicen ambas autoras «El diseño desempeña un papel determinante en la creación del álbum ilustrado, bien porque es necesario para que los lenguajes visual y literario se conjuguen de forma armónica, bien porque construye significado por medio de la materialidad, o bien porque algún elemento del diseño –color o tipografía– pueden aparecer ante el lector como protagonistas de una narración» (Martínez y Juan, 2025, pp. 205-206). El diseño editorial y gráfico está presente en la elección y toma de decisiones de numerosos elementos que conforman el álbum. Desde cuestiones en relación al formato y las partes externas del libro como cubiertas y guardas hasta aspectos vinculados con el aspecto general de las páginas (maquetación y composición), pasando por los textos (fuentes tipografías, pesos, tamaños, interlineados, cajas de texto o retículas...) y la propia ilustración (tipos de ilustraciones, protagonismo del punto y la línea, planos, ángulos y encuadres, paletas cromáticas, perspectiva, escalas y jerarquía visual).

Aunque, como se ha hecho patente, la importancia que tiene el diseño gráfico en el álbum resulta

3 Es significativa esta visión del álbum ligada al diseño ya que viene de dos personas relacionadas directamente con la realización práctica de álbumes hoy en día, la editora Piu Martínez y la ilustradora Anna Juan.

obvia, son pocos los estudios, como el mencionado de Cerdá (2002), que se centran en esta cuestión dentro de la prolífica publicación de los últimos años de artículos y libros sobre el álbum desde múltiples y diferentes enfoques. Este artículo aborda este aspecto a través del trabajo de Rand y Lionni. Se plantean así como objetivos de esta investigación, por una parte, verificar los posibles vínculos entre la producción como diseñadores gráficos de Paul Rand y Leo Lionni y las características gráficas de sus primeros álbumes de finales de los años cincuenta y principios de los sesenta y, por otra, reivindicar la importancia que tuvo el diseño gráfico, a través de ambos, en el desarrollo del álbum infantil en el sentido moderno.

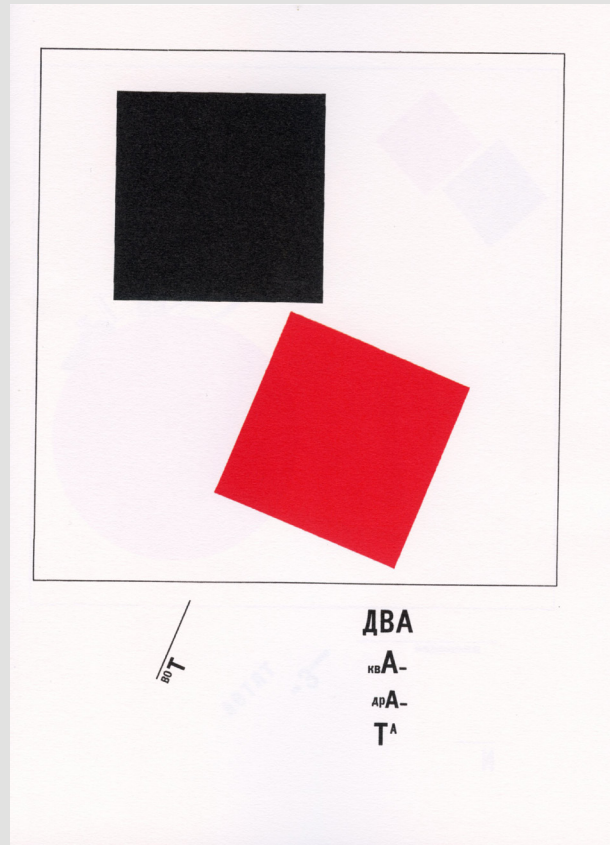
Como punto de partida, se hará un pequeño recorrido por el panorama del libro ilustrado infantil en los años cincuenta, especialmente en EE. UU., el álbum ilustrado anterior a Rand y Lionni, para establecer las diferencias entre las características de los libros ilustrados que se publicaban en el mercado editorial en aquellos años y los libros que realizan estos autores en ese contexto. Posteriormente, se recorrerá brevemente la trayectoria de Rand y la de Lionni y se analizará el trabajo de ambos durante la misma cronología en los sectores del diseño gráfico y la ilustración.

## El álbum ilustrado anterior a Rand y Lionni

Rand y Lionni no fueron los primeros en utilizar la abstracción en un libro ilustrado para niños. En 1922, el diseñador gráfico ruso El Lissitzky había publicado un libro ilustrado teóricamente dirigido al público infantil, *Cuento suprematista sobre dos cuadrados en seis construcciones*, concebido desde los presupuestos estéticos del Suprematismo e ideológicos del Constructivismo. La abstracción se apodera de sus páginas<sup>4</sup> y, en lugar de tener como protagonistas personajes animales o humanos, son cuadrados, círculos

4 Desde los lienzos de los artistas, con el sentido pragmático del Constructivismo, la abstracción había dado el salto al diseño gráfico a través de carteles como el famoso *Golpead a los blancos con la cuña roja* (1919) de Lissitzky y de ahí el paso al libro resultó casi natural de su propia mano. Al año siguiente Lissitzky publica otro libro ilustrado sorprendente, *For the voice*, con poemas de Mayakovsky.

Figura 1. Ilustración de Lissitzky. Ilustración basada en elementos geométricos que puede ser considerada precedente de los trabajos de Rand y Lionni. Fuente: *Cuento suprematista sobre dos cuadrados en seis construcciones*, por E. Lissitzky, 2019, Círculo de Bellas Artes.



y rectángulos quienes interactúan en una metáfora de la revolución socialista (Figura 1). El trabajo de Lissitzky, en general, se puede considerar un antecedente de los álbumes de Lionni y Rand, sin embargo, a diferencia de ellos, el libro de Lissitzky tuvo escaso recorrido comercial convirtiéndose más en una pieza de artista y no es el tipo de libro que llegaba a las librerías norteamericanas ni al público mayoritario de aquellos años. Algo parecido se puede decir de los libros de Bruno Munari llamados *Serie infantil de 1945*. En ellos, en esa temprana fecha, el diseñador italiano, con una clara influencia del Futurismo italiano, creó unos libros innovadores en el concepto, con solapas, troqueles, etc., que invitaban al juego y que convertían al libro en un objeto y en un claro precedente de los libros *pop-up*. A pesar de su genialidad desde el punto de vista editorial y de su modernidad desde el punto de vista visual de las ilustraciones, tampoco pueden considerarse representativos del panorama del libro ilustrado en aquella época.

Sorprendentemente modernos, fueron otros títulos, menos conocidos hoy en día, aunque con mayor presencia comercial en su momento, como

*Petunia* (1950) de Roger Duvoisin con algún recurso compositivo novedoso y con un inusual, en aquellos momentos, uso del color o *Do you see what I see?* (1959) de Helen Borten con unas ilustraciones en las que la técnica de la estampación crea originales efectos de superposiciones. Pero estos son también ejemplos aislados y poco representativos del panorama general del libro ilustrado en aquellos momentos representando excepciones en el mundo editorial de la época. Para entender la aportación de Rand o Lionni al álbum es necesario conocer el tipo de libros ilustrados para la infancia que se estaban publicando en la década de los 50 en EE. UU. La inmensa mayoría de los álbumes publicados en esa década eran libros como los exitosos *Time of wonder* de Mc Closkey (1957) o *Fly High, Fly Low* de Don Freeman (1957), en los que las ilustraciones son naturalistas y la composición de la página es tradicional, con los textos maquetados en caja, alejados totalmente del lenguaje publicitario y abstracto que propusieron estos diseñadores.

Como señala Leonard S. Marcus el mercado americano<sup>5</sup> del álbum infantil estaba dominado por editoriales como Random House, con ilustradores tradicionales como Alice y Martin Provensen, o Little Golden Books, con su ilustrador estrella Tibor Gergely de estilo también naturalista y descriptivo. Este tipo de ilustradores y de producciones representaban una tendencia hegemónica (Marcus, 2008). Esa hegemonía se rompió con el éxito de autores como Dr. Seuss o Maurice Sendak que renovaron con un estilo más fresco la ilustración. Sin embargo, este estudio se centra en Rand y Lionni porque ambos introdujeron un giro más rupturista, marcado por la experimentación en la interacción texto-imagen. Es en ese contexto en el que se tiene que comprender el avance que supuso, respecto al diseño editorial de los libros infantiles de aire tradicional, el uso de composiciones lúdicas con la abstracción y la geometría como protagonistas, tal y como plantearon Lionni y Rand en sus álbumes.

### Paul Rand, diseñador e ilustrador

En 1941, tras su paso como director de arte por la revista *Esquire*, Rand comienza su andadura como diseñador en la agencia Weintraub and Company de Nueva York donde desarrolló su concepto del diseño basado en la abstracción, el impacto visual y la sencillez sin renunciar a la elegancia. Ese estilo se convertiría en la seña de identidad del diseño desarrollado por la Escuela de Nueva York, y es el que llevaría al libro ilustrado para niños cuando publica su primer álbum.

De esta etapa son algunos de sus trabajos de identidad corporativa y publicidad en los que el diseñador juega con la creación de un personaje. Es el caso de los vistosos personajes (Papa Noel, un reno, un pájaro...) que diseñó, a partir del logotipo creado para la empresa de cuchillos Shur Edge-Knives (1947), compuestos mediante la yuxtaposición de elementos y la utilización como punto de partida de un triángulo en tinta plana junto con líneas de garabato que completan una figura. O del personaje creado

para la campaña de 1949 de Century Lighting, el Century Lighting Man, diseñado a partir de elementos representativos de conceptos asociados a esta compañía americana como una escuadra, el cable o la televisión que le dotan de un aire divertido e infantil. Intensidad de color, tintas planas y formas simples y geométricas le sirvieron también para crear personajes corporativos (*Brand Characters*) como el arlequín de Dubouchett Cordials (1949), el personaje-logotipo para la destilería James E. Pepper (1951) o Cigar Man para la empresa tabacalera El producto (1952).

Paralelamente a estos trabajos de identidad Rand realiza cubiertas para libros y revistas, un sector en el que puede disfrutar de una mayor libertad, pero cuyos resultados guardan un paralelismo innegable con sus proyectos para la empresa. Se puede observar en la cubierta de *The Stork Club Bar Book* (1946) en la que un pájaro zancudo dentro de una silueta geométrica de una botella ocupa la posición central o en la de *The Acquisitive Society* (1955) en la que un picasiano personaje de perfil capta nuestra atención con su vibrante color verde sobre un fondo de tinta plana en el naranja complementario, construido mediante *collage*, papel rasgado de forma irregular e imperfecta junto a geometrías rigurosas e impecables. En ambos ejemplos crea un personaje con similitudes con los *Brand Characters* de los que se ha hablado y a base de contrastes y sencillez consigue el buscado impacto visual<sup>6</sup>. Claramente maneja un lenguaje gráfico pleno de humor y accesible y atractivo para los niños y se pueden ver ya en estos trabajos la semilla de sus trabajos para niños. «Y es que, ¿qué niño no se agitaría al ver la obra de arte que realizó en la portada de *The Store Club Bar Book* de Lucius Beebe?» (Arnal y Fayos, 2010, p. 89). Todo ello lo aplicará a sus álbumes.

Pero todavía es más clara esa relación de concepto y estilo entre su trabajo de diseñador y el de ilustrador infantil en su portada para la revista *Jazzways* (1946), en la que sobre un fondo de tinta plana rojo intenso irrumpen partes de instrumentos musicales, generando un desequilibrio compositivo, y

5 Para conocer el panorama de la literatura infantil en EEUU en la década de los años 50 y el mercado americano del sector en esa época se remite al capítulo 6 («Trouble in Paradise») del libro de L.S. Marcus, *Minders of Make-Believe: Idealists, Entrepreneurs, and the Shaping of American Children's Literature*.

6 Las imágenes de identidad corporativa y publicidad y las cubiertas de libros a las que se refiere este estudio están disponibles en la página web oficial en la que se recogen todos sus trabajos *Paul Rand Design*. <https://www.paulrand.design/> (Consultado en marzo de 2026)

un personaje flautista cuya cabeza es un triángulo y cuyo cuerpo son meras líneas rectas como la clásica figura de palo o monigote infantil (Figura 2). Tal y como recogen Arnal y Fayos (2010, p. 71) esta portada fue una de las más importantes de su carrera y supuso un cambio hacia un diseño basado en una ilustración de factura más simple de la que entonces se estilaba en la ilustración editorial en general y también en la ilustración infantil, en la que el naturalismo con aire *näif* era la tendencia más extendida.

Uno de los trabajos más conocidos de Rand como diseñador de carteles en aquella época es el que realizó para la película *No Way Out* de 1950 (Figura 3), en el que destaca su minimalismo gráfico, el dinamismo, las tintas planas, el impacto visual a partir de formas abstractas simples, la ausencia de detalles, en definitiva, como señala Heller, las formas puras que llegan al espectador (Heller, 2000, pp. 84-87). Características que funcionaban a la perfección en la publicidad del momento y que aplicará pocos años más tarde a la ilustración infantil.

Aunque en 1955 Paul Rand dejó la agencia Weintraub, para la que realizó muchos de estos trabajos, con la intención de dedicarse a la pintura, pronto volvería al diseño y en 1956 fue nombrado asesor de diseño de IBM publicando ese mismo año su primer libro para niños *I Know a Lot of Things*, escrito por su mujer, Ann Rand (Figura 4). Entre 1956 y 1970 ilustró tres álbumes más, todos ellos escritos por Ann Rand y publicados por Harcourt Brace and World In a través de la editora infantil Margaret Mc Elderry: *Sparkle and Spin* (1957), *Little 1* (1962) y *Listen! Listen!* (1970).

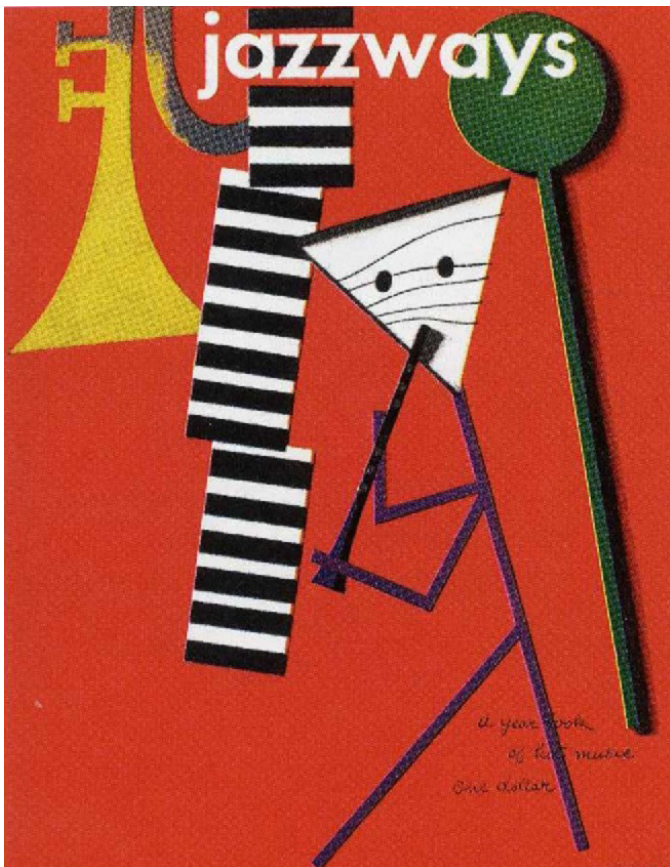


Figura 2. Portada de *Jazzways* de Paul Rand. Portada de la revista *Jazzways* de Paul Rand con un personaje de carácter infantil. Fuente: Adaptado de *The History of Graphic Design*, 2022, Jens Müller y Julius Wiedermann, Taschen.

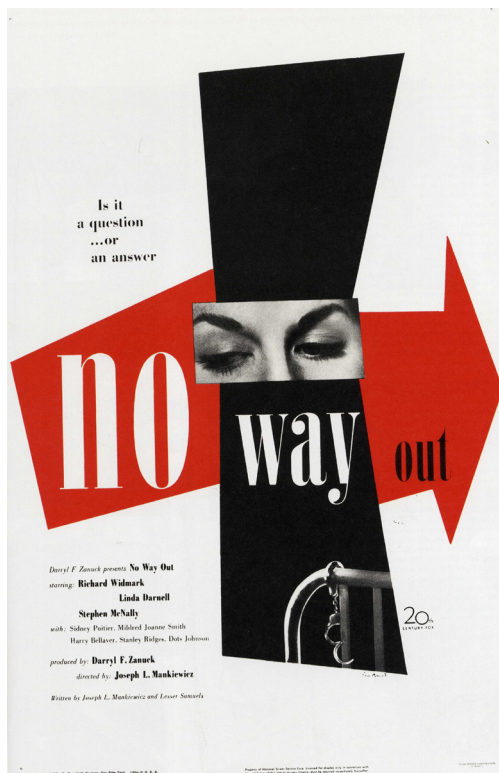


Figura 3. Cartel de *No Way Out* de Paul Rand. Cartel diseñado por Paul Rand para la película *No Way Out*, ejemplo de las características de su trabajo en publicidad. Fuente: *The History of Graphic Design*, 2022, Jens Müller y Julius Wiedermann, Taschen.

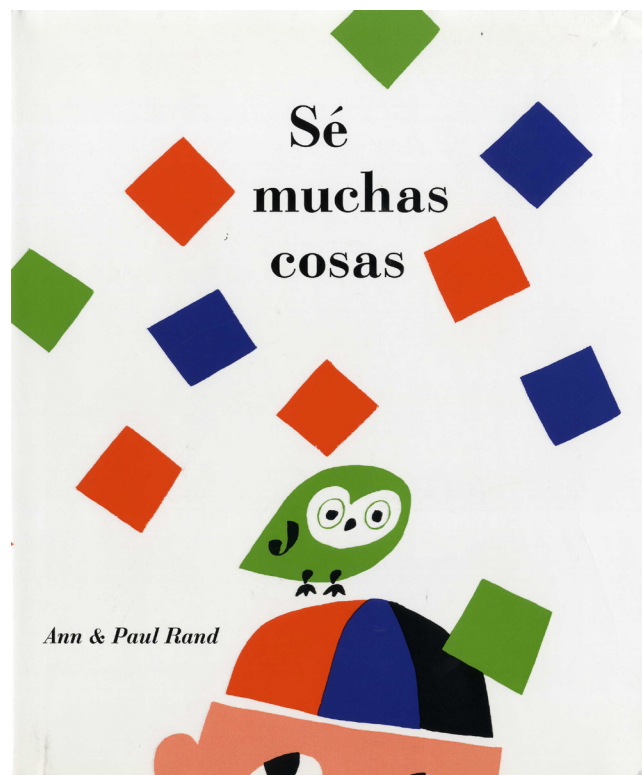


Figura 4. Cubierta de *Sé muchas cosas* de Paul Rand. Cubierta del álbum ilustrado y diseñado por Paul Rand, *Sé muchas cosas*, versión en español. Fuente: *Sé muchas cosas*, por Ann y Paul Rand, 2008, Barbara Fiore Editora.

Las características formales y, sobre todo, el sentido lúdico del diseño que se aprecia en sus trabajos de la década de los 50 marcaron también sus ilustraciones infantiles en aquel momento. «Rand tenía una gran capacidad de aprovechar lo aprendido en otros campos del diseño y lo reflejaba en aquello que estaba haciendo en cada momento» (Arnal y Fayos, 2010, p. 90).

Se pueden reconocer, en las numerosas cubiertas de libros que hizo en aquellos años, técnicas y características que definen las ilustraciones de los álbumes que realizó. Se pueden destacar en ese sentido rasgos comunes a su estilo, tanto en diseño como en ilustración, como la utilización de formas gráficas recortadas en papel (*collage* destacando el corte, la huella de la tijera), la importante presencia de fondos blancos o de colores neutros, los contrastes a partir de manchas o figuras geométricas irregulares de vivos colores, tintas planas, trazos desiguales y trazos infantiles, figuras sin línea de contornos, composiciones asimétricas, descentradas, huella de pintura sin uniformidad, síntesis y ruptura de las imágenes... Simplicidad y choque visual (Figura 5). En sus cuentos los personajes, ya sean una hormiga, un perro, un niño o un caracol se mezclan sin complejos sobre la página con formas abstractas del mundo del diseño.



Figura 5. Ilustración de Paul Rand. Doble página de un álbum ilustrado y diseñado por Paul Rand. Fuente: *Sé muchas cosas*, por Ann y Paul Rand, 2008, Barbara Fiore Editora.

En definitiva, en su trabajo como ilustrador y como diseñador están patentes las influencias del Dadaísmo de los *collages* de Kurt Schwitters y de la obra George Grosz quien, además, había sido profesor suyo en la Art's Student League, y del Constructivismo de Lisstizky pasadas por el tamiz de la rotundidad del Estilo Internacional y del vitalismo de la Escuela de Nueva York. «Rand siempre tenía presente lo que pasaba en Europa, pero sus portadas y cubiertas no eran una mera recopilación de lo más característico del movimiento De Stijl, el Surrealismo, Dadaísmo, Constructivismo...» (Arnal y Fayos, 2010, p. 67). Como dicen estos autores, a partir de todo ello, Rand, creaba algo nuevo. Y eso es lo que hizo en sus libros infantiles, partir de esas influencias para crear algo novedoso.

### Leo Lionni, diseñador e ilustrador

Por su parte, Lionni había llegado a Estados Unidos en 1939 y había conocido y trabado amistad con profesionales ligados a la Bauhaus y al Racionalismo

como Josef Albers y Herbert Bayer o George Nelson y el matrimonio Eames. La década de los cuarenta fueron años en los que, al igual que Rand, trabajó en publicidad para grandes empresas como Ford o General Electric. El uso del color y la capacidad de comunicar a través de formas simples se convirtieron en su marca distintiva como se ve claramente en sus anuncios de Olivetti de aquella época<sup>7</sup>.

En 1948 le ofrecieron el puesto de director de arte para la revista *Fortune* en Nueva York, algo que fue fundamental en su experiencia profesional ya que le permitió explorar su creatividad y llevar a la práctica sus ideas acerca de la relación entre composición y comunicación. En aquella época, que fueron los años dorados de la llamada Escuela de NY, se forjó, además, una amistad entre ambos diseñadores. Su llegada a la revista supuso la introducción de una estética novedosa en la maquetación y en los anuncios comerciales

<sup>7</sup> Estos carteles se pueden visualizar en la página web del MOMA. <https://www.moma.org/artists/3562-leo-lionni> (Consultada en febrero de 2026)



Figura 6. Leo Lionni. Fotografía de la publicación promocional de la revista *Fortune*, Diseños para la página impresa, escrita y diseñada por Leo Lionni, 1959. Fuente: Iberlibro.

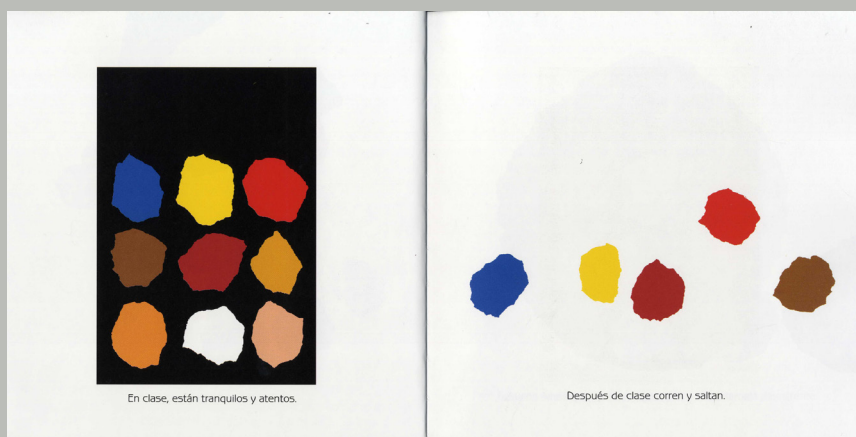
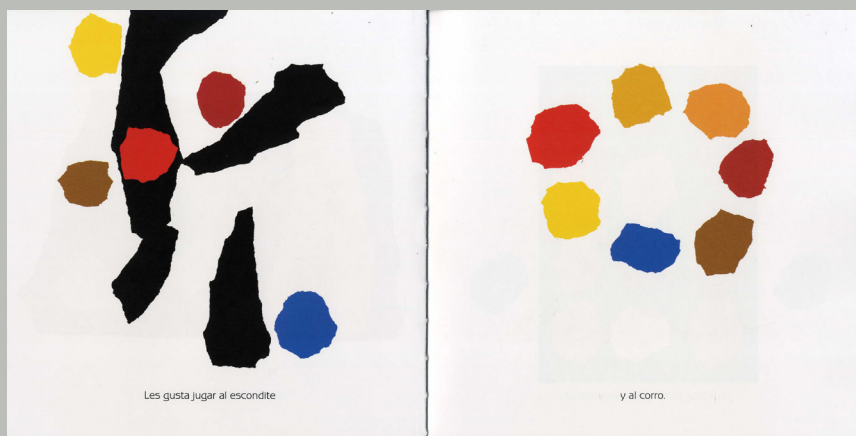
que incluía. Se trataba de una revista de negocios dirigida a una élite económicamente poderosa y tradicional, por lo que aún resultaron más originales sus propuestas de portadas en las que el realismo fotográfico imperante en el momento se vio sustituido por ilustración colorida y atrevidas composiciones.

Las portadas de *Fortune* bajo su dirección artística, de hecho, introdujeron el uso de la ilustración realizada muchas veces a partir de formas geométricas. La de julio de 1955<sup>8</sup>, diseñada por él mismo, por ejemplo, está protagonizada por una serie de personajes alejados del naturalismo, tratados de forma esquemática, sin rasgos definidos y compuestos a partir de formas irregulares de líneas rectas que se superponen en capas de diferentes colores y texturas. La influencia del cubismo y de las vanguardias europeas ligadas a la abstracción queda patente en esta y otras portadas de Lionni, como la del número de julio

de 1957, en la que un artículo en su interior acerca de la energía de la fusión nuclear es la excusa para una portada en la que núcleos atómicos y electrones representados mediante círculos verdes, rojos y negros generan una dinámica composición más propia de una obra de arte contemporáneo. Esas portadas destacaban en los quioscos de prensa neoyorkinos y acercaban el arte actual a un público amplio.

El uso de ese nuevo lenguaje en la edición de revistas y en la publicidad fue recogido en 1959 por Leo Lionni en una publicación promocional para *Fortune* dirigida a profesionales del diseño gráfico y publicitario, *Diseños para la página impresa*. En ella, en lugar de recurrir a anuncios, mostraba como ejemplos de composición formas abstractas de colores que se combinaban y jugaban en el espacio de la página para crear armonías y contrastes de formas, colores o tamaños. El espíritu lúdico del diseñador se deja entrever en las figuras que se agrupan y se desagrupan generando composiciones dinámicas y dirigen nuestras miradas en distintas direcciones (Figura 6). En algunas de las

8 Imagen disponible en la página web de la revista *Fortune*. <https://fortune.com/2025/02/04/fortune-95th-anniversary/> (Consultada en marzo de 2026)



Figuras 7 y 8. Ilustraciones de Leo Lionni. Dobles páginas de un álbum ilustrado y diseñado por Leo Lionni. Fuente: *Pequeño Azul y Pequeño Amarillo*, por Leo Lionni, 2022, Kalandraka.

páginas la irregularidad en los contornos proviene del *collage* de fragmentos de papeles de colores rasgados manteniendo la huella de la manualidad. El paralelismo con su primer álbum infantil *Little Blue and Little Yellow*, publicado también en 1959, es obvio (Figuras 7 y 8). El propio Lionni reconoce en su autobiografía al referirse a sus primeros libros infantiles publicados para niños la importancia que tuvo su paso por esta revista en su faceta de ilustrador para la infancia:

Por muy diferentes que fueran los cuatro libros entre sí, tenían algunas características en común: el ritmo, la sencillez de la trama y la posición de los personajes en la página. Todas estas cualidades tenían su origen en los cientos de páginas que pasaron por mis manos mientras preparaba los muchos números de *Fortune* que se produjeron bajo mi dirección artística. (Lionni, 2021, p. 308-309)

El origen de su primer libro infantil lo relata él mismo en sus memorias (Lionni, pp. 285-287). Surgió

como un juego para entretener a sus nietos en un viaje en tren. Un relato inventado a partir de los protagonistas que tenía al alcance de la mano, unos recortes de papel de colores que se convirtieron en dos personajes, Pequeño azul y Pequeño Amarillo, con los que contar una historia en la que no aparece ningún personaje figurativo. A su primer libro le siguieron los libros a los que se refiere en la cita anterior: *Inch by Inch* en 1960, *On My Beach There Are Many Pebbles* en 1961, *Swimmy* en 1963 y otros entre los que destaca uno de los más populares dentro de su producción, *Frederick*, en 1967. «A partir de la publicación de otro de sus cuentos, *Frederick*, el álbum infantil se consolidó como un género experimental y arriesgado. Características que todavía hoy le son propias en los álbumes de mayor calidad» (Garrido, 2019, p. 39).

En ellos no repitió la fórmula de la abstracción absoluta, pero todos se caracterizaron por el impacto visual, el uso de planos y composiciones audaces, la ilustración alejada del lenguaje naturalista tradicional y basada en la simplicidad y la síntesis de la imagen, las técnicas mixtas con el uso del collage y el recorte...

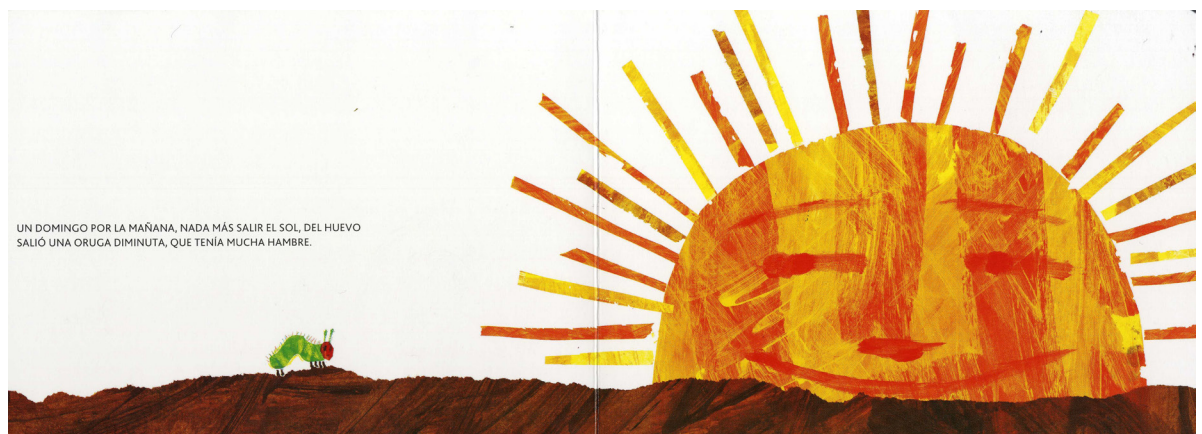
en definitiva, ingredientes con los que había trabajado en el sector publicitario y que potenciaba con su conocimiento del diseño gráfico. Esa sería su contribución al desarrollo del álbum ilustrado. A diferencia de Rand, los libros infantiles no fueron algo puntual en su carrera, sino que se convirtieron en el eje de la misma a partir de los años sesenta, llegando a publicar a lo largo de su vida más de cuarenta álbumes para la infancia, lo que el convierte en uno de los autores más importantes del libro ilustrado para niños.

## Conclusiones

Como se ha constatado a partir del análisis comparado de la producción de Paul Rand y Leo Lionni, en el mundo del diseño gráfico publicitario y editorial ambos autores experimentaron con recursos como la síntesis, abstracción e impacto visual y aprendieron a dirigirse a su público, a captar la atención con pocos elementos, mediante estrategias como el color o el contraste figura-fondo, y a valorar la importancia de la disposición de estos en la página. En su trabajo, el diseño gráfico deja de ser un elemento auxiliar o técnico para convertirse en un componente narrativo en sí mismo, capaz de estructurar el relato visual, pero también de generar significado, emoción y experiencia estética.

El análisis de sus libros para la infancia pone de manifiesto que todo eso lo llevaron también a la práctica en ellos, influyendo en los nuevos lenguajes del álbum ilustrado que se desarrollaron con plenitud a partir de los años sesenta de la mano de autores como Eric Carle. Carle fue también director de arte y diseñador gráfico y publicitario en el Nueva York de los cincuenta y desarrolló una relación laboral y una gran amistad con Lionni, del que aprendió el uso del color y del collage como herramientas fundamentales. Recursos que aplicó a los álbumes ilustrados que empezó a realizar a finales de la década de los 60, como el icónico *The Very Hungry Caterpillar* (1969), uno de los libros ilustrados más influyentes de la segunda mitad del siglo XX que todavía goza de un enorme éxito (Figura 9).

Figura 9. Ilustración de *La oruga glotona*, de Eric Carle. Doble página de un álbum ilustrado y diseñado por Eric Carle. Fuente: *La oruga glotona*, 2022, Kokinos.



La huella de Rand y de Lionni sigue presente, no solo en las continuas reediciones de sus libros y de los de Carle, sino también en el trabajo de algunos de los más importantes autores de álbum infantil de la actualidad como Cris Haughton (Figura 10) o Jon Klassen (Figura 11), quienes recogen la herencia que dejaron estos diseñadores en una manera de concebir la ilustración basada en la reducción a lo esencial, próxima a la abstracción, y en el uso del color y la composición al servicio de la comunicación.

En definitiva, Rand y Lionni contribuyeron significativamente a la modernización del álbum al conseguir que en sus libros se dieran la mano el arte, la ilustración y el diseño. Tres ingredientes que siguen estando muy presentes en los álbumes que publican algunos autores actuales como Haughton o Klassen.



Figura 10. Ilustración de Chris Haughton. Doble página de un álbum ilustrado y diseñado por Chris Haughton. Fuente: *¡Shhh! Tenemos un plan*, por Chris Haughton, 2019, Nube Ocho.



Figura 11. Ilustración de Jon Klassen. Doble página de un álbum ilustrado y diseñado por Jon Klassen. Fuente: *Círculo*, por Jon Klassen y Mac Barnett, 2023, Nube Ocho.

---

## Referencias bibliográficas

- Arellano, V. (2016). El álbum ilustrado: un género en alza. *Revista Literaturas*. Monográfico: Literatura infantil y juvenil. Universidad Pública de Navarra.
- Arnal, R. y Fayos, A. (2010). *Paul Rand*. Gràffica.
- Borda, I. (Coord). (2023). *El álbum ilustrado: Pasen y vean*. Pirámide.
- Bosch, E. (2007). Hacia una definición de álbum. *Anuario de investigación en Literatura Infantil y Juvenil (ANLIJ)*, número 5. Universidad de Vigo.
- Cerdá, R. (2002). Los libros infantiles y el diseño gráfico. *Diseño en síntesis*. <https://disenoensintesisojs.xoc.uam.mx/index.php/diseñoensintesis/article/view/140/1>
- Durán, T. (2009). *Álbumes y otras lecturas*. Octaedro.
- Garrido, R. (2019). *Texto e imagen. La experiencia lectora en el álbum infantil ilustrado*. Cénlit.
- Heller, S. (2000). *Paul Rand*. Phaidon
- Lionni, L. (2021). *Entre mundos. Una autobiografía*. Kalandraka.
- Marcus, L. S. (2008). *Minders of Make-Believe: Idealists, Entrepreneurs, and the Shaping of American Children's Literature*. Houghton Mifflin.
- Martínez, P. y Juan, A. (2025). *Cada uno ve lo que sabe. Una guía para aprender a mirar imágenes a través del álbum ilustrado*. Gustavo Gili.
- Meggs, P. (2009). *Historia del diseño gráfico*. Editorial RM.
- Müller, J. y Wiedermann, J. (2022). *The History of the Graphic Design*. Taschen.
- Van der Linden, S. (2015). *Álbum(es)*. Ekaré.
- Zaparaín, F. y González, L. D. (2010). *Cruces de caminos*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

---

**Raquel Garrido Martos.** Doctora en Historia del Arte con una tesis sobre libro infantil ilustrado por la Universidad de Zaragoza. Profesora de Historia del Arte y del Diseño en la Escuela Superior de Diseño de Aragón. Desde el año 2007 compagina su trabajo como docente con su labor como editora, tendiendo puentes entre el mundo académico y el profesional. Es autora de varios libros para niños y de publicaciones especializadas en la investigación de la literatura y la ilustración infantil participando, además, como ponente en congresos nacionales e internacionales y ha comisariado diversas exposiciones sobre edición, diseño gráfico, arte e ilustración.