



N° 178

“Discurso del Diseño: La revista Summa y el desarrollo del campo disciplinar del Diseño Gráfico en la Argentina (1963-1993)”

Autor: DG. Laura Corti

**Comentarista: Dra. Verónica Devalle
Arqta. Vivian Acuña**

Septiembre de 2012

Discursos del Diseño: La revista Summa y el desarrollo del campo disciplinar del Diseño Gráfico en la Argentina (1963-1993)¹

Laura Corti



Resumen

En el marco de una investigación más amplia sobre la constitución del campo disciplinar del Diseño en la Argentina iniciada hace algunos años,² el trabajo toma a la revista Summa (1963-1993) como una de las fuentes explicativas de dicho proceso. Así, Summa se convierte en el corpus principal de la investigación en tanto le asigno un doble valor: el de haber sido testigo de los procesos de consolidación de los diseños en la Argentina (en tanto disciplinas académicas) durante las tres décadas de aparición; y el de haberse constituido, simultáneamente, en uno de los actores fundamentales de esa historia disciplinar. Summa no sólo difunde lo que acontece en el campo del Diseño sino que participa en su configuración.

Por esta doble condición, me propongo interrogar a la revista Summa a partir de múltiples perspectivas de análisis y persiguiendo distintos objetivos. Desde una teoría de los campos y las prácticas (Bourdieu, Foucault), y analizando los discursos verbales que aparecen dentro de la publicación, busco dar cuenta de los debates sobre el *saber* y el *hacer* del DG

¹ Este trabajo forma parte de mi tesis de Maestría en Comunicación y Cultura (FSOC-UBA) que se encuentra actualmente en elaboración. Teniendo en cuenta la extensión requerida para esta presentación, nos limitaremos a plantear aquí, y de forma sintética, el tema, los objetivos, el marco teórico, las hipótesis, la propuesta de análisis y algunas conclusiones preliminares de la investigación.

² Proyecto Ubacyt A 003 (programación 2004-2007) "Documentos del Diseño Gráfico (DG) en Buenos Aires y La Plata. Un estudio sobre la consolidación de la disciplina en el período 1949-1985". Directora: Dra. Verónica Devalle. IAA-FADU-UBA.

durante aquellos años. Desde una perspectiva socio-semiótica (Lotman, Williams, Mitchell, Geertz, Maquet), y tomando como objeto de estudio aquellos artículos en donde los discursos aparecen consagrando y legitimando ciertas producciones del Diseño, me interesa trabajar con las tensiones que, a mi entender, aparecen entre los modos del decir (enunciados verbales) y del mostrar (enunciados visuales), es decir, entre los argumentos esgrimidos por las voces autorizadas del campo y los argumentos que desde su propio régimen visual construyen las imágenes. Traducidas, esas tensiones se convierten en una serie de interrogantes a responder: ¿Cuáles son los argumentos de validación de las obras y qué de esas obras –en tanto imágenes– se escapa a esa argumentación? ¿Qué tradiciones teóricas –*saberes*– recuperan los discursos sobre las imágenes aparecidos en Summa? ¿Qué tradiciones iconográficas –*modelos*– recuperan dichas imágenes? ¿Responden estos distintos tipos de enunciados a las mismas modalidades enunciativas y condiciones de posibilidad de aparición?

Estas preguntas me llevan a cruzar, desde el análisis, los límites de un campo específico y me sitúan en el terreno más vasto de la llamada *cultura visual*, obligándome a pensar el vínculo que sostienen algunos campos como los del Diseño, la Arquitectura, el Arte o la Artesanía dentro del sistema general de la cultura visual de una época. Pensar, entonces, en el *valor cultural* de esas imágenes me conduce al estudio de nuevas cuestiones vinculadas con el problema de las convenciones representativas vigentes en distintos momentos históricos –y el modo en que dichas convenciones son apropiadas por el Diseño–, así como también, con los modos de circulación y recepción de las imágenes –que instituyen modos particulares de contacto con su público–, y con los tipos de sensibilidad y gusto estético a los que la imagen apela.

Uno de los desafíos que me propongo, entonces, es el de poder sortear la dicotomía entre dos modelos de historización de la disciplina: uno concentrado exclusivamente en la catalogación y clasificación de los productos del Diseño, y el otro enfocado únicamente en el análisis de los discursos, las instituciones y los agentes ligados a los procesos de consolidación del campo disciplinar. Creo que un análisis que se sitúe en la intersección de estos dos modelos, puede arrojar nuevas claves para interpretar el modo en que las disciplinas proyectuales se configuran como campos diferenciados, el cómo se piensan a sí mismas y el cómo construyen, desde el relato, su propia historia disciplinar.

Estado del arte

Hasta hace una década, eran muy pocos los escritos académicos que podían encontrarse a cerca de la historia del Diseño como disciplina en nuestro país. Al día de hoy, la producción se hizo más vasta y dentro de estos estudios podemos encontrar distintas líneas teóricas y metodológicas como, por ejemplo, los trabajos de Devalle (2009), Fernandez et al (2008), Blanco (2005), Bonsiepe et al (2004) y Heiner et al (2002). También se pueden encontrar compilaciones y catálogos de producciones de Diseño -argentino y latinoamericano- así como nuevos espacios de discusión en foros y redes sociales de la Internet. Pero la carencia que encontramos dentro de la producción teórica en torno a la práctica del Diseño es un análisis que articule de manera crítica el aparato teórico y metodológico del campo con su producción visual y la inserción de ésta en el sistema general de la cultura visual de una época.

Planteo del problema

Al comenzar mi trabajo como becaria de maestría dentro del proyecto “Documentos del Diseño Gráfico (DG) en Buenos Aires y La Plata. Un estudio sobre la consolidación de la disciplina en el período 1949-1985”³, me propusieron como tarea el análisis de la revista Summa⁴ –fuente principal de la investigación junto con las revistas Nueva Visión y Tipográfica–, con el objetivo de indagar sobre las tramas de sentido que se articulaban en los discursos de dicha publicación y que iban definiendo la especificidad del DG como disciplina en nuestro país. Se trató de un trabajo que concentraba sus esfuerzos en el intento de construcción de una historia disciplinar del Diseño en la Argentina y, por tanto, el abordaje teórico y metodológico se fundó ineludiblemente en la teoría de los campos de Bourdieu y en concepciones del saber, de la historia, de la cultura y de las prácticas disciplinares afiliadas al pensamiento de autores como J. Lotman, R. Williams y M. Foucault, entre otros. Así, inicié el camino de la investigación en ciencias sociales y el descubrimiento de un mundo de problemas y discusiones que se presentó como novedoso frente a ese otro mundo en cual me formé profesionalmente, el del Diseño Gráfico.

En el marco de aquel proyecto, la primera tarea consistió en el relevamiento del corpus, 268 números de la Revista Summa aparecidos durante el período 1963-1993⁵, y en la selección de aquellas notas referidas al Diseño, directa o tangencialmente. Asimismo, me detuve en la lectura de las notas editoriales por ser, a la vez, el sitio donde aparece claramente una concepción estratégica sobre los movimientos, oficios, disciplinas y profesiones, como también un espacio privilegiado para dirimir la legitimidad de las definiciones disciplinarias.

Una vez hecha la selección comenzó el análisis y clasificación del material. Como primer acercamiento “macro” al corpus, establecí una periodización dentro de la publicación que da cuenta, por una lado, de la mayor o menor importancia otorgada al Diseño dentro de la misma en los distintos momentos y, por el otro, de los diferentes modos en que es concebido, en el orden del discurso, el signifiante Diseño. De esa forma, me fue posible observar los cambios y tensiones que atraviesan los discursos sobre el Diseño Gráfico y que contribuyen a su intento de definición como campo disciplinar específico, diferenciándose así de la Arquitectura y del Diseño Industrial (campo, este último, al que el DG permaneció subordinado durante los años 60 y del que comenzó a desprenderse poco a poco en las sucesivas etapas).

A este primer abordaje a nivel “macro” del corpus seleccionado, le siguió el análisis particular de ciertos ejes temáticos que aparecen de forma reiterada dentro de la publicación y que dan cuenta del vínculo del DG con la tecnología, las instituciones académicas, las fuerzas productivas dentro de ámbitos públicos y privados, los referentes teóricos nacionales e internacionales, entre los más significativos. El objetivo planteado en esta etapa fue claro:

³ Proyecto Ubacyt A 003 (programación 2004-2007) dirigido por la Dr. Verónica Devalle, con sede en el Instituto de Arte Americano. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. Este proyecto fue la continuación de otro anterior: “Archivos del Diseño Gráfico en la Argentina. Un análisis socio-semiótico de sus publicaciones en el período 1951/1989”, bajo la misma dirección y con similar sede.

⁴ Publicación de arquitectura, tecnología y diseño editada en nuestro país entre los años 1963 y 1993 y fundada por el Arq. Carlos Méndez Mosquera. La elección de Summa se debió a la importancia que tuvo como difusora de actividades profesionales y académicas dentro y fuera del país, así como también, a su vinculación con nuevas entidades del Diseño nacionales e internacionales y, en menor medida, con centros educativos universitarios de América y Europa. A ellas nos dedicaremos en extenso en el Capítulo 2 del presente trabajo.

⁵ Para la concreción de ese relevamiento, conté con la colaboración y trabajo inestimable de la diseñadora gráfica Vanina Farías, en aquel momento pasante y asistente del equipo.

concentrarse en los debates y discusiones que contribuyeron al intento de definición del DG como disciplina del área proyectual.

De esa manera, a lo largo de aquella etapa, mi mirada se concentró en los discursos verbales de la publicación, dejando fuera del análisis a las imágenes que allí aparecían.⁶ Pero esta decisión, sin embargo, no logró invisibilizar el material visual que acompañaba a los textos sino todo lo contrario. A lo largo de mi recorrido a través de las páginas de la revista, comencé a percibir una tensión entre aquellas piezas productos del Diseño y los discursos verbales objeto de mi análisis. Aún sin poder justificar esa tensión, pero convencida de que era en ese *entre* de la imagen y los textos donde surgía mi inquietud, consideré necesario la ampliación de mi corpus de análisis tomando, conjuntamente con los discursos verbales, las producciones del Diseño que son *consagradas* dentro de la publicación como ejemplos del *buen hacer* del Diseño y legitimadas por aquellas voces autorizadas dentro del campo. Realicé, entonces, el relevamiento de las producciones gráficas (DG) y objetuales (DI) aparecidas en la revista a lo largo de los 30 años de publicación.

Junto a ese movimiento y transformación del corpus aparecieron nuevos interrogantes vinculados con las producciones del Diseño y su especificidad: ¿De qué manera los *saberes* propios del campo se vinculan con los modos del *hacer* profesional y, consecuentemente, con las valoraciones de las obras o productos del Diseño?⁷ ¿Cuáles son los argumentos de validación de las obras y qué de esas obras –en tanto imágenes– se escapa a esa argumentación? ¿De qué manera se articulan los argumentos sobre la imagen que se construyen desde el discurso verbal y los argumentos que desde su propio régimen visual construye la imagen?⁸ ¿Qué tradiciones teóricas –*saberes*– recuperan los discursos sobre las imágenes? ¿Qué tradiciones iconográficas –*modelos*– recuperan las imágenes?

Estos nuevos interrogantes no sólo abrieron otras líneas de análisis, sino que supusieron nuevos desafíos a la hora de pensar en el marco analítico adecuado para abordarlos. Las teorías y autores trabajados en la primera etapa de la investigación podían echar luz sobre aquellos análisis concentrados en las producciones discursivo verbales del corpus –explicativas de procesos–, pero encontraban su límite ahí donde el objeto cambiaba su materialidad –en las imágenes/productos del Diseño–. ¿Cómo abordar un estudio del material visual que acompaña a esos textos sin caer en un análisis inmanentista de la imagen? ¿Cómo trabajar con esas imágenes sin subsumirlas a un modelo verbal de análisis e interpretación que eclipsara la especificidad de sus lenguajes? El nuevo desafío para el análisis que emergía entonces, frente al corpus ampliado, era el de poder sortear la dicotomía entre un modelo de historización concentrado, exclusivamente, en la catalogación y clasificación de los productos del Diseño y otro enfocado en el estudio de los procesos de consolidación de un campo disciplinar, abocado a los discursos, las instituciones y agentes ligados a dichos procesos. Así, superar esa dicotomía supuso centrar mi análisis en las tensiones que aparecen, al interior de los modos de producción discursiva del campo del Diseño, entre las dimensiones del *hacer con palabras* y el *hacer con imágenes*⁹ y,

⁶ Esta decisión metodológica de tomar como objeto de análisis los discursos verbales, a expensas de los visuales, se sustentó en la premisa de que la historia de un campo disciplinar no se reduce sólo a la historia de sus productos sino, y por sobre todo, a los debates y prácticas diferenciadoras que en el interior del mismo intentarán delimitarlo y diferenciarlo de otros campos.

⁷ A lo largo del escrito referiré al *saber* como el conjunto de conocimientos y axiomas que constituyen la teoría específica de un campo y lo diferenciaré del *hacer* como el espacio referente a la práctica o la acción profesional (Cirvini, 2004).

⁸ En esta pregunta aparece también una premisa o hipótesis implícita, la de la capacidad argumentativa de las imágenes (Gauthier, 1992 y Buchanan, 1985)

⁹ Aquí hacemos clara referencia a la teoría de Austin (1990) sobre la performatividad del lenguaje.

consecuentemente, preguntarme: ¿Responden estos distintos tipos de enunciados a las mismas modalidades enunciativas y condiciones de posibilidad de aparición?

Objetivos

En vistas de lo desarrollado anteriormente, me propuse una serie de objetivos para llevar adelante mi investigación:

- 1) Dar cuenta de los debates sobre el *saber* y el *hacer* del Diseño que van apareciendo a lo largo de las tres décadas de publicación de la revista para poder explicar los procesos de constitución del campo del Diseño, a partir del análisis del material relevado de la revista Summa (1963-1993).
- 2) Analizar el rol que tuvo Summa como agente activo en la constitución del campo de los Diseños (Industrial y Gráfico) en el país y en la conformación de una identidad profesional (la de los diseñadores).
- 3) Indagar de qué manera las transformaciones sobre ciertos *saberes* propios del campo se vinculan con los modos del *hacer* profesional y, consecuentemente, con las valoraciones de las obras o productos del Diseño.
- 4) Analizar, en aquellos artículos donde se presentan productos/piezas del Diseño Gráfico e Industrial, las tensiones que aparecen, al interior de los modos de producción discursiva, entre las dimensiones del *hacer con palabras* y el *hacer con imágenes*, poniendo especial énfasis en sus especificidades y modalidades enunciativas y, asimismo, en las condiciones histórico-sociales de aparición.

Marco analítico

En función de los tres primeros objetivos planteados anteriormente, el análisis intentará dar cuenta de los procesos y agentes que hacen a la consolidación y funcionamiento interno del campo disciplinar del Diseño. Desde un comienzo, este trabajo postula a la revista Summa, en tanto superficie discursiva, como una de las fuentes explicativas del proceso de constitución de un campo disciplinar, el del Diseño. Y esta premisa sólo puede ser tomada como válida en el marco de un estudio sociosemiótico del discurso, que al construir al Diseño como *práctica significativa* (Williams, 1994), obliga a realizar un estudio del mismo como parte de un sistema cultural del que forma parte. Así, la perspectiva culturalista nos da la posibilidad de entender al Diseño, ya no tanto como instrumento creador de mensajes visuales, sino como *práctica cultural significativa* (Williams, 1994), que produce y es producida por sentidos instalados socialmente. Por otra parte, este análisis sociosemiótico nos permite entender a la cultura como *sistema significativa* (Lotman, 1979) y supone un abordaje de nuestro problema a partir de un trabajo intertextual de cruzamiento de fuentes y corpus diversos.

Asimismo, encontramos provechosa la definición de discurso dada por Benveniste (1989) que permite tomar al enunciado como unidad discursiva, y a la vez centrarnos en el contexto extralingüístico para dar cuenta de la instancia de enunciación. Esto supone, entonces, el reenvío del material discursivo a su contexto de producción para analizar el modo en que irrumpen en su

época y su relación con instancias extra-discursivas (económicas, políticas, culturales). En la misma dirección, el análisis bajtiniano de la comunicación discursiva nos permite considerar la producción de sentidos de los discursos como construcciones histórico-sociales. Así, podemos hablar de una historicidad de los enunciados y de marcas que ellos traen consigo. Esta perspectiva hace hincapié en la importancia de la modelización de los enunciados y de los géneros discursivos en la construcción de la puesta en sentido del discurso, y permite, además, pensar la intertextualidad –el diálogo entre textos como lo entiende Bajtín (1981)– que conforma la trama de los discursos sociales.

Siguiendo con lo anterior, pensamos que el Diseño –en tanto práctica y disciplina– se constituye como unidad de sentido en el discurso y que, en el interior de la semiosis social (Verón, 1987), ese sentido se verá afectado por sus condiciones de producción (generación) y reconocimiento (recepción). Son estas condiciones las que definen un campo de efectos de sentido posible y conforman instancias enunciativas particulares, estableciendo así aquello que puede ser dicho o representado. A través del concepto de *gramáticas* de producción y de reconocimiento –en tanto reglas de generación y de lectura respectivamente– podemos explicar las operaciones de asignación de sentido, siempre subyacentes en las materias significantes. Así, al afirmar que un discurso se encuentra relacionado con su condición discursiva, podemos superar lo que Verón considera un falso antagonismo entre los análisis internos y externos de los textos. Un texto no puede ser analizado desde la pura inmanencia, así como tampoco, se puede estudiar una “realidad objetiva” por fuera del discurso, ya que éste no refleja mecánicamente nada sino que es un punto de pasaje del sentido. De ahí que lo real se construya en el discurso.

Por otro lado, para la construcción de una historia disciplinar como la del Diseño no sólo realizaremos un abordaje con herramientas teóricas y metodológicas provenientes del campo de la semiótica, de la teoría del discurso y de la historia –con su interpretación de los cambios y transformaciones en su dimensión diacrónica– sino, también, de la teoría sociológica, especialmente la teoría de la acción y de los campos de Bourdieu (1995).

Siguiendo al autor, aceptamos como premisa que todo campo disciplinar se constituye en la diferenciación con otros campos a través de debates y prácticas que en el interior del mismo intentarán delimitarlo y especificarlo. Este proceso implica, entre otras cosas, construir un *nosotros* –en nuestro caso los diseñadores– así como ciertos mecanismos de legitimación y reconocimiento de la práctica. Así, dar cuenta de la constitución del campo del Diseño, supone responder algunas preguntas tales como: ¿Cuáles son los debates y las prácticas diferenciadoras del campo del Diseño? o ¿Cómo se configura el *nosotros*, diseñadores, dentro de la publicación? Pero por sobre todos los interrogantes aparece uno que encierra en su cuestionamiento el problema que más nos inquieta aquí: ¿Cómo se construye lo que Bourdieu denomina el monopolio del poder de consagración de los productores y, por sobre todo, de los productos de un campo? Es en este punto donde comienza a ponerse en juego la cuestión del valor de la obra –o el de la pieza de diseño– y, consecuentemente los problemas que atañen al vínculo entre el orden de lo discursivo, en términos de lógica e inteligibilidad– y el orden de lo visible –terreno de las formas y lo sensible–.

Desde la perspectiva de Bourdieu, el valor de la obra de arte no es producido por el artista sino por el campo de producción como universo que “produce la obra como fetiche al producir la creencia en el poder creador del artista”. La obra como objeto simbólico adquiere valor si es conocida y reconocida, “si está socialmente instituida como obra por espectadores dotados de la competencia estética necesaria para conocerla y reconocerla”. (Bourdieu, 1997)

Así, un estudio sobre el Diseño y su historia -en tanto disciplina- tendrá como objeto no sólo la producción material de las obras dentro del campo sino, también, la producción del valor de la obra o, mejor, de la creencia en el valor de la obra. Por tanto, un análisis que marche en esa dirección deberá estudiar al conjunto de agentes e instituciones que participan en la producción de ese valor de la obra –en este caso, el *valor diseñístico*–: críticos, historiadores, editores, academias, museos, jurados, concursos, escuelas, etc. (Bourdieu, 1997)

Si volvemos a poner en foco uno de los interrogantes centrales de este trabajo –de qué manera se articulan dentro de la publicación el orden del discurso verbal y el de los productos o piezas de diseño– y consideramos los preceptos de la teoría de Bourdieu que acabamos de sintetizar, podemos entender el enorme aporte que dicha teoría puede realizar a nuestra empresa. En principio, porque nos permite entender el problema de la legitimación y regulación de la práctica y el de la consagración y puesta en valor de las obras, como un problema estructural y propio del campo en cuestión. Y, como consecuencia de ello, nos permite alejarnos de la tentación de buscar en la singularidad y materialización de la obra la explicación de dicha consagración. Pero al mismo tiempo, la teoría de los campos parece encontrar su límite como herramienta analítica ahí donde no puede dar cuenta de la especificidad discursiva de aquellos productos u obras que se producen dentro del campo.

Si bien creemos, como ya hemos dicho, que el *valor diseñístico* de una pieza remite en gran parte al poder argumentativo de los discursos que sobre ella se construyen, ¿no sería posible preguntarse por el modo argumentativo que, desde su propio régimen visual, construye la imagen sobre sí misma? Y, en todo caso, ¿tendrían las producciones del Diseño consagradas un modo específico de argumentación en relación con otras producciones visuales de su época? Creemos que responder a estos interrogantes permite abrir nuevos caminos de indagación sobre la articulación del régimen verbal y el visual en la producción de sentido. Pero para ello necesitaremos recurrir a otros marcos teóricos que puedan brindarnos nuevas líneas interpretativas para abordar el problema de la imagen.

Será entonces al enfrentarnos al cuarto objetivo –el que requiere del estudio de las producciones del Diseño aparecidas en Summa– donde el análisis desbordará los límites de un campo específico y nos situará en el terreno más vasto de la llamada *cultura visual* (W. J. T. Mitchell), obligándonos a pensar el vínculo que sostienen algunos campos ligados a la producción de lo visual –Diseño, Arquitectura, Arte, Artesanía– dentro del sistema general de la cultura de una época. De la misma manera que, en el orden del discurso verbal, todo enunciado se inserta en una red intertextual (Bajtín), entiendo que las imágenes del Diseño en su dimensión discursiva no pueden escapar de esa otra red constituida por la tradición de las imágenes y los modos de entender la visualidad de una sociedad. Pensar, entonces, en el *valor cultural*¹⁰ (Geertz, Maquet) de esas imágenes me condujo al estudio de nuevas cuestiones vinculadas con el problema de las convenciones representativas vigentes en distintos momentos históricos –y el modo en que dichas convenciones son apropiadas por el Diseño–, así como también, con los modos de circulación y recepción de las imágenes –que instituyen modos particulares de contacto con su público–, y con los tipos de sensibilidad y gusto estético a los que la imagen apela.

Por tanto, tomaremos a la revista Summa como dispositivo enunciativo (Verón, 1997) en el cual se articulan discursos tanto de carácter verbal como visual. Analizaremos las

¹⁰ Valor que aparece por la relación diferencial que sostienen los productos del Diseño con otras producciones visuales dentro de una cultura.

imágenes que acompañan los artículos pensándolas como *cueros significantes* y por tanto, como soportes de operaciones icónicas, indiciales y simbólicas (Peirce). Así, nos interesará no sólo el estudio de las imágenes en su configuración formal (estética y estilística) sino también en relación a su función dentro de la revista –que en muchos de los casos difiere de la función para la cual ese objeto o pieza comunicacional fue pensada.

Serán de mucha utilidad para el análisis las herramientas conceptuales aportadas por Jacques Maquet (1999) para el estudio de objetos estéticos en tanto nos permite pensar la cualidad de la forma como consecuencia de un relación entre el componente humano, el cultural y el singular; y distinguir dentro de una cultura, el nivel productivo (vinculado a materiales y procesos de producción), el societal (relacionado con redes de profesionales e instituciones) y el ideacional (concerniente a las organizaciones formales y los estilos).

Hipótesis

En el marco de esos planteos, comenzaron a surgir una serie de hipótesis de trabajo. La primera de ellas, postula lo siguiente:

La noción de *saber proyectual* (Maldonado, 1993), entendido como método racional de trabajo para la resolución de un problema de diseño, aparece a lo largo de la historia del campo, no sólo como concepto legitimador de la transformación de las prácticas diseñísticas en disciplinas académicas (Devalle, 2009) sino, también, como uno de los principios esgrimido a la hora de validar las piezas del Diseño. Aparece la creencia de que es el dominio de una buena técnica o método proyectual lo que constituye el *valor diseñístico* de la pieza. Ese valor surgiría de la contrastación de los modos procesuales del Diseño con los procedimientos adoptados por otros campos vinculados a la producción de objetos y comunicación visual dentro de la sociedad. De esta manera, y así planteado, los productos *consagrados* dentro de la publicación en tanto referentes del *buen diseño*,– se piensan como resultantes naturales de ese *hacer proyectual*, y las *nuevas formas* que dichos productos encarnan se justificarían desde ese propio *saber hacer*.

Si bien entendemos que la aparición del *valor diseñístico*, y el énfasis puesto en él, forma parte de los procesos necesarios para la constitución de la especificidad del campo del Diseño, creemos que la falta de una reflexión sobre el vínculo que sus producciones sostienen, en tanto material signifiante de una cultura, con productos provenientes de otros campos, reduce la posibilidad de pensar en las piezas del Diseño como partes conformadoras de la cultura visual de una época.¹¹

Desde la propia teoría del campo, las piezas surgen como consecuencia de un problema o necesidad a resolver, pero una vez puestas a circular socialmente, esas imágenes comienzan a investirse de nuevas funciones y sentidos, no controlables –ni imaginables de antemano– por sus propios productores (Arfuch, 1997). Es esta última dimensión, a nuestro parecer, la que se deja a un lado en la mayoría de los discursos y debates al interior del campo, perdiendo de vista

¹¹ Debemos aclarar aquí que a lo largo de su constitución como campo disciplinar, y de un modo más fuerte en su etapa fundacional, el Diseño aparece asociado con el signifiante *cultura visual* y con el proyecto de construcción de una nueva visualidad –la revista *Nueva Visión* puede dar cuenta de ello–. Sin embargo, y basada en el testimonio que presenta la revista *Summa* a lo largo de tres décadas, creo que la imposibilidad de concreción de esa utopía inicial hizo que los discursos del Diseño se cerraran sobre sí mismos desestimando los lazos que sostiene el campo con esa cultura visual que no logró transformar.

–y aquí una nueva hipótesis– que es el reconocimiento de una herencia visual por parte de los lectores, lo que hace posible, en última instancia y de manera más completa, la *legibilidad* de esas piezas. Condición, la de la *legibilidad*, que se presenta como fundamental para las piezas del Diseño Gráfico en tanto la puesta en forma del mensaje –y siguiendo los preceptos disciplinares– persigue, entre otras cosas, un ideal de claridad formal y transparencia comunicacional asociado con dicha condición.

Otro de los problemas que surgieron tras el primer acercamiento al corpus se vincula con lo que denominaré las modalidades del mostrar de los discursos visuales, y los modos de decir de los discursos verbales. La hipótesis que planteo aquí es la que sostiene la existencia de un desfase entre el desarrollo de las teorías y axiomas constituyentes de los saberes propios del campo, y el desarrollo de sus producciones. Observamos que las producciones del Diseño –en su configuración formal– sostienen transformaciones, que no pueden explicarse desde, o que desbordan, los discursos teóricos del campo. Considero que ese desfase puede explicarse si nos posicionamos, desde el análisis, en el cruce de la historia disciplinar del campo del Diseño –una historia interna y asumida como propia– con esa otra historia, más general y menos específica, que es la de la visualidad de una cultura. De esa manera, un análisis diacrónico del corpus, apelando a la clásica distinción saussureana, nos permitirá describir las transformaciones de los discursos sobre la práctica y sus productos dentro del campo y comparar, durante las tres décadas que recorre la publicación, las producciones del Diseño que aparecen allí legitimadas. Pero será en el abordaje de tipo sincrónico del corpus donde trataremos de explicar las relaciones que las piezas consagradas sostienen con lo que podríamos denominar el *estado de la cultura visual* de su época. Ahí uno de nuestros intereses centrales.

Presentación del corpus.

Perfil editorial.

Fundada por el Arq. Carlos A. Méndez Mosquera en abril de 1963, Summa nace, según sus propias palabras, con la intención primordial de suplir la carencia, a nivel nacional y latinoamericano, de un “*medio de comunicación entre todas las personas interesadas en lograr un alto nivel de calidad en los temas de arquitectura, tecnología y diseño*”. Este postulado, que se presenta casi como manifiesto fundacional en la primera y varias veces evocada nota editorial, es reconocido por los propios actores sólo como un medio para alcanzar un fin aún más significativo: “*la concreción de un mundo futuro mejor*”¹². De esta manera, Summa pretende mostrar el quehacer y realidad latinoamericana al resto del mundo, sin dejar de lado por ello material y discursos gestados por fuera del continente. Este primer número parte entonces de un supuesto, la certeza de que “*existe una Latinoamérica pensante y constructora*” donde habita “*todo un grupo de técnicos que construyen un mundo futuro*”.

Otro de los objetivos que persigue la revista es el de estimular la participación de los lectores mediante envío de artículos, trabajos y, aunque en menor medida, de opiniones y “*sanas críticas*”. Desde un comienzo se esperan “*aportes progresistas y actuales que signifiquen una justa utilización de los medios contemporáneos*”. De esta manera, Summa, se

¹² Se hace muy evidente durante el primer período de vida de la publicación (años '60), la presencia de un discurso dominante con una fe ciega en la adopción de buenas técnicas de comunicación y de correctos procesos de producción como medio más eficiente para alcanzar aquel sueño de un mundo más igualitario.

declara “*en contra de todo lo regresivo y pasatista*”, dejando bien en claro una postura ideológica que marcará en lo sucesivo su posicionamiento dentro de los campos disciplinares que pretende abarcar.

Si bien a lo largo de la historia de la revista pueden observarse cambios en la organización de los contenidos en forma de secciones editoriales¹³, existe una constante significativa que refiere al lugar preponderante que ocupa la arquitectura en relación con sus otros dos compañeros de tríada temática: la tecnología y el diseño. No obstante este protagonismo es indiscutido, existen tensiones permanentes entre estas áreas que se traducen no sólo en una mayor o menor atención por parte de los editores a alguna de ellas, sino también, en una mayor o menor intensión de cruce interdisciplinar a nivel teórico. Se hace evidente así, que esas tensiones vinculadas a una búsqueda de legitimaciones y de límites de incumbencia de los distintos campos, no sólo tiene que ver con las diferencias temporales en lo que respecta a la consolidación de las disciplinas sino, también, y por sobre todo, por las relaciones que estas prácticas guardan con la realidad socio-política y económica nacional e internacional.

Asimismo, las transformaciones a nivel temático se vinculan, a nuestro entender, con los cambios de directores y colaboradores editoriales.¹⁴ Se puede decir, en relación con los contenidos generales, que a lo largo de sus páginas siempre estuvieron presentes obras y proyectos de arquitectos argentinos y extranjeros considerados figuras relevantes para la época y que, en la mayoría de los casos, eran identificados como creadores o seguidores del movimiento moderno internacional (MM). Esta fidelidad incondicional al MM hizo que se dejara de lado con frecuencia la tarea de profesionales “medios” autores de la mayoría de la arquitectura anónima del país (Aliata y Liernur, 2004). Este mismo criterio de selección de trabajos y profesionales para ser incluidos o excluidos del corpus, aunque siguiendo otro tipo de orígenes legitimantes, puede apreciarse en lo concerniente a otras prácticas como la del diseño industrial y gráfico.

También, debemos destacar la importancia que tuvo Summa como difusora de actividades profesionales y académicas dentro y fuera del país. En sus páginas encontramos referencias constantes a congresos, seminarios, cursos, exposiciones, llamados a concursos y hasta campañas públicas propugnadas por la misma editorial.¹⁵ No menos significativa es la vinculación de la revista con nuevas entidades del diseño nacionales e internacionales como el CIDI (Centro de Investigación del Diseño Industrial), la ADIA (Asociación de Diseñadores Industriales de la Argentina), la ADG (Asociación de Diseñadores Gráficos), y el ICSID (Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial); así como, aunque en menos medida, con centros educativos universitarios de América y Europa.

En relación a la construcción de sus lectores, Summa comienza dirigiendo su empresa a arquitectos, ingenieros, técnicos, diseñadores gráficos e industriales, siguiendo con su propósito de generar un nexo interdisciplinar, no sólo entre profesionales argentinos, sino también, latinoamericanos. Es llamativa, en un comienzo, la falta de apelación a un público estudiantil

¹³ En medio de esos cambios, podemos encontrar ciertas secciones estables a lo largo de los 27 años analizados: la clásica Arquitrampa (a partir de octubre del 69), Noticias, Comentarios bibliográficos y el lugar otorgado a Empresas y Productos nacionales.

¹⁴ Dentro de las colaboraciones más importantes podemos mencionar a Leonardo Aizenberg, Gui Bonsiepe, Julio Cacciatore, Jorge Goldemberg, Alcira González Maleville, Guillermo González Ruiz, Ernesto Katzenstein, José A. Le Pera, Luis Morea, Alberto Petrina, los hermanos Shakespear y Marina Waisman.

¹⁵ Entre esas campañas podemos destacar: “Summa invita a la preservación del patrimonio arquitectónico, artístico y urbanístico” (1977), “Campaña en pro de la recuperación de las costas y los ríos para uso del hombre” (1980) y “Preservación del patrimonio” (1988).

universitario –no así al sector docente–, que sólo comienza a esbozarse en la última etapa de la publicación, coincidiendo con la llegada de la democracia al país y con la creación de las carreras de diseño en la FADU. Durante la década del '60 y principios de los '70, es inminente el llamado a empresarios, industriales, centros educativos y organismo gubernamentales, quienes se convierten en alguno de los interlocutores más significativos del período. No es fortuito que esta apelación se realice en medio de un contexto económico favorable al desarrollo industrial en el país y que coincida con la construcción de un discurso que fomenta la integración de profesionales y propietarios de los medios de producción en pos de un fin último: la búsqueda de una identidad y estilo nacional.

Otra de las preocupaciones constantes por parte de los realizadores de la publicación, es la coherencia editorial que se observa a nivel temático y argumentativo en el armado de cada uno de los números. Esa cohesión, a su vez, forma parte del compromiso asumido por sus directores y se pone de manifiesto en cada una de las notas editoriales que encabezan los ejemplares¹⁶.

Periodización del corpus.

El criterio que se encuentra sustentando el corte por etapas que haremos a continuación, no presupone la búsqueda de instancias superadoras y constitutivas de un proceso evolutivo que concluye en la consolidación del DG como disciplina, sino que responde a la necesidad –provocada en parte por la densidad del corpus analizado– de distinguir ciertos discursos dominantes que se imponen en determinados períodos y que dan cuenta de la constitución de las tramas de sentido que tratan de definir la especificidad del DG. Esta periodización transluce así, la importancia que se le otorga al diseño dentro de la publicación en distintos momentos y los diferentes modos de construcción que se hace, a nivel discursivo, de nuestro objeto de estudio.

1963-1968: Apariciones intermitentes, discursos continuados.

Esta primera demarcación corresponde al período inicial de apariciones intermitentes de la revista –sólo se publican uno, dos o tres números por año– que comienza con la dirección de Carlos A. Méndez Mosquera, hasta diciembre de 1965, y que luego quedará definitivamente en manos de la arquitecta Lala Méndez Mosquera. Vale aclarar que este traspaso de mando no significó una desvinculación de Carlos A. Méndez Mosquera del flamante emprendimiento, ya que seguirá participando durante todo este período, y hasta julio de 1968, como editor del mismo; pero puede percibirse un cambio de espíritu en la selección de contenidos que nos lleva pensar que el cambio de funciones tuvo incidencias concretas. Así como los primeros cuatro números se proclaman como fieles sucesores de debates ya clásicos dentro del campo de la arquitectura y el diseño –internacionalismo/nacionalismo, arte/artesanía/diseño, forma/función, legitimación de prácticas a través de afiliaciones a teorías e instituciones educativas extranjeras, entre otros–, los números siguientes, sin abandonar del todo aquellas primeras inquietudes, parecen encaminarse hacia el centro de nuevos debates que comenzarán a perfilarse a nivel

¹⁶ Nos ha interesado el editorial como un género discursivo en la medida en que retoma y articula elementos que oscilan entre la revisión crítica y el manifiesto. Son, a la vez, el sitio donde aparece claramente una concepción estratégica sobre los movimientos, oficios, disciplinas y profesiones, como también un espacio privilegiado para dirimir la legitimidad de las definiciones disciplinarias.

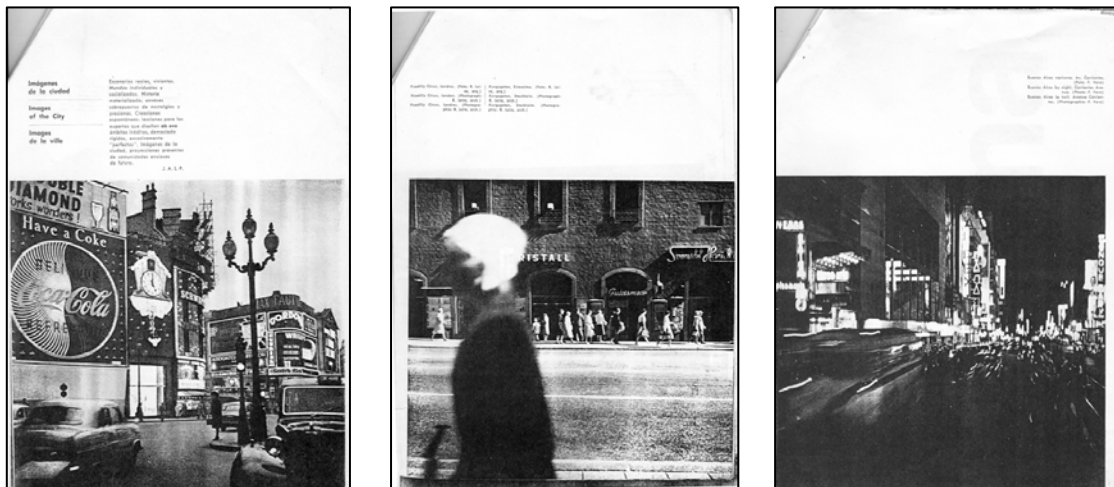
internacional como dominantes de una época: el problema del medio ambiente humano, la búsqueda de cientificidad de los procesos productivos, la revolución tecnológica y su impacto en las distintas esferas de las prácticas sociales, la cultura de masas y los medios de comunicación, entre otros.

Como dato curioso, puede marcarse que a partir del octavo número –abril de 1967– y hasta la edición 14 –diciembre de 1968– hay un intento por separar bajo la forma de dos secciones editoriales independientes, las notas vinculadas a la arquitectura y al diseño. El criterio de clasificación de los artículos que componen esta última sección parecería estar vinculado con otorgar un nuevo espacio a aquellas actividades “proyectuales” que, lejos de definirse positivamente como campos disciplinares consolidados, se definirían por no ser arquitectura. Así en esta sección aparecen temas relacionados al Diseño Industrial (DI), al Diseño Gráfico, al Diseño Textil pero siempre bajo la idea de que todos ellos en conjunto –y aquí se suma también la arquitectura– obedecen a un “*plan orgánico*” que tendría como fin último “*la concreción de un mundo mejor*”. Ya en una de las notas editoriales de 1966 se hace una advertencia sobre los peligros de una especialización extrema del campo profesional y a la necesidad de construir puentes interdisciplinarios.

Durante este período el DG aparece como actividad subordinada o complementaria al desarrollo del DI. Se pone énfasis en el poder comunicacional de un buen diseño gráfico, donde los interlocutores quedan restringidos, casi con exclusividad, a la empresa y el mercado. No aparecen delineados, por otra parte, límites precisos de incumbencia del campo del DG, pero aparecen intentos por hablar de actividades diferenciales como la publicidad, el desarrollo de marca y la gráfica para exposiciones, entre otras.

Análisis del materia visual correspondiente al período¹⁷

En este apartado me ocuparé, específicamente, de aquellos artículos en donde los discursos aparecen consagrando y legitimando ciertas producciones del Diseño. Es aquí donde me interesa trabajar la tensión entre los argumentos esgrimidos por las voces autorizadas del campo y los argumentos que desde su propio régimen visual construyen las imágenes.



Imágenes
1 / 2 / 3

¹⁷ Por el carácter acotado que el presente trabajo requiere, sólo presentaré aquí unos pocos casos de los tomados en la tesis para dar cuenta del tipo de análisis que realizo del corpus.

La misma contundencia y solidez de la portada, en donde una estricta economía de recursos planta en negro sobre blanco el nombre de la publicación, se verifica luego en su nota editorial. Ésta tiene tono de manifiesto. Cada párrafo es una declaración de principios. El mundo, sus continentes, sus realidades y conflictos, son evocados en el texto. La imagen trae a ese mundo ante nuestros ojos. Fotografías de distintas ciudades conforman la primer nota intitulada “Imágenes de la ciudad”. Londres, Estocolmo, Buenos Aires aparecen montadas en una cadena sin solución de continuidad. Quizá el modo singular del título ya auguraba la síntesis: las distancias geográficas se borran y las ciudades terminan siendo una, *la metrópolis*. (Imágenes 1, 2 y 3).



Imágenes
4 / 5

En la página 62 una mujer con tapado, levemente inclinada del otro lado del vidrio, clava su mirada sobre un pequeño objeto que permanece inmóvil. La fotografía se repite, pero esta vez con un zoom que encuadra el rostro de la señorita, deja fuera de campo al objeto de deseo y se concentra en el acto de expectación. En el margen izquierdo, el título del artículo releva la imagen y agrega: “Buenos Aires abre sus vidrieras al *buen diseño*”, y el eco de la frase se replica primero en inglés y luego en francés. Es un eco cosmopolita. (Imágenes 4 y 5).

Desde el texto, la imagen se piensa como evidencia de un hecho nuevo en la ciudad: el público, por fin, comienza a mostrar su interés por objetos de *buen diseño*. Y algo más, ese público ya no se corresponde con una pequeña elite porteña sino con “todo un mercado”. Según los editores, ese fenómeno se explica como consecuencia de un “asentamiento de un proceso cultural” que no tiene nada de azaroso, sino, por el contrario, causas lógicas e identificables.

Uno de los factores que se presentan como puntapié inicial para dicho proceso fue la labor realizada por la revista *nueva visión* (1951-1957) que, a través de sus páginas, realizó la difusión de objetos de buen diseño y artículos vinculados con el tema, contribuyendo así a la formación de un público especializado. Asimismo, otros dos hechos fundamentales, siguiendo los argumentos de la nota, fueron las exposiciones de artesanías finlandesas y suecas llevadas a cabo en la ciudad el año anterior a la aparición de *Summa*. La gran afluencia de público a dichas muestras es tomada como índice del interés puesto en los objetos de *buen diseño*:

“La gente concurre desde tempranas horas de la mañana, hace filas hasta la apertura de la exposición y venta, y lucha a brazo partido, en una verdadera batalla campal para lograr la posesión de los objetos exhibidos en Nordiska”

La imagen descrita se vuelve graciosa de tan grotesca. Si omitiéramos la referencia espacial, la actitud de la horda bien podría representar la histeria colectiva de los jóvenes

beatle-maníacos que por aquel tiempo se agolpaban en las disquerías para conseguir el último LP de la banda. La metáfora de la batalla, los cuerpos luchando por posesiones –o poseídos por un ansia de consumo– parecen contrastar con la actitud serena –¿civilizada? – de la mujer perpleja frente al jarrón. Quizá porque, pasada la “novedad” del desembarque de los objetos, la mujer sabe que el diseño llegó para quedarse. Y llegó, como casi todo en Buenos Aires, desde el otro lado del Atlántico.¹⁸

Mientras que el consumo y el interés masivo se muestran, en sí mismos, como indicadores suficientes para hablar de la instauración del diseño en la ciudad, el artículo decide dejar de lado, explícitamente, la pregunta por las motivaciones del público hacia ese tipo de objetos así como el análisis o reflexión sobre lo que se entiende por *buen diseño*. Puesto así, no importa tanto el *por qué* ni el *qué* de ese consumo sino el hecho de que esa demanda tendrá un efecto concreto en los valores del mercado. La nota concluye entonces con una apelación directa a uno de los actores y socios necesarios para el desarrollo local del diseño de objetos: los industriales.

El artículo pone el foco, de manera clara, en el consumo de los productos y en el fenómeno de circulación de los mismos. Los objetos/artesanías quedan relegados a la categoría de objetos de contemplación, mercancías que circulan por los espacios de exhibición propios del sistema de las bellas artes. Nada se dice sobre su función, nada se dice sobre su forma. Pareciera Importar más la posibilidad de acceso a “lo nuevo” por parte del público y las referencias autorales en la medida de que son dichas autorías la que otorgan prestigio a las obras: “*Piezas de Tapio Wirkkala, muebles de Alvar Aalto, telas, tapicerías, todo un conjunto inédito para el público de Buenos Aires fue visto, revisto y admirado.*”

Es interesante ver cómo se articulan en este primer momento de la publicación, una serie de conceptos y temas que, para ese entonces, todavía podían convivir dentro de un mismo campo de sentidos: la artesanía, el arte, el diseño, el objeto bello, el museo, la industria.

Será recién en el segundo número de la revista aparecida en octubre de ese mismo año donde el tema del Diseño Industrial adquiere un carácter local y más protagónico. Con los artículos “Diseño Industrial, Argentina 1963” y “Primera Exposición Internacional de Diseño Industrial” (Imágenes 6 y 7) comienzan a presentarse las figuras e instituciones que, a juicio de la publicación, hacen posible la aparición del *buen diseño* en Argentina. Así, aparece en escena la flamante institución creada por el INTI (Instituto Industrial de Tecnología Industrial) y dirigida por el Ing. Basilio Uribe: el CIDI (Centro de Investigaciones del Diseño Industrial), que será responsable, entre otras cosas, de la organización de esa primera exposición llevada a cabo en el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de Buenos Aires en mayo de ese año. Desde el texto, se vuelve a acentuar el “éxito sin precedentes” de público que tuvo la muestra, remarcando el aspecto didáctico de la misma gracias a la conformación de un catálogo con notas de los Ing. Tedeschi y Uribe. Pero al referirse a las fotografías que acompañan el texto –que constituyen el ochenta por ciento del artículo– éste las piensa con carácter ilustrativo. Así, según los mismos epígrafes, las fotografías estaría presentando “aspectos parciales” o “vistas parciales” de dicha exposición, destancándose, entre la multiplicidad de objetos exhibidos, algunos que son

¹⁸ Los referentes y modelos del diseño que aparecen a lo largo de todo el número son extranjeros: Finlandia, Italia, Suecia, Francia, Alemania, entre otros. La apertura del mercado de bienes culturales durante la década del '60 aparece como contexto propicio para la llegada de objetos de diseño de otras partes del mundo. No sólo objetos, sino también libros, revistas, música, cine. Así los porteños podían acceder a las “nuevas formas” pensadas por europeos y norteamericanos.

identificados con sus autores desde los epígrafes que acompañan las imágenes. Las fotografías están aquí funcionando en términos de un registro testimonial, pero esta vez, poniendo el énfasis en los objetos y en la disposición espacial del ámbito de exhibición. La multitud y los espectadores no son registrados pero los productos siguen siendo el objeto de contemplación, esta vez, de un observador anónimo que se encarnará en cada lector de la revista (Imágenes 6 y 7).

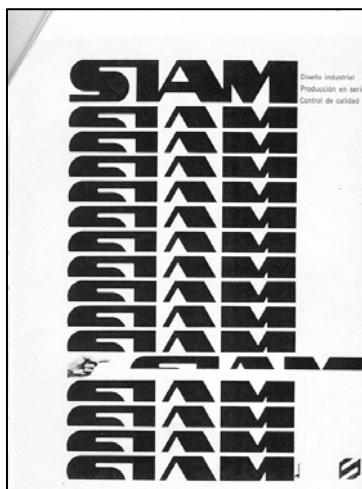
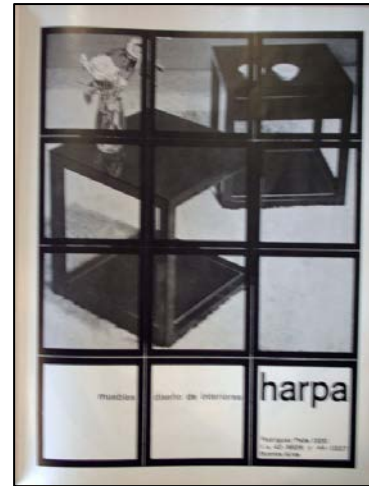
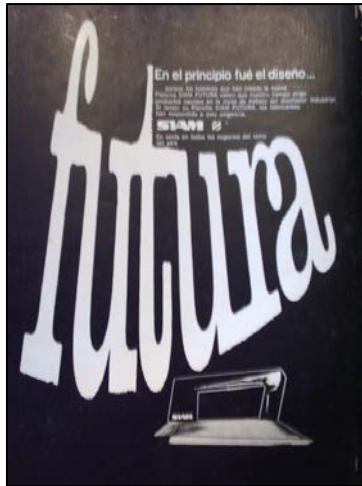


Imágenes
6 / 7

Otra de las notas que acompaña las precedentes se denomina “Aspectos del diseño” y reproduce una conferencia del Arq. Leonardo Aizenberg pronunciada en el Museo de Arte Moderno con motivo de la Exposición Harpa de Muebles Argentinos Contemporáneos en diciembre de 1962. Lo interesante de este artículo es el análisis hecho por el autor sobre el concepto de diseño, sus procesos y metodologías. Más allá de la riqueza y profundidad del análisis que hace Aizenberg –en el que no nos detendremos aquí– nos interesa remarcar la presencia, por primera vez en la publicación, de dibujos de cortes que no refieren a un proyecto arquitectónico sino a uno de los tipos de mobiliario a los que alude la nota: la silla. Esta serie de dibujos cumplen una función clara y ya explicitada desde el texto: ilustrar el proceso de diseño, realizar una clasificación de tipos formales y materiales y presentar ejemplos de sillas ya existentes en el mercado. Así, a diferencia de las fotografías de objetos y mobiliario presentadas anteriormente, estas imágenes no están representando a los productos, ni a sus modos de circulación o exhibición (el museo), sino que hacen visible un modo de pensar y proceder que convierte a estas imágenes en herramientas tanto cognitivas como didácticas (Imagen 8). Al mismo tiempo, la selección y presentación de un repertorio de sillas como referentes de distintas tipologías, cumple, a nuestro entender, una doble función: la de otorgarle historicidad a la práctica reconociendo una “herencia” y tradición en el campo, y a la necesidad construir modelos de referencia (a nivel formal, funcional y estilístico) que permitan hacer legibles y legitimen las nuevas producciones desarrolladas en el campo local.

Otro ejemplo interesante sobre la ilustración de procesos de diseño, aparece en el mismo número de la revista en otro texto dedicado a la presentación de un nuevo modelo de plancha fabricado por la firma Siam Di Tella. Lo interesante de este caso es que presenta el rediseño global de un producto –desde el objeto hasta el envase y la marca– convirtiéndose en uno de los primeros ejemplos en donde comienza a pensarse al diseño gráfico y empresarial trabajando en conjunto con el diseño industrial (Imágenes 9 y 10). Así, se utiliza la fotografía para presentar el producto en primeros planos que captan al detalle los atributos formales y materiales. Se elige presentar también, fotografías del modelo anterior para ponerlos en contraste y realzar sus diferencias que en el texto se ven expresadas de esta manera:

“encarar también un rediseño externo, por entenderse que la forma clásica (los barrocos mangos “funcionales”, reacción a su vez ellos a la época de los mangos torneados en madera) había cumplido su ciclo, y comenzaba a desubicarse en el entorno actual.”



Imágenes 11 a 16

Asimismo, en relación con el envase y la marca, las imágenes presentan una serie de fotografías que dan cuenta del cambio en el diseño del envase y su “línea gráfica” producidos por Di Stéfano (Imagen 10). Aparecen también una serie de esquemas de armado del envase que muestran el paso del viejo modelo al nuevo y la reelaboración de éste último para poder ser producido industrialmente. Así, el esquema da cuenta de un “estudio racional” de la forma en la búsqueda de una economía formal y de producción (costos).

El resto de los períodos

Si bien no desarrollaré aquí el análisis del resto del corpus, lo presentaré de manera muy sintética para dar cuenta de las transformaciones que la publicación fue teniendo a lo largo de su historia.

1969-1978: La fundación de un origen disciplinar y sus protagonistas.

A partir de febrero de 1969, y con el ya mítico número 15 dedicado a los 20 años de Diseño en la Argentina, Summa comienza a aparecer con regularidad mensual. En sus páginas aumenta la cantidad de espacio dedicado a obras de arquitectura nacional y, para poder sobrevivir dentro de un medio de producción inestable propio de la época, se ven obligados a desarrollar una estrategia de expansión de la oferta de publicaciones. Así, el nombre de la revista se convierte en el de una editorial y salen al mercado los Cuadernos Summa - Nueva Visión, dirigidos por Ernesto Katzenstein, y la colección Summarios a cargo de Marina Waisman. Ambas publicaciones se dedicaron a suplir la falta de material en la revista madre en lo referido a producciones internacionales.

Un cambio importante que marca una inflexión con respecto al período precedente, es el alejamiento a mediados del año 1968 de Carlos A. Méndez Mosquera y su reemplazo, en primer término, por el arquitecto Leonardo Aizenberg quien se desempeñará como editor responsable hasta abril de 1971, y luego, por la arquitecta Alcira González Malleville que ocupará ese mismo cargo hasta noviembre de 1979. Lo que puede parecer a simple vista un cambio de nombres dentro de la secretaría de redacción de la revista, se traduce en un evidente giro editorial que llevó a Summa a destinar el noventa por ciento de sus páginas a temas vinculados con la vivienda, la planificación urbana, la industrialización de la construcción, el patrimonio histórico y, en general, a problemas relacionados con la arquitectura nacional y su entorno.

Como incorporación importante al staff durante este período, se destaca la participación de Gui Bonsiepe como asesor de la publicación –a partir del número 79 de agosto del 1974–, quien se encargará en gran medida de ocupar, aunque no de manera sistemática, el lugar destinado al Diseño –mayormente el DI–. Su primer artículo aparece en mayo de 1970 con el título “*Diseño Industrial, funcionalismo y tercer mundo*” y es un fiel exponente de las temáticas sobre las que teorizará y escribirá a lo largo de esta década.

Si bien durante este período no existió una sección destinada específicamente al diseño gráfico o industrial, aparecen algunos artículos que atienden a estos campos a través de la participación esporádica de Guillermo González Ruiz y Carlos A. Méndez Mosquera. En dichos artículos las temáticas se centrarán en el problema de la comunicación, la publicidad y el diseño de marcas.

1979-1983: Primeros intentos de emancipación: nuevas secciones, nuevas fronteras disciplinares.

Esta etapa en la vida de Summa se presenta como muy significativa en lo que atañe a nuestro centro de interés, ya que es a partir de este momento –diciembre de 1978– donde aparece por vez primera una sección editorial llamada *Diseño Industrial y Gráfico* a cargo de Bonsiepe. La misma se mantendrá hasta junio de 1981 –año en que Bonsiepe se aleja de la publicación– y será sustituida por otra denominada, sin más, *Diseño Gráfico*, esta vez a cargo de los hermanos Shakespear –hasta septiembre de 1983–. Podría decirse que es a partir de este período cuando la revista reconoce, no tanto la importancia del DG como práctica, sino más bien, una cierta autonomía del mismo en relación a otras esferas del área proyectual. Este espacio diferenciado que se

abre dentro de la revista coincide con la reincorporación de Carlos A. Méndez Mosquera como asesor editorial –junto con Jorge Goldenberg– y con un nuevo cambio en la secretaría de redacción –se aleja Alcira González Maleville y entra Julio Cacciatore–. Las temáticas del campo empiezan a concentrarse en cuestiones vinculadas con la enseñanza del diseño, sus aspectos metodológicos, el perfil de la profesión, así como también, su vinculación con el campo de la semiótica.

1984-1993: Aperturas.

El último tramo de Summa comienza con la llegada de la democracia al país y el surgimiento de las carreras de diseño en la UBA. Aparece la sección *Diseño y Comunicación* a cargo de Jorge Canale –desde mayo de 1986 a mayo de 1987– y la sección *Diseño y Tecnología* –desde noviembre de 1986–. Consideramos importante, durante este período, los discursos en torno a la relación DG / DI que se dan sobre todo en la década del '90 –por la importante irrupción tecnológica que se produce en la Argentina en ese momento–, teniendo en cuenta que el estudio hecho en torno a los intentos de definición/diferenciación de estos dos campos del Diseño en las 3 décadas anteriores, muestra una compleja relación entre los conceptos de tecnología/forma/función vinculada al campo objetual (DI) y los de identidad/forma vinculadas al campo comunicacional (DG), ambos cruzados, por supuesto, por el significativo “proyectual”.

Conclusiones preliminares

Summa muestra una constante preocupación por ir construyendo discursivamente, bajo la forma del género editorial, un perfil coherente como publicación que pueda legitimar a través de su trayectoria las distintas teorías sobre el Diseño que irá sosteniendo. Pero esta coherencia en el relato de sí misma aparece en muchas ocasiones puesta en entredicho por los distintos artículos que van conformando cada número a lo largo de su historia. Es ahí donde la estabilidad de las definiciones se ve amenazada por un desajuste y desdibujamiento de las certezas, de los límites de incumbencia de las disciplinas o del alcance de sentido de un término.

Tanto los discursos verbales como visuales aparecidos en la revista Summa tendrían la intención, por parte de sus enunciadores, no sólo de difundir o divulgar acontecimientos, personajes, trayectorias y producciones, si no, también, de sumarse a la elaboración de un discurso disciplinar que fuera delineando el perfil y configurando las incumbencias de un “campo proyectual” no del todo definido en los comienzos de la publicación. Fuertes indicadores de este proceso lo constituyen las notas editoriales de la revista que tienden a subsumir bajo el denominador común de lo proyectual (en oposición a lo artístico, lo científico o lo tecnológico) al Diseño Gráfico, al Diseño Industrial, al Diseño Textil y a la propia Arquitectura.

La legitimación de los productos del DG, y el valor otorgado por Summa a las piezas gráficas dentro del campo, se ven sustentados, dentro de los discursos verbales, desde una creencia casi absoluta en las buenas técnicas o métodos proyectuales –en tanto elementos y procedimientos compositivos propios de la disciplina. El acento puesto en una racionalidad instrumental (desde los procesos) y en formas nuevas, verdaderas y por tanto autosuficientes (desde las producciones), omite, en la mayoría de los casos, el componente cultural de dichas

producciones y su vínculo con otras producciones y dispositivos visuales construidos fuera del campo específico del diseño.

Como dispositivo enunciativo, y en su dimensión visual, Summa construye modos de mostrar –desde su puesta en página, la selección del material, los distintos tipos de sistemas de representación que pone a funcionar– que aparecen como novedosos y se fundamentan en “modos de ver” (Berger, 1992) y de leer propios del campo disciplinar, pero que, a nuestro entender, encuentran su matriz en el campo más extendido de la cultura visual de su época.

Bibliografía

- Aliata, Fernando y Liernur, Francisco (comp.) *Diccionario de Arquitectura en Argentina*. Buenos Aires, AGEA, Clarín, 2004.
- Arfuch, L; Chaves, N; Ledesma, M. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires, Paidós, 1997.
- Austin, J., “Conferencia I” y “Conferencia IX” en *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona, Paidós, 1990.
- Bajtín, Mijail *Estética de la creación verbal*. México, FCE, 1981.
- Barthes, R. “Retórica de la imagen” en *Comunicaciones. La semiología*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1972.
- Benveniste, E. *Problemas de lingüística general*, T. II, México, Siglo XXI. 1989
- Berger, John. *Modos de ver*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1992.
- Blanco, Ricardo. “El diseño en la Argentina (1945-1965) en *Historia General del Arte en la Argentina*. Tomo X. Academia Nacional de las Artes. Buenos Aires, 2004.
- Bonsiepe, Gui; De Ponti, Javier; Fernández, Silvia; Gaudio, Alejandra; Mangioni, Valentina *Diseño 2004. Investigación, Industria, País, Utopías, Historia*. La Plata, Nodal Ediciones, 2004.
- Bourdieu, Pierre *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Editorial Anagrama, 1995.
- Bourdieu, Pierre *Creencia artística y bienes simbólicos. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires, aurelia*rivera Grupo Editorial, 2003.
- Buchanan, Richard “*Declaración por Diseño: Retórica, Argumento y Demostración en la Práctica del Diseño*” (traducción) tomado de *Design Issues*, Vol. 2, No. 1. (1985), pp. 4-22., disponible en: www.mexicanosdiseñando.org.mx/.../Declaration%20por%20diseño.doc
- Cirvini, Silvia. *Nosotros los arquitectos. Campo disciplinar y profesión en la Argentina moderna*. Mendoza, Zeta Editores, 2004.
- Devalle, Verónica. *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires, Paidós, 2009.
- Fernandez, Silvia et al. *Historia Del Diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Editora Blucher, 2008.
- Foucault, Michel *Las palabras y las cosas*. México, Siglo XXI, 1968
- Foucault, Michel *La arqueología del Saber*. México, Siglo XXI, 1970.
- Gauthier, Guy. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid, Editorial Cátedra, 1992.
- Geertz, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa, 1994.
- Gené, Marcela. *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Buenos Aires, FCE, 2005.
- Gombrich, Ernst. *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona: Gustavo Gili. 1979.

- Guasch, Anna María. “Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión” en *Revista Arte Investigación* N° 5, La Plata, Facultad de Bellas Artes de la UNLP, Mayo, 2006.
- Hernandez, Fernando. “Los estudios de Cultura Visual. La construcción permanente de un campo no disciplinar” en *Revista La Puerta FBA* N° 2, La Plata, Facultad de Bellas Artes de la UNLP, Septiembre, 2006.
- Jacob, Heiner; Fernández, Silvia; De Ponti, Javier; Mangioni, Valentina; Gaudio, Alejandra *Diseño. Hfg ulm, América Latina, Argentina, La Plata*. Edición: los autores, La Plata, 2002.
- Lotman, J. y Escuela de Tartu. *Semiótica de la cultura*, Cátedra, Madrid, 1979.
- Maldonado, Tomás *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona, GG, 1993.
- Maldonado, Tomás *Escritos preulmianos*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1998.
- Maldonado, Tomás *Lo real y lo virtual*. Barcelona, Gedisa, 1999.
- Maquet, Jacques. *La experiencia estética. La mirada de un antropólogo sobre el arte*. Madrid, Celeste Ediciones, 1999.
- Martín-Barbero, Jesús. “Nuevas visibilidades de lo cultural y nuevos regímenes de lo estético” en *Revista La Puerta FBA* N° 3, La Plata, Facultad de Bellas Artes de la UNLP, Junio, 2008.
- Meggs, Philip. *Historia del Diseño Gráfico*. México. Editorial Trillas, 1983.
- Mirzoeff, Nicholas. *What is visual culture?*
- Mitchell, W.J.T. *What do pictures want?* Chicago, University of Chicago press, 2005.
- Panofsky, Edwin. *El significado en las artes visuales*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1970.
- Satué, Eric. *El Diseño Gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza, 1989.
- Verón, Eliseo *La semiosis social*. Buenos Aires, Gedisa, 1987.
- Verón, Eliseo. “De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía”, en *Espacios públicos en imágenes*, Veyrat-Masson, Isabel y Dayan Daniel (ed.). Barcelona, Gedisa, 1997.
- Virilio, Paul. *La máquina de visión*. Madrid, Ediciones Cátedra, 1989.
- Vitale, A. “La semiótica de Peirce” en *El Estudio de los Signos. Peirce y Saussure*. Buenos Aires, Eudeba, 2002
- Williams, R. *Sociología de la Cultura* Paidós, Barcelona, 1994
- Williams, Raymond. *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires, Manantial, 1997

Fuente primaria

Revista Summa. Números 1 al 268, Buenos Aires, 1963-1993.