



Nº 135

*“Emergencia y consolidación del
Diseño Gráfico en Buenos Aires. Un
estudio de sus publicaciones en el
período 1951-1989”*

Verónica Devalle, Diego Cabello, Laura
Conti y pasantes.

19 de diciembre de 2003 – 12:30 horas

INSTITUTO DE ARTE AMERICANO. FADU, UBA. Diciembre 2003

Comunicaciones y avances.

Título: Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico en Buenos Aires. Un estudio de sus publicaciones en el período 1951-1989.

Presentación del trabajo de investigación correspondiente al proyecto UBACyT A 407

“Archivos del Diseño Gráfico. Un estudio socio-semiótico de sus publicaciones en el período 1951-1989”

Programación Anual 2003.

Sede: Instituto de Arte Americano, FADU, UBA

Directora: Verónica Devalle

Integrantes del equipo: Diego Cabello, Laura Corti

Pasantes FADU: Vanina Farias, Mora Bendesky

El siguiente texto resume dos trabajos de investigación, elaborados consecutivamente. El primero es la síntesis de la Tesis de Maestría en Análisis cultural, donde se analiza el surgimiento de la disciplina del Diseño Gráfico (DG) en Buenos Aires. El segundo explora la consolidación disciplinaria tomando solamente uno de sus indicadores: el debate sobre el estatuto del DG en publicaciones que han sido pilares en la constitución del “campo semántico del Diseño” (como genérico).

La aclaración es válida pues gran parte de las hipótesis que sostienen el actual trabajo de investigación en equipo son la resultante del trabajo previo como becaria UBACyT y CONICET, con sede en el Instituto de Arte Americano, FADU, UBA, trabajo que quedó plasmado en la elaboración de la tesis de Maestría. Asimismo marcan un crecimiento, que no es menor: el pasaje del trabajo individual al grupal.

Modernidad, racionalidad y experimentación. El surgimiento del Diseño Gráfico en el contexto de la ciudad de Buenos Aires.

Tesista: Verónica Devalle

Directora: Dra. Leonor Arfuch

Maestría en Sociología de la cultura y análisis cultural. Universidad Nacional de San Martín.

El propósito central de este trabajo es el de ofrecer una perspectiva distinta a la usualmente acordada sobre la constitución del campo del Diseño Gráfico (DG) en la Argentina. La principal diferencia reside en que no se ha realizado una historia de los objetos del Diseño Gráfico, ni siquiera una historia de la gráfica. Se ha buscado, por el contrario, habilitar una nueva mirada sobre el DG, trayendo como herramientas teóricas y metodológicas la perspectiva del análisis cultural y de la semiótica de la cultura. Este tipo de posicionamientos me ha permitido enriquecer la mirada sobre la gráfica como fenómeno socio-cultural, quizá a costa de no presentar un estudio pormenorizado de todos los acontecimientos del DG en el país. En la medida en que busqué analizar las principales características de la conformación disciplinaria y profesional, me detuve en los procesos antes que en

los productos. Por estos motivos, **el interés se centró en analizar los discursos, las prácticas, los modos de legitimación y las instituciones que hacen que la gráfica pase del estatuto de “arte” o de “oficio” al estatuto de Diseño.**

La hipótesis principal establece un fuerte vínculo entre el surgimiento del DG y la formación cultural correspondiente a la década del '60 en la Argentina. **A lo largo de todo el trabajo de investigación me propuse demostrar que el DG aparece en la ciudad de Buenos Aires en un tiempo particular, esto es en la década del '50 y los comienzos de los años '60, y que dicha presencia, poco considerada hasta el momento, y leída mayoritariamente como la resultante de una serie de antecedentes históricos vernáculos, puede ser interpretada a la luz de otra clase de sucesos. Me refiero a la reconfiguración del campo cultural en nuestro país, su vinculación con la circulación internacional de bienes culturales, el despliegue de una política desarrollista, el surgimiento de una nueva concepción sobre el saber y el conocimiento proveniente de la vertiente modernizadora en la Universidades Nacionales -especialmente en la Universidad de Buenos Aires (UBA)-, y la problematización de la comunicación en las sociedades masivas planteada por determinados actores culturales -vanguardia artística, prensa, agencias de publicidad y de mercado.**

Desde aquí, privilegié tres acontecimientos que considero fundamentales:

- 1) la aparición de la revista *Nueva Visión* y la cátedra “Visión” en el marco de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (FAU) de la UBA,
- 2) la institución del primer Departamento de Diseño Gráfico del país en el Instituto Torcuato Di Tella (ITDT),
- 3) la elaboración gráfica de AGENS (agencia publicitaria del Grupo SIAM Di Tella).

Estas puntualizaciones son necesarias pues hasta el momento, los escasos artículos publicados sobre las características del DG en el país presentan una exhaustiva cronología a expensas de un trabajo crítico. No es ésta, sin embargo, la principal objeción que se les puede formular, sino antes que nada, la presentación de una historia del DG donde este aparece ya consolidado aún antes de su conformación disciplinaria. Lejos de tratarse de una característica local del análisis del DG, esta tendencia se insinúa como una constante en los trabajos de difusión que circulan internacionalmente. Así, y según los autores, el DG nace con las primeras manifestaciones de la gráfica que reconoce la humanidad (resulta incluso divertido leer en un manual de DG que el mismo se remonta a las inscripciones en las cuevas de Altamira¹), o como consecuencia del jaque mortal al concepto tradicional de arte que producen las vanguardias artísticas², o bien como un desprendimiento natural del *Movimiento Moderno* en Arquitectura³. Considero que la divergencia sobre lo que se entiende por DG y, consecuentemente, la dificultad por establecer un tipo de periodización pertinente y ajustada, es la resultante más directa de una visión del Diseño Gráfico que parte de dos presupuestos hasta el

¹ Al respecto: Meggs, P. *Historia del Diseño Gráfico*. México, Editorial Trillas, 1983.

² Entre otros: Hollis, R. *El Diseño Gráfico*. Barcelona, Ediciones Destino, 2000 (primera edición en inglés: 1994, Thames and Hudson Ltd., London).

³ Dentro de las producciones locales, resultan significativos los trabajos de Carlos Méndez Mosquera y Guillermo González Ruiz. Méndez Mosquera, C. “Veinte años del Diseño Gráfico en la Argentina” en *Revista Summa*, núm. 15. Buenos Aires, febrero de 1969. González Ruiz, G. “Del Caras y Caretas al caras y caritas” en *Revista Summa*, núm. 15, febrero de 1969.

momento incuestionables, a saber: en primer lugar, que la historia del DG se circunscribe a una historia de sus productos (historia del afiche, historia del Diseño Editorial, historia de la prensa, historia del packaging, por mencionar algunos ejemplos), y en segundo lugar, que el mismo nace “naturalmente” como un desprendimiento del cuerpo genérico del Diseño.

Si el primer presupuesto es más fácilmente desmontable –dedicándole una sección del primer capítulo–, el cuestionamiento al segundo compromete la totalidad de esta tesis. No me propongo con esto desarticular una “verdad” fundante del campo del DG en el país, sino simplemente evidenciar el proceso que hizo triunfar este tipo de mirada sobre su práctica.

Hacia una nueva comprensión del Diseño Gráfico en la Argentina

El estudio de su surgimiento

El campo del Diseño Gráfico se encuentra en general poco teorizado y esto es particularmente válido para la Argentina. En principio, si el gesto más vinculado al desconocimiento es su asociación inmediata con el dibujo o la ilustración, en el campo mismo de los diseñadores las coincidencias no parecen abundar, aunque existen tres o cuatro verdades que funcionan como *positividades*, son –en el sentido foucaultiano– pilares desde donde se legitima el saber y el hacer de una determinada práctica. La primera de estas verdades se despliega como un dispositivo epistemológico, en el sentido de construir un discurso sobre las características genéricas del Diseño como un campo diferenciado del arte, de la tecnología y de la ciencia⁴, una suerte de saber artificial, producto del hombre moderno y de las necesidades sociales por articular precisamente la dimensión estética, técnica y científica del mundo material. Esta breve caracterización, que no agota el problema, nos es particularmente útil para entender uno de los significantes más propios del Diseño, a saber, el término “proyectual” y sus derivaciones semánticas “proyección”/“proyecto”.

Funcionando desde aquí como una segunda positividad, el término “saber proyectual” acuñado por Tomás Maldonado⁵, da cuenta de una particular manera de problematizar el mundo, estrechamente vinculada al racionalismo, la planificación y la instrumentalidad de las prácticas sociales. En el mundo proyectual, los problemas encuentran soluciones a partir de un proceso de desagregación de etapas, desarrollo de estrategias, subdivisión de problemáticas y articulación planificada de todas estas variables. De este modo, de un problema (de vivienda, de consumo material o de comunicación visual) o de una idea, surge un objeto diseñado como respuesta al interrogante inicial y a todas las variables que intervienen en este mismo proceso.

Tomás Maldonado, sin lugar a dudas influido por su larga estancia en Alemania y el conocimiento temprano de los debates en torno a la racionalidad y la racionalización como características de lo “Moderno”, sumada su experiencia como director de la *Hochschule für Gestaltung (HFG)* de la

⁴ Al respecto: Maldonado, T. *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1993 (primera edición: 1977 Colección Punto y Línea).

Aicher, O. *El mundo como proyecto*. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1994 (primera edición en alemán: 1991)

Y dentro de los autores locales, se debe mencionar: Chaves, N. “Arte aplicada o técnica de la comunicación: dos vertientes en la práctica del Diseño Gráfico” en Arfuch, L; Chaves, N; Ledesma, M. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires, Paidós, 1997.

⁵ Resulta sumamente esclarecedora la visión sobre la historicidad del término “proyectual” que nos ofrece uno de los discípulos y colegas más importantes de Tomás Maldonado. Me refiero a Gui Bonsiepe. Sobre este particular ver: Bonsiepe, G. *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1999 (primera edición en italiano. Feltrinelli: Milano, 1995).

ciudad de Ulm, acuña el término “proyectual” a principios de los ’70 como una manera legítima de librar batalla por el dominio de los Diseños⁶. Si hasta aquel momento, el campo de lo diseñístico no había sido organizado bajo un principio rector, desde aquel momento, la incorporación de un discurso epistémico sobre el acto de diseñar, traza performativamente los límites de lo que puede ser legítimamente entendido por tal. Es esa la valencia que actualmente el término posee.

Por estos motivos, dentro del campo académico se suele ofrecer una visión bastante homogénea sobre cómo entender la gráfica y el nacimiento del DG. La reconstrucción de la línea argumentativa es clara, y se presenta como una suerte de “crónica de un nacimiento anunciado”. Sencillamente, al equiparar el *Movimiento Moderno* con el Diseño como un genérico, se entiende que la historia del Diseño comience con las consecuencias más sobresalientes de lo “moderno” y del triunfo del *Estilo Internacional* en la Arquitectura, los Congresos CIAM, la herencia del Bauhaus⁷ y el debate en torno al rol jugado por la industria y la técnica en la planificación de las grandes ciudades. Dicha equivalencia funciona como un acuerdo tácito y de ella se desprende, en cierto modo, una suerte de propiedad transitiva que trastoca histórica y analíticamente todo lo que se llama “Diseño”. Así, si el “Diseño” como genérico se vincula “naturalmente” con la Arquitectura, el “Diseño Gráfico” – ostentando su ser “Diseño”- debe responder a esta filiación. El caso es que esta hipótesis –que en el campo profesional funciona como una suerte de petición de principio- resulta difícilmente comprobable una vez que se desarticula la equivalencia “Moderno= Diseño= Diseños (todo lo que es visto como particularidad, en este caso, el DG)”.

Lejos de cuestionar el estrecho diálogo entre lo que se conoce como “lo moderno” y el Diseño, me propongo revisar la filiación natural entre “lo moderno” y el DG en el caso que nos convoca. Efectivamente, en la constelación discursiva que establece un sustrato en común –diseñístico, o sea proyectual- para los diseños, lo gráfico, lo industrial y lo habitacional son una suerte de familia ampliada. El nexo que las vincula, como sucede en el plano discursivo de los saberes, es una mirada en común sobre el mundo, o una manera similar de enfrentarlo. Una visión instrumental, racional, holística aunque no positivista. Por estos motivos, hoy por hoy el DG se encuentra “naturalmente” vinculado a la Arquitectura y al DI. Pero no siempre fue así. De hecho, y por solo mencionar uno de los antecedentes universitarios del mismo en el país, en la Universidad Nacional de La Plata el DG está inscripto dentro de las “Bellas Artes”, y en la mayoría de las instituciones académicas del mundo, forma parte de las Escuelas Politécnicas, de Artes Combinadas, o de Institutos abocados al problema de la forma de los productos materiales.

Me interesa entonces dar cuenta de esta “tradicción selectiva” del Diseño Gráfico en el contexto local, a partir de la expansión de Buenos Aires como epicentro económico, político y cultural cuyos cambios afectan y afectaron simultáneamente a todo el país. En este sentido, los años que nos ocupan -mediados de los ’40, los ’50 y los ’60- marcaron las características más importantes del siglo XX a nivel internacional, y fueron centrales para la Argentina.

⁶ Me remito al texto de Bonsiepe ya referido, particularmente el capítulo “Maldonado, inventor del discurso proyectual”. *Ibid.*; y también a: Maldonado; T. “Proyectar hoy” en *Revista Contextos*, núm. 1. Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. Octubre de 1997.

⁷ Recordamos que los CIAM (Congresos Internacionales de Arquitectura Moderna), la aparición del *Estilo Internacional* en los EEUU, y la llegada a América de los planteos del Bauhaus constituyen la médula de “lo moderno”, en la medida en que emparenta en una única tradición, los principales aportes de las vanguardias y el desarrollo del Funcionalismo como nuevo paradigma arquitectónico. Este punto es abordado en profundidad en el capítulo 4.

En nuestro país fueron años particularmente claves que comienzan con el primer gobierno peronista y desembocan en los complejos y fecundos años '60. Si el objeto de nuestro análisis parece en principio, por su excesiva acotación, un tanto ajeno a estas transformaciones estructurales se encuentra muy lejos de ser así. Al tomar al DG como una práctica cultural, debemos entonces leerlo en el diálogo que mantiene con otras prácticas específicas –como las artísticas- y asumiendo los mandatos de un orden social hegemónico. Creo que en esto reside, precisamente, uno de los mayores desafíos de la profesión: revelar la labilidad del término “Diseño Gráfico”, dar cuenta de las mutaciones, y comprender su alta sensibilidad con los cambios registrados en el imaginario social.

El Arte Concreto en la Argentina Su posible relación con el surgimiento del Diseño Gráfico

Vanguardias europeas, vanguardias rioplatenses. Planteos internacionales, respuestas locales

A mediados de los años '40 surgió en nuestro país una vanguardia artística que retomó el debate en torno del valor plástico, y la autonomía de los lenguajes artísticos como forma de dar curso a una nueva concepción del arte. Dicha empresa, en realidad se inscribía dentro del legado constructivo que habían impulsado los movimientos no figurativos, específicamente aquellos que venían cuestionando el concepto tradicional de arte. En aquel clima cultural, se recreó parcialmente el debate en torno de la forma y su relación con el mundo de la técnica. En definitiva, lo que esta vanguardia llamada *Arte Concreto Invención* venía a proponer no era otra cosa que la inclusión de un debate ya establecido en el escenario europeo. Modernidad, tecnología, desarrollo histórico y reconsideración de lo “artístico” aparecieron por primera vez formuladas en una clave local, evocando otro tipo de utopías progresistas y futuristas como las desatadas en la literatura⁸. Por estas razones, se sostiene que en la Argentina la ruptura propia de la vanguardia fue impulsada por el *Movimiento Arte Concreto Invención* en la década del '40 y sus dos principales derivaciones: la *Asociación Arte Concreto Invención* y el *Grupo Madí*⁹.

Desde aquí, el principal argumento para establecer una relación de proximidad cuasi natural entre el concretismo y el Diseño postula que el *Arte Concreto* abrió un nuevo campo al hacer un replanteo radicalizado del valor plástico, y asimilar el discurso cientificista y tecnológico como modelo de legitimación de otro tipo de propuesta artística, basada en la crítica del concepto de *Bellas Artes* y de armonía de la forma. A esta razón hay que sumarle otra de no menor peso: la presencia en dichos movimientos (el primer *Movimiento de Arte Concreto Invención* y la creación posterior de la *Asociación Arte Concreto Invención*) de Tomás Maldonado, figura protagónica del Diseño internacional desde los '50.

Una lectura doble del fenómeno insiste, por un lado, en el carácter pionero del concretismo como movimiento radicalizante del arte y su temprana vocación de fusión de los límites que separaban la plástica, la escultura y la Arquitectura, y por el otro, en el reconocimiento de Maldonado como figura capital del desarrollo del Diseño en el escenario nacional e internacional. Así lo entiende el Arq. Carlos Méndez Mosquera quien ya para el año 1969 escribía:

⁸ Sarlo, Beatriz. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1992.

⁹ Al respecto, y en relación a todo el apartado, remito al texto de Nelly Perazzo *El Arte concreto en Argentina*. Buenos Aires, Ed. Gaglianone, 1983.

“ En la Argentina, la definición del Diseño Gráfico no se produce a partir de las agencias de publicidad, sino justamente a partir de la Arquitectura, el Diseño Industrial y la pintura moderna. En 1948 no existe Diseño Gráfico sino ‘arte publicitario’, un arte publicitario realizado a veces con gran dignidad y efectividad, pero sin conciencia de su proximidad al Diseño...

En 1948, año inicial de nuestro análisis, se producen dos acontecimientos fundamentales: la exposición ‘Nuevas Realidades’ en la galería Van Riel de Buenos Aires y la aparición de la revista *Ciclo*.

La exposición sintetiza y polariza la nueva ideología, anticipando de alguna manera la unificación de las artes visuales y su confraternación con el Diseño y la Arquitectura...

¿Qué interés tiene todo esto para una reseña del Diseño Gráfico en la Argentina? Lo que me propongo es establecer objetivamente que la preocupación por el Diseño Gráfico en nuestro país tiene sus primeras manifestaciones a través de las expresiones culturales antes citadas.”

Esta clase de afirmaciones llevan a interrogarnos sobre los elementos que presentaba el concretismo para aparecer vinculado tan directamente con el surgimiento del Diseño Gráfico en nuestro país ¿Qué tradiciones generó en el tratamiento de la imagen? ¿Qué filiaciones inauguró? ¿Qué papel desempeñó en dicho proceso la figura de Tomás Maldonado? Más que tratarse de preguntas con respuestas cerradas, ellas operan, para nuestros fines, como apertura de otro tipo de interrogantes.

En particular, y más allá de estas preguntas, quisiéramos explicar el pasaje de una lógica discursiva artística a otra de tipo diseñística gobernando lo visual, y el modo en que se produjo. Las explicaciones dadas hasta el presente, insisten en presentar una transformación lineal entre una y otra. Sin embargo, consideramos que en nuestro caso en particular y tratándose de la tradición selectiva que aquí construye el campo del DG, debemos contemplar detenidamente la lectura local sobre la vanguardia europea y el rol que asumió Tomás Maldonado en la misma.

Más que adjudicar al *Arte Concreto* la propiedad de los elementos conceptuales que luego derivaron en el Diseño, entendemos que el concretismo instaló la pregunta por las características propiamente artísticas, en particular plásticas. Y al renunciar a los valores estéticos dominantes – representacionalismo, figuración, entre otros- buscó, como en el caso europeo, el despliegue de una nueva legitimidad para el arte.

Hasta aquí los puntos en común, no obstante lo cual, las condiciones de emergencia de este discurso no fueron las mismas que en Europa, y centralmente la fe o la condena al dispositivo tecnológico no estuvo teñida por la visualización de un problema social y económico: el reemplazo o la complementación entre artesanado e industria.

Efectivamente, la vanguardia plástica en el Río de la Plata tenía otro tipo de características, y si bien enunciaba su preocupación en torno de la forma, la belleza y el valor plástico, las soluciones no derivaron sin más hacia el cuestionamiento de la relación entre arte y tecnología, o la comprensión de la belleza como correlato de la funcionalidad, o en última instancia la supresión del arte mediante la refundación de los criterios sobre el valor del producto y su utilidad social. Tampoco se presentaron aquí las consecuencias extraestéticas de los debates europeos y soviéticos de los años ‘10 y ‘20 (en particular las modificaciones en el planteo sobre la producción fabril) como para ser tomado como réplica del proceso de gestación del Diseño que ya tenía un origen internacional.

Los concretos en la Argentina

“Los artistas concretos provenimos de las tendencias más progresistas del arte europeo y americano. Los partidarios del chovinismo cultural llaman a esto “vivir de reflejos europeos” aunque ellos continúen sobre un plano inferior al adorable “biscuit” del francés Bouguereau. Y porque provenimos de estas tendencias estamos en contra de todas las formas que impliquen una regresión.”

Nos encontramos a mediados de los años '40, un momento histórico que se caracterizó, entre otras cuestiones, por plantear antítesis entre internacionalismo y nacionalismo tanto en el terreno político como en el económico, y que en el campo cultural abrió el debate en torno de las tradiciones culturales, la autonomía o dependencia de las producciones locales (tanto materiales como simbólicas) y la reformulación del valor de la acción estética y política. En el caso de los artistas concretos, y dado su compromiso con el materialismo histórico, aquel momento resultaba crucial y marcaba directamente la lectura sobre las características del campo artístico.

Comprometidos con el internacionalismo y viviendo en un contexto donde lo foráneo no resultaba positivamente valorado, las contradicciones parecían ineludibles y dificultaban la comprensión del concretismo como una vanguardia. La incidencia de lo político en el campo cultural, su permeabilidad, generaba otros horizontes de inteligibilidad para la producción artística, donde volvían a ponerse en escena las proyecciones políticas y sociales de la misma. En dicho contexto, el hecho de mirar a Europa -de seguir mirando a un continente que había mostrado una profunda crisis y caída en todos sus frentes, inclusive en el estético- podía rememorar viejos debates respecto de una tradición cultural –en este caso la francesa- que pasaba ahora a ser cuestionada. No resultaba sencillo entonces plantear obras no figurativas –renegando de la legibilidad- y enarbolar conjuntamente el término de “vanguardia” como modo de sintonizar con el escenario internacional, cuando lo que justamente se estaba poniendo en juego era la legitimidad de tal referencia.

Los años del peronismo deben de haber acontecido con dureza, aunque curiosamente el momento de producción más sobresaliente se diera en ese período y un pequeño sector de la crítica artística evaluara positivamente las manifestaciones del *Arte Concreto*. Al respecto, quienes prohijarán su labor serán Cordova Iturburu, Pellegrini y Romero Brest, entre otros.

Probablemente, su abierta adhesión al materialismo dialéctico y específicamente, la encendida defensa del mismo en la figura de Maldonado, confieran al planteo estético un aire que actualmente puede resultar anacrónico, aunque no podamos desecharlo sin más¹⁰. De aquella lectura se desprenden una serie de características sobre la producción artística y su relación con las sociedades que hacen al horizonte de comprensión del problema estético para los concretos. Entre los presupuestos más significativos podemos señalar:

- 1) la necesidad de una correspondencia entre el avance artístico y el desarrollo social, entendido como el desarrollo y evolución de las sociedades,
- 2) la comprensión de las corrientes artísticas dominantes como “necesidades” históricas, una suerte de expresión de las transformaciones sociales, políticas, económicas y tecnológicas,

¹⁰ Tanto Nelly Perazzo, Carlos Méndez Mosquera, como el mismo Tomás Maldonado parecieran excusar el tono polémico y combativo de los textos que acompañaban a la producción concreta o incluso justificarlos –haciendo referencias a la corta edad de sus integrantes, la necesidad de abrir un debate en torno del arte, o incluso la adscripción ideológica al marxismo-leninismo. En mi opinión, “lo ideológico” lejos de tratarse de un episodio anecdótico, constituye un dato central que permite caracterizar todo el planteo general sobre el arte y el lugar autoasignado por el concretismo. Asimismo, permite explicar el límite de su desarrollo y la pronta derivación de Maldonado hacia el Diseño.

- 3) la supeditación del concepto de “progreso” al avance material y a la conquista humana de nuevos espacios en la vida social,
- 4) la consideración de los fenómenos de poder y de hegemonía bajo la óptica de un pensamiento positivista que daba cuenta de la lógica social y cultural a partir de términos como “verdad” y “falsedad”, “autenticidad” y “mentira”, “avance” y “decadencia”,
- 5) y finalmente la abolición de las representaciones burguesas del mundo, especialmente la compartimentación de temas y el ejercicio de una lectura desligada de la base material de producción.

Resulta comprensible que, dado el énfasis materialista del planteo estético, se haya buscado en la síntesis dialéctica, la garantía de una real fusión y unidad de las artes, leídas en su correspondencia con la evolución histórica y social. Sin embargo, en el concretismo argentino este punto fue proclamado aunque no intensamente subrayado. Más urgencia parecían tener otro tipo de problemas, como los de la búsqueda de un planteo “objetivo” del arte, sin representaciones ni simbolismos.

Para lograr este cometido analizaron las constantes propias de lo artístico, la irreductibilidad de cada uno de los lenguajes, focalizando la especificidad de lo plástico y de su soporte. El proyecto contemplaba, en una segunda instancia, la integración de cada una de las ramas plásticas en un todo visual y espacial, logrando la proclamada fusión de las artes. Se retomaba lo específico de la pintura (el punto, la línea, el plano, el color) y la escultura (el espacio, el movimiento), para conjugarlas en un todo mayor que diese cuenta tanto de la unidad como de la dinámica propia de cada uno de los lenguajes comprometidos. El lugar de máxima integración parecía estar reservado a la Arquitectura.

El camino estaba así planteado entre una retórica materialista donde la fusión de las artes y su superación adscribían a los presupuestos del *Constructivismo*, y una lógica de acción propia de una vanguardia que se posicionaba dentro de la élite cultural porteña. La contradicción manifiesta entre uno y otro plano, probablemente explique la corta vigencia del *Arte Concreto* en nuestro país¹¹.

A ciencia cierta, los artífices teóricos del concretismo local eran Maldonado y Bayley. Para aquel momento, Maldonado ya estaba interesado en el proyecto maxbilliano de construcción de una escuela que continuara la trayectoria del Bauhaus. El *Arte Concreto* argentino, perdía a uno de sus principales referentes y, lejos de sumarse a la deriva de Maldonado hacia el Diseño (industrial), continuaba su lucha por el reconocimiento en el campo artístico local. En el interín Maldonado había tomado contacto con el mundo de la Arquitectura, y los “descubrimientos” del Bauhaus, la obra de Moholy-Nagy y de Miës van der Rohe, transformándose en la vía de ingreso de las recientes novedades “modernas” y estableciendo su vínculo con el concretismo.

Siendo una figura de tanto peso, la biografía de Tomás Maldonado parece encerrar los misterios del pasaje de la plástica al Diseño. La búsqueda de una fusión de las artes, su integración en una unidad mayor, pueden llegar a iluminar el parentesco entre el planteo concretista y los presupuestos constitutivos del Diseño. No obstante lo cual, existen motivos que exceden lo biográfico. A principios de los '50 el mundo ya había cambiado y con él las concepciones vanguardistas sobre el arte y la producción de objetos. Las novedades europeas y americanas se comenzaban a conocer, y con ellas los planteos del Bauhaus y los debates en torno a la industria. Por otro lado, el arte

¹¹ Efectivamente a mediados de los años '50, la *Asociación Arte Concreto* iba desapareciendo y la mayoría de sus integrantes continuaban la trayectoria en forma individual –si bien adscribían a la abstracción geométrica, lo hacían en forma aislada, renunciando a planteos explícitamente ideológicos sobre el arte.

“oficialmente” comunista había impuesto como parámetro estético la normativa realista, aunque de esto último poco se sabía en el país.

Maldonado iba incorporando en sus estudios sobre la plástica un análisis detallado de los trabajos de los padres del *Movimiento Moderno* en la Arquitectura (con referencias explícitas a la obra de Gropius y Le Corbusier y al planteo de la espacialidad desarrollado por los neoplasticistas y los constructivistas, en particular Gavo y Pevsner). No obstante, seguía considerándose un artista y desarrollaba los seminarios en el marco de un debate sobre el rol que debía asumir la *Asociación Arte Concreto Invención*.

En octubre de 1947 se realiza en el Salón Kraft la muestra de *Arte Nuevo* que reúne a la “joven pintura”. En la presentación se señala “*En los últimos años los pintores en la Argentina ha venido haciendo las experiencias más osadas. De toda América, actualmente quizá sea Buenos Aires la ciudad que más se ha agitado como lugar correspondiente a todo intento innovador en las artes.*” Luego de una segunda exposición de *Arte Nuevo*, en 1948, el *Salón Realités Nouvelles* de París – donde tradicionalmente se exponían obras abstractas- convoca a participar a algunos artistas concretos argentinos y al *Grupo Madí*. Se expusieron entre otras obras de: Biedma, Bresler, Del Prete, Delmonte, Espinosa, Fontana, Hlito, Iommi, Kosice, Lorin Kaldor, Laañ, Molenberg, Mele, Maldonado, Prati, Rothfuss, Rasas Pet, Souza, Uricchio, Vardánega, Villalba. La vanguardia argentina parecía obtener reconocimiento internacional.

En Buenos Aires, se realiza en la Galería Van Riel la muestra pública más importante del concretismo en la Argentina. El “Salón Nuevas Realidades. Arte abstracto, concreto, no figurativo” se caracterizó por haber convocado a un amplio espectro de artistas no figurativos locales y a arquitectos nacionales y extranjeros enrolados en las corrientes “modernas”. En el marco de un evento con proyección internacional, resultó capital la conferencia dictada por Ernesto Nathan Rogers ya que marcó discursivamente el punto de contacto entre las manifestaciones artísticas concretas y el desarrollo de la Arquitectura Moderna.

El título de la conferencia “Ubicación del arte concreto” fue el puntapié para la construcción de la tradición concretista vinculada a “lo moderno”. Allí aparecieron familiarizados los presupuestos a-históricos de las vanguardias, el legado constructivista, el *Movimiento Moderno* y el trabajo de los artistas argentinos. El arte concreto argentino lograba insertarse en una tradición de poca historia pero de enorme peso: los Congresos del *Werkbund*, la sintonía con los planteos futuristas y constructivistas sobre la posibilidad redentoria de la tecnología, la recuperación del ideario de unidad y la fusión de las artes, los congresos de CIAM y la experiencia de Bauhaus.

Esta gran apertura, que redundará en una pronta desarticulación, no es casual, y la pregunta sobre los motivos de la desaparición del concretismo como movimiento parece encontrar una respuesta en la propia trayectoria de Maldonado. Efectivamente, ya para ese año –1948- su trabajo comienza a ampliarse y diversificarse hacia las temáticas propias del *Movimiento Moderno* en Arquitectura. Así como los jóvenes estudiantes de Arquitectura se formaban con Maldonado, éste iba incorporando nuevas inquietudes planteadas por los estudiantes.

Comprendemos entonces la importancia de la muestra local “Salón Nuevas Realidades”, pues instituye en un común escenario el vínculo entre la no figuración y la Arquitectura Moderna. Para rematar el círculo de correspondencias, la conferencia de Rogers es publicada en el primer número de la revista *Ciclo*. Ese mismo año, 1948, Maldonado se contacta con Max Bill –a través de la figura de Rogers- y emprende su primer viaje a Europa.

En su estada europea conoce a Vordemberge-Gildewart, Vantongerloo, Richard Lhose, Max Huber, todos ellos presentados por Bill. La cercanía a los referentes concretistas europeos, señala el inicio de otro tipo de problemáticas relacionadas con un modo de abordaje distinto para los objetos artísticos e industriales. Maldonado encuentra en Europa un grupo pequeño de artistas versátiles –pintores, escultores, arquitectos, tipógrafos-, que lejos de pregonar por el reconocimiento de cada soporte en particular están interesados en cuestiones de otro orden, referidas a la producción de objetos cotidianos.

A modo de síntesis

Si bien el concretismo como movimiento realiza un importantísimo giro en cuanto al tipo de planteos sobre la plástica, este tipo de apertura, lejos de disolver toda concepción sobre el Arte y transformarla en Diseño, reformula un criterio de valoración artística funcional al campo de la plástica en el país. De hecho, quienes evaluaron las producciones concretas –esto es, los críticos de arte y la prensa- no dejaron de pensarlas en términos de arte, ni de pretender encontrar –aunque más no sea en el concepto de pureza o de verdad- la clave interpretativa de lo artístico. Que la misma tuviese una retórica social, que pretendiese abolir los lineamientos tradicionales del arte –como efectivamente lo logró-, que aconteciese como reacción a un valor estético tradicional, lejos de permitirnos pensar en la presencia del Diseño, nos habla en realidad del funcionamiento más refinado de la lógica del campo artístico, de la inserción de la vanguardia, de la lucha simbólica en este territorio y de la disputa por la definición más legítima de lo que se entendía por arte.

Por el contrario, el inicio de la práctica del Diseño en nuestro país –entendida como la cristalización de un cuerpo de discursos, prácticas, instituciones- presenta en un comienzo una historia que casi puede leerse en términos de biografía, la de Tomás Maldonado. Este quizás sea el principal motivo para asociar el concretismo al Diseño, pero se trata más bien de una suerte de inversión de pruebas.

Más factible resulta pensar que una biografía siempre está acompañada de un proceso social donde se inscribe y que los años '40 presentaron un escenario completamente distinto al que se verá en los '50, donde la industria y el hábitat resultarán prioritarios. Sobre aquel trasfondo podemos comprender cómo emerge el Diseño en la Argentina, aunque definitivamente, todavía no aparezca el Diseño Gráfico.

Un nuevo actor: la institución académica

Con la creación de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo en la UBA en 1948, se dio comienzo a un nuevo ciclo, signado por una serie de profundos cambios que irán repercutiendo en el modo de ejercer la profesión del arquitecto, hasta aquel momento asociada a un arte y oficio. Ahora la Arquitectura gozaba de las prerrogativas de su comprensión en términos de una unidad mayor que la mera especialización y derivación de la Ingeniería. Se ponía así en marcha el largo proceso que irá marcando las particularidades que asume el Diseño en nuestro medio.

El año 1948 se transforma en una suerte de punto de giro tanto en la historia del Diseño en la Argentina como en el orden de los acontecimientos culturales internacionales. Europa comenzaba a procesar la traumática experiencia de la Segunda Guerra Mundial, adscribiendo al modelo del capitalismo industrialista de los EEUU, y generaba un imaginario del progreso conciliador de los intereses del sistema dominante. El tiempo de la lucha revolucionaria y de la disidencia había

desaparecido y el desarrollo aparecía íntimamente vinculado al decurso de los Estados nacionales y la conformación de bloques continentales.

La suerte de Latinoamérica y en particular de nuestro país, parecía encausarse en otro derrotero, pero no pasó mucho tiempo antes que tales transformaciones a nivel internacional se hicieran sentir con rigor en nuestro territorio, obligando a cambiar abruptamente la suerte de las planificaciones para el Estado y la Nación con las que el peronismo inauguró su primer período. No es nuestro interés dar cuenta de las transformaciones específicas en el plano económico, pero sí alertar sobre el tipo de vínculos que se establecieron entre las series político, económica y cultural. Sobre este último aspecto, que es el que nos convoca, el peronismo implementaba una política cultural particularmente irritante a los ojos de la tradición liberal iluminista, regente natural de las instituciones educativas. Los sectores encolumnados en el “progresismo” –tanto aquellos que nunca se reconocieron incluidos en este novedoso proyecto, como aquellos que se sintieron traicionados- comenzaron a elaborar argumentos de peso para limar la base de legitimidad del “régimen”, viviendo la situación en los términos de una “dictadura” que parecía revelar su autoritarismo en el plano de la cultura y de la enseñanza.

En aquel clima, la creación de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (FAU) vino por un lado a resolver el pasaje del “arquitecto/ artista” o “arquitecto/ artesano” a su condición de profesional, pero por el otro, inscribió en la reciente institución todos los debates mencionados, extendiendo la conflictiva relación con el peronismo hacia el modo de comprensión de la Arquitectura. Esta situación, cruzada por los acontecimientos nacionales e internacionales, anudó el contenido y el tono del debate que, en muchas ocasiones, trasladaba sin mediación los presupuestos del oficio al diagnóstico social, o desagregaba el *modus operandi* de la Arquitectura a partir de la autoinscripción dentro del progresismo. Identificarse en uno de los bloques ideológicos que gobernaban el hacer de la política, acontecía como una clara toma de posición en torno a la profesión, pues se trataba –entre otras cuestiones- de construir una tradición legítima para el nuevo espacio del saber.

Al tenor del enfrentamiento ideológico general hay que sumarle las características de la enseñanza arquitectónica por aquel entonces dominante, que aparecía directamente asociada a la política cultural del peronismo. Los profesores que dictaban Arquitectura en las Universidades Nacionales provenían –en su mayoría- de Europa y se habían formado en la tradicional escuela de las Bellas Artes francesa (*Beaux Arts*) que entendía que lo suyo era Arte sin más.

El panorama resultaba explosivo desde todo punto de vista. La Arquitectura –asociada al Arte y haciendo uso recurrente de nociones como “estilo”, “belleza”, “armonía”, conservaba la tradición decimonónica europea –aquella que había demostrado su clara vocación burguesa y conservadora-, y localmente parecía no presentar ningún obstáculo a la presencia manifiesta del peronismo en las Universidades. Era –parecía serlo- cómplice por omisión de lo que sucedía en el país.

La ocasión para inaugurar una nueva comprensión de la Arquitectura se presentó con la creación de la Facultad de Arquitectura en la UBA. Ya por entonces, algunos de sus estudiantes venían reuniéndose en la casa de Maldonado, deslumbrados por las novedades de la vanguardia plástica y por lo poco que hasta entonces se conocía del Bauhaus. Nos encontramos ante el inicio de un nuevo modelo de comprensión de la práctica, que excederá un planteo acotado del hacer arquitectónico. La legitimidad de la tradición de las *Beaux Arts* comenzaba a ser cuestionada y nuevos argumentos asociados a la pregunta por las “necesidades del hombre”, la función de la construcción, el uso social de la vivienda se fueron instalando en el estudiantado. Fueron ellos quienes elevaron a un plano

discursivo e institucional los preceptos del *Movimiento Moderno*¹² de la Arquitectura y de sus derivaciones estilístico-formales (en particular, el posterior *Estilo Internacional*), generando la ruptura de donde nace el Diseño.

Lo “Moderno”: redefinición local de la Arquitectura

Un poco al compás de aquellos ejemplos, el modelo de enseñanza arquitectónica en nuestro país fue hasta la década del '30 hegemónicamente adherente a una concepción artística de la profesión. Efectivamente, todo los debates en torno a los Congresos del *Werkbund* como los relativos a los CIAM (*Congres Internationaux d'Architecture Moderne*, 1928-1959)¹³ fueron desconocidos en el plano académico, situación que llevó a su veloz actualización luego de la segunda posguerra, y a la “recuperación” de maestros consagrados en el viejo continente.

Sin embargo, el planteo “moderno” ya se hacía sentir en otros ámbitos, en particular por fuera del ámbito académico, facilitando que años después un grupo de jóvenes estudiantes de Arquitectura pudiesen llevar a las aulas el enfrentamiento entre “lo moderno” –en algunas ocasiones identificado con el *International Style*- y la tradicional modalidad de enseñar y comprender la profesión. Fueron ellos quienes construyeron una nueva filiación teórico-académica para la Arquitectura, iniciada a mediados de los años '50, en la particular coyuntura de transformación universitaria que le siguió al peronismo.

Con la “apertura” de la Universidad, los jóvenes -ya egresados- comenzarán su carrera como docentes y simultáneamente fundarán sus propios estudios desde donde proyectarán obras “modernas”. Entre otros baste nombrar a: Baliero, Borthagaray, Breyer, Bullrich, Casares, Cazzaniga, Clusellas, Córdova, Grisetti, Iglesia, Méndez Mosquera, Pinto. De aquella camada que iniciará su carrera en el pasaje de la Escuela a la Facultad¹⁴, surge, entre otros el grupo *OAM* (Organización de Arquitectura Moderna)¹⁵ y el grupo *Pedro de Montereau* (aunque su entidad como grupo consolidado esté fuertemente cuestionada)¹⁶. Los “jóvenes modernos”, como los llamaremos

¹² En términos generales se acuerda en llamar *Movimiento Moderno* a la sedimentación de las experiencias de las vanguardias y la resultante de los planteos en torno de la forma, donde los Congresos del *Werkbund* juegan un rol protagónico. Por otra parte, se suele entender que entre 1929 y 1930, se asienta la Arquitectura Moderna, y desarrolla el *Método Internacional* transformando lo propio de los planteos vanguardistas de los años '10 y '20 en una derivación hacia un rigor metodológico o una apuesta estilística. Los CIAM constituyeron, aún con todas sus contradicciones y contramarchas, una apuesta por la consolidación de lo “moderno” como principio constructivo de un nuevo orden, claramente marcado por el énfasis metodológico y la apertura hacia la ciudad entendida como una totalidad integradora. Simultáneamente, la difusión de “lo moderno” en EEUU asume otras características, más de índole formal donde el planteo revulsivamente moderno se transforma en una ortodoxia formalista. Efectivamente, con la apertura de la Exposición “*The International Style: Architecture from 1922*” en 1932 en el *Museum of Modern Art* en Nueva York, comienza a difundirse una versión de “lo moderno” claramente leído en clave estilística, posteriormente conocida como *Estilo Internacional*.

¹³ Para un panorama completo y exhaustivo, remito al ya clásico e ineludible trabajo de Anahí Ballent, *El diálogo de los antípodas: los CIAM y América Latina*. Buenos Aires, Secretaría de Investigaciones en Ciencia y Técnica, FADU, UBA, 1995.

¹⁴ Un año antes de la creación de la FAU, en 1947, “explota” la matrícula de inscriptos en la Escuela de Arquitectura, por aquel entonces dependiente de la Facultad de Ingeniería.

¹⁵ El grupo OAM, fue uno de los difusores de la obra de Le Corbusier, Gropius y Miës van der Rohe, y dentro del abanico que comprendía “lo moderno” se constituyó en una de sus facetas más racionalistas, científicas y abstractas. En cuanto a la política universitaria, adhirieron y promovieron el *Reformismo*.

de ahora en más, instalan el discurso moderno de la Arquitectura en el ámbito universitario. El protagonismo incipiente en aquellos años, el tipo de promoción de “lo moderno” en el medio cultural porteño y su temprano contacto con los referentes internacionales, marca el perfil que asumirá esta generación y explica la permanencia de este discurso y de las instituciones que lo acompañan, particularmente la conformación de la curricula académica en las cátedras universitarias.

Las primeras aperturas

Los jóvenes se habían apropiado del significante “progreso”, vinculado a la apertura cultural internacionalista, a la lectura de autores marxistas y existencialistas y a la “modernidad” en la versión que el *Movimiento Moderno* presentaba de ella. Enfrentadas quedaban la política cultural del peronismo, el “reaccionarismo” y las burdas ideas filosóficas y nacionalistas de los que adscribían al “régimen”¹⁷. Resulta claro que se estaba lejos de cuestionar el estatuto “moderno” del *Movimiento Moderno*, así como de contemplar las profundas diferencias que ya se estaban haciendo sentir al interior del mismo, en particular dentro de los CIAM. Sin embargo, como no se trata de explicitar cuánto de “moderno” tenían “los modernos”, sino de analizar cómo se construye el imaginario que vincula al *Movimiento Moderno* con el Diseño, debemos señalar los nombres internacionales que empiezan a constituirse en referencias locales. Allí, probablemente, encontremos las razones que hacen que el Diseño y el DG aparezcan en nuestro medio, “naturalmente” vinculados al mundo de la Arquitectura.

La Arquitectura de hoy, el *Boletín del Centro de Estudiantes de Arquitectura y Ciclo*, son los primeros medios a través de los cuales ingresan las obras de los pioneros de la Arquitectura moderna. Así se empiezan a conocer los proyectos de Le Corbusier, Miës van der Rohe, Walter Gropius, Wright, Aalto, Moholy-Nagy, conjuntamente con Niemeyer y Costa en Latinoamérica. A los ojos de los jóvenes resultaba factible tratar este conjunto de episodios como una constante, un movimiento internacional que venía transitando un camino y que de alguna manera, estaba fundando una tradición. Los estudiantes comenzaron a proyectar siguiendo estos modelos, probablemente sintiéndose seguros de que “la verdad” sobre el hecho arquitectónico estaba de su lado. El progresismo quedaba anudado a la visión más legítima de la profesión, garante de la autenticidad y correspondencia de las nuevas ideas con la labor más genuina de la Arquitectura: proyectar para todos.

Con la llegada de los maestros de la Arquitectura Moderna Internacional, desembarca el legado de las vanguardias plásticas, que ingresan al mundo de referencias de la generación de los jóvenes estudiantes por una vía particular: vienen de la mano de Tomás Maldonado y de la visión concretista, que instala otro tipo de dicotomías en el plano de lo visual. La lectura de los concretos sobre los éxitos y los fracasos de las vanguardias, como del establecimiento de un orden progresivo de la

¹⁶ El grupo *Pedro de Montereau*, también enrolado dentro de “lo moderno”, adhirió a la concepción arquitectónica presente en Wright, el último Le Corbusier, y el *Organicismo* en términos generales. Dentro de la política universitaria, quedaron identificados con el *Humanismo*. Cabe aclarar, que la caracterización del mismo varía según las fuentes consultadas. Mientras las revisiones críticas sobre la enseñanza de la Arquitectura en los '50, no titubean en señalarlo como un grupo consolidado y homogéneo, el testimonio de sus protagonistas traza un cuadro de situación bastante distinto, donde resulta evidente la ausencia de una concepción formalizada sobre la Arquitectura y la heterogeneidad política de sus integrantes –algunos de raigambre católica, otros agnósticos, otros anarquistas y socialistas-. En definitiva, lo que aparece puesto en duda es la existencia del grupo *Pedro de Montereau* como entidad consolidada.

¹⁷ Esta suerte de dicotomías, revisadas críticamente hoy por sus mismos actores, producto seguramente de la efervescencia juvenil, no dejan de constituir el epicentro de una serie de fenómenos capitales para nuestro análisis.

cuestión y el valor plástico, condicionan así la recuperación y el conocimiento de movimientos como el *Cubismo*, el *Constructivismo* y la tradición no figurativa.

Max Bill y la teoría de la Buena Forma

Definir exactamente en el escenario internacional cómo y de qué manera surge el término “Diseño” con el registro semántico que hoy posee es una empresa bastante dificultosa. Si bien es cierto que la figura de Bill es paradigmática, no por ello debemos desconocer antecedentes sumamente importantes como la reorganización temática que se dio dentro del mismo Bauhaus, y fundamentalmente la creación por cuenta de Moholy-Nagy del *Chicago Institute of Design* en 1943.

De todos estos planteos y de la reedición del proyecto de unificación de las artes, surge el concepto maxbilliano de “Buena Forma” que sin lugar a dudas, constituye la raíz de las teorías sobre el *Buen Diseño*.¹⁸

“La palabra forma de inmediato se nos aparece como equivalente de calidad. En este sentido cuando decimos la ‘forma perfecta’, la ‘bella forma’, la ‘buena forma’, ‘la forma útil’, queremos expresar un aumento de una sola cualidad: la cualidad de la forma. (La forma es) la expresión armónica de la suma de todas las funciones”.¹⁹

Efectivamente, cuando Bill piensa en la problemática de la forma, está pensando tanto en las propiedades de un objeto de arte, como en las de los objetos de uso diario. Se trata de una concepción estético-cientificista que al recuperar ciertos argumentos cercanos a los planteos de la Bauhaus del segundo período, viene a presentar un nuevo argumento capital para el Diseño, entendiendo que se trata del Diseño Industrial²⁰.

Resulta ahora comprensible la temprana aparición del término “Diseño” en nuestro medio de la mano de un Maldonado recientemente llegado de Europa, influido directamente por la figura de Max Bill. Efectivamente, como todos los protagonistas señalan, el primer artículo donde aparece el término “Diseño” en el país data de 1949 y fue publicado en el *Boletín del Centro de Estudiantes de Arquitectura*.

La temprana introducción del término “Diseño” en la FAU, leído en la clave de una *nueva visión*, da cuenta de otras importantes influencias: las experiencias visuales, perceptivas y morfológicas de Moholy-Nagy. Este último era, sin lugar a dudas, uno de los miembros más experimentalistas del Bauhaus y uno de los que llevará hacia un plano real el intento de fusión de los lenguajes artísticos (recordemos el uso de la fotografía, el fотомontaje, como las experiencias sobre las luces y las sombras, sin lugar a dudas una continuación de los principios constructivos del *Constructivismo*).

Sin embargo, la publicación revela otro tipo de cambios, vitales para la comprensión del modo en que empieza a concebirse el Diseño. En particular, la emergencia de un planteo que conjuga la capacidad de desarrollo que ofrece la técnica, la ampliación del mundo de las formas, y la inclusión

¹⁸ Sobre este apartado en general, remito al excelente trabajo de Alejandro Crispiani *Las teorías del Buen Diseño en la Argentina: del Arte Concreto al Diseño para la Periferia*. Buenos Aires, Cuadernos del Instituto de Arte Americano, núm. 74. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA, diciembre 1996.

¹⁹ Maldonado, T. “Belleza, forma, función” en *Max Bill*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1955.

²⁰ Crispiani, op.cit.

de las “necesidades humanas” como objetivo prioritario de las nuevas apuestas arquitectónicas. Queda definido, así, un contorno más amplio de problemas y diversos modelos de abordaje donde parecen fundirse Arte, Arquitectura, Diseño y Tipografía. Pero se estaba lejos todavía de pensar en los términos de un nuevo dominio para la gráfica, se trataba más bien de la actualización de lo desarrollado en Bauhaus, particularmente la introducción de las nuevas tipografías.

Efectivamente, el DG y hasta aquellos años en nuestro país, seguía siendo comprendido en los términos de las Artes Gráficas -un oficio-, del Arte Publicitario -un medio de ganarse la vida para muchos arquitectos y artistas- o de la Tipografía. Hasta la llegada de los '50 nos encontramos con el *Movimiento de Arte Concreto Invención* realizando sus muestras más maduras, que también son epigonales, con el grupo de arquitectos jóvenes y ávidos del “pensamiento moderno” y con la inclusión -en el escenario cultural de la plástica y de la Arquitectura- de más de veinte años de debates provenientes de Europa y los EEUU, sobre la técnica, la producción de objetos y el hábitat.

Recién a partir de 1951 se encadenan una serie de emprendimientos que empiezan a prefigurar la apertura de un nuevo dominio para el problema de la gráfica. De esta serie de acontecimientos surgirá a partir de los años '60 el concepto de Diseño Gráfico. Pero el recorrido del mismo no es lineal, ni se trata de una evolución de los planteos propios del concretismo o de la versión gráfica de los jóvenes modernos. Como todo dominio, se encuentra reglado por una serie de acontecimientos que le otorgan una cierta autarquía como también un grado de dependencia respecto de las concepciones artísticas y arquitectónicas dominantes. En este sentido, entiendo a la década que comprende el pasaje de los '50 a los '60 como la apertura de un campo de problemas amplios cuya resultante final no dejará de presentar para sus mismos actores un alto grado de incertidumbre. Prueba de ello son las marchas y contramarchas en los emprendimientos, cuando no un notable grado de contradicción en los discursos.

***Nueva Visión* y el ingreso de las teorías de la Buena Forma en el país**

Nueva Visión (NV) fue la revista que marcó definitivamente el nuevo derrotero de la Arquitectura en el país e instaló la problemática del Diseño en la clave de un discurso sobre la “Buena Forma”. Por estas razones, hoy en día se la considera uno de los hitos de la historia del *Movimiento Moderno*, y el análisis de sus nueve números parecen confirmarlo²¹.

Descontando el hecho de identificar a todos sus integrantes con “lo moderno”, aquello que sin lugar a dudas marca la diferencia con publicaciones como *Ciclo* y el *Boletín del CEA*, es el perfil editorial que asume -reflejando la madurez del *Movimiento Moderno* en el país-, y su novedosa apuesta gráfica. Entre 1951 y 1957 -el intervalo cronológico de su publicación- los artículos ofrecen y actualizan el debate en torno de la Arquitectura, difundiendo movimientos como el *Funcionalismo*, en la voz de sus hacedores y detractores, y la introducción de la Arquitectura *Organicista*.

Nueva Visión devino la cara visible del circuito cultural que vinculaba a los jóvenes modernos de la FAU con los artistas concretos y permitió una difusión más amplia de las ideas modernas en el campo de la Arquitectura y el Diseño. Ya desde el primer número, el subtítulo “Revista de cultura visual” nos habla de la instauración de un campo lo suficientemente amplio como para albergar las manifestaciones artísticas “modernas”, el Diseño (industrial) y la Arquitectura Moderna. En rigor de

²¹ Fue fundada por Maldonado, Hlito y Méndez Mosquera en 1951, y dirigida por el primero hasta 1954. El Comité de Redacción estuvo integrado por Borthagaray, Bullrich, Grisetti, Goldemberg, sumándose luego Baliero, Hlito, Bayley.

verdad, se trató de la actualización local del trabajo de escuelas como Bauhaus, el *Chicago Institut of Design*, las obras de arquitectos como Wright, Aalto, Nervi, Zevi, Gropius, artistas como Mondrian, Bill, Kandinsky, conjuntamente con la difusión de los pioneros de “lo moderno” en el Río de la Plata: Williams, Bonet, Ferrari Hardoy, Casares, y los concretos: Maldonado, Hlito, Bayley, Prati, entre otros.

Analizar detenidamente las transformaciones y los criterios editoriales de *Nueva Visión*, es una empresa que excede los límites del presente trabajo. Sin embargo, desde su diagramación, un uso conciente y programado de la tipografía, hasta el hecho mismo de “estar al tono” de los debates que simultáneamente se estaban dando en Europa –particularmente en Italia, Suiza y Alemania, contando con colaboradores como el mismo Bill- revelan la cristalización del *Movimiento Moderno* en el circuito académico, artístico y cultural, al punto de transformarse en discurso hegemónico. Sin lugar a dudas, este es uno de los principales hilvanes que tejen la extensa y ya mítica asociación entre Arquitectura Moderna, Diseño y *Buena Forma*, vigentes al día de la fecha como imaginario iniciático del Diseño en nuestro país –lo cual es indudable- pero también del Diseño Gráfico –cuestión que resulta objetable desde mi punto de vista-. Considero por el contrario que en *NV* aparece una suerte de puesta gráfica de la estética que acompañó a “lo moderno”, pero que todavía no se había instituido una comprensión del DG como disciplina en la medida en que el trabajo semiótico sobre la imagen aún no había sido desarrollado.

Comunicación, experimentación y vanguardismo en los años '60 **La constitución del Diseño Gráfico en la Argentina**

En este apartado me interesa analizar dos casos del Diseño Gráfico en la Argentina, pues trazan paradigmáticamente la independencia de la práctica de las referencias artísticas o publicitarias *per se*, como también de “lo moderno” y la retórica de la *Buena Forma*. Se trata del Departamento de Diseño Gráfico del Instituto Torcuato Di Tella (ITDT) y AGENS (agencia publicitaria del Grupo SIAM Di Tella)²². Lejos de considerarlos fenómenos aislados, debemos comprender la dinámica que mantuvieron con el desarrollismo. Desconocer aquellas peculiares circunstancias sería una manera de empobrecer nuestro trabajo, reduciendo la “explosión visual” de los '60 a su comprensión en términos de una historia de las transformaciones en los medios de impresión o un más pretencioso, pero no menos limitado, enfoque morfológico *strictu sensu*.

La familia Di Tella y su empresa –SIAM- pueden ser considerados el denominador común entre AGENS y el Depto de Diseño Gráfico del Di Tella, ya que de alguna manera encarnaron en un proyecto industrial específico, las características de toda una época que parecía, entre otras cuestiones, comenzar a necesitar del Diseño. Bien podemos entonces considerar a SIAM Di Tella el exponente del concepto desarrollista de modernización que excedía lo meramente industrial, instalándose en la esfera de los servicios, la comercialización, como también dentro el campo cultural.

Modernización industrial, modernización cultural

Torcuato Di Tella padre muere en 1948. Sus hijos Guido y Torcuato heredan para ese entonces uno de los emporios industriales más importantes del país: la empresa SIAM Di Tella. En diez años de

²² Siendo que el primero se caracteriza por el impacto público tanto nacional como internacional de su gráfica y el segundo por el trabajo interdisciplinario y la envergadura del proyecto publicitario.

gestión (1958) ya figuraba dentro de las cien empresas más grandes del mundo. El proyecto industrialista de Torcuato padre, parecía exceder cualquier expectativa, SIAM había nacido como una fábrica de máquinas amasadoras de pan, y para aquel entonces fabricaba toda clase de electrodomésticos –heladeras, ventiladores, planchas- y también autos, motonetas, caños industriales, motores de aviones. SIAM era un claro exponente del crecimiento industrial del país, había nacido y crecido al amparo de un Estado proteccionista y ahora se volcaba a la fabricación de maquinarias industriales, invirtiendo en la producción de bienes de capital y exportando empresas (por ejemplo, a Brasil).

Cuando sus hijos recibieron las fábricas tuvieron que asumir el desafío de manejar un oligopolio de proporciones que, incluso hoy en día, parecen imposibles. Para aquel entonces, Torcuato hijo había seguido la formación como sociólogo y Guido estudiado Economía, primero en el país y luego en los EEUU perfeccionándose con estudios de posgrado. Al volver de su estancia americana, Guido se encontraría con una veintena de empresas que si bien mantenían el sello SIAM como marca de pertenencia, daban cuenta de criterios ejecutivos, de promoción y producción radicalmente diferenciados. Pero no solo se trataba de heredar un empresa, los hermanos Di Tella recibirían además un tesoro muy particular: la colección de arte moderno de su padre.

Guido, para aquella altura, se había formado siguiendo las nuevas teorías de desarrollo social que consideraban plausible el crecimiento económico de un país con una estructura industrial tradicional, incorporando capitales exteriores que pudiesen así dinamizar la economía. Eran épocas donde todavía el desarrollismo representaba la esperanza de un crecimiento ilimitado, y donde la vieja retórica que vinculaba la soberanía a la independencia económica, era reemplazada por una concepción que encontraba en el aporte de capitales mixtos, la clave del crecimiento nacional. En los EEUU también había conocido otro tipo de oligopolios, “modernos”, que crecían ilimitadamente al incluir los nuevos mecanismos de la publicidad, el marketing y las estrategias persuasivas. El modelo a seguir era *Olivetti*, una empresa italiana que, a contrapelo del imaginario capitalista de la rentabilidad absoluta, parecía encarnar el sueño de un capitalismo progresista. *Olivetti* además había sido ideada como empresa diversa, a partir de una imagen única, algo que ofrecía una enorme tentación como referencia, teniendo en cuenta la diversidad de SIAM.

Aquellas innovaciones venían a insertarse en una Buenos Aires que buscaba sincronizar su agenda cultural con los cambios registrados a nivel internacional. Los años '60, múltiples y explosivos, traían argumentos renovados para el progreso, incorporando la cuestión social, la política, la crítica y el “librepensamiento”. Desde aquí, aunque todavía persista en el imaginario social la equivalencia entre la década del '60 y los movimientos políticos de izquierda, aquel período fue también el momento del intercambio cultural con el norte, la apertura del mercado de consumo masivo, el crecimiento del estándar de vida, el descubrimiento del potencial mercado de bienes culturales y de las consecuencias –queridas o no- de la industria cultural. Buenos Aires, se sumaba entonces a las grandes transformaciones que iban desde la explosión de la industria editorial, la proliferación de cines, la presencia cada vez más importante de la TV en los hogares, hasta la subclasificación de gustos, tendencias y estilos en los productos culturales que escapaban y cuestionaban en parte las antiguas referencias –la retórica nacionalista que enfrentaba lo nacional al “cipayismo”, o la versión liberal donde el contacto fluido con Europa aseguraba no caer en el peligroso “oscurantismo”.

Con los cambios ingresaron, asimismo, la publicidad americana y los novedosos “estudios de mercado”. Buenos Aires como capital del país, reconocía innumerables intercambios internacionales, y si en el caso del campo intelectual la mirada se mantenía sobre Europa, en lo relativo al mercado y su gestión, el rumbo estaba marcado por los EEUU con sus modernos conceptos sobre los públicos,

la targetización del consumidor y el descubrimiento del deseo como motor de la expansión del mercado.

El mercado argentino necesitaba estas herramientas, y si bien es cierto que la publicidad tenía una larga tradición, no parecía acompañar ni adaptarse a las tendencias internacionales. La oferta publicitaria local, con excepción de *Cícero Publicidad* o el *Estudio Onda*, no sintonizaba con la envergadura de los cambios del país, y en relación al abordaje de “lo visual”, no podía salir del tradicional referencialismo del producto. En este sentido, las nuevas tendencias publicitarias provenientes de EEUU aparecen plasmadas aquí por primera vez en el particular “laboratorio de la imagen” que se puso en marcha en AGENS.

En el caso del Departamento de Diseño Gráfico del ITDT, se dieron una serie de casualidades y causalidades –el hecho de inscribirse en una institución pública destinada a la promoción del arte y la investigación científica, conjuntamente con las características personales de sus promotores- que permitieron el cruce fluido entre tendencias locales e internacionales.

Las modificaciones de AGENS y del Departamento de Gráfica del Di Tella no fueron únicamente el producto de un equipo de artistas y creativos clarividentes, sino que supusieron en primer lugar la aceptación de las transformaciones gráficas que ya se estaban poniendo en marcha en el mundo, en particular el nuevo concepto publicitario que se manejaba en los EEUU y la trayectoria de la Escuela Gráfica de Suiza.

El Departamento de Diseño Gráfico del Instituto Di Tella

El impulso moderno con el que se gestó el Di Tella, suponía necesariamente una articulación que diese unidad a la diversidad de prácticas e iniciativas, desde los trabajos de investigación científica – con sede en Belgrano-, hasta la difusión de las muestras de los tres centros de arte: Centro de Artes Visuales (dirigido por Romero Brest), el Centro de Investigaciones Musicales (dirigido por Alberto Ginastera) y el Centro de Experimentación Audiovisual (dirigido por Roberto Villanueva). Aún sin un reconocimiento oficial, el Departamento de Diseño Gráfico y Fotografía fue de hecho el cuarto centro del Instituto, creado con el objetivo de difundir la extensa agenda de actividades del Di Tella. Se trató de un departamento de servicios, que desde un comienzo buscó la puesta en circulación de una imagen pública que identificara las particulares actividades del Instituto.

La iniciativa de Juan Carlos Distéfano de convocar a hombres vinculados a la realización gráfica permitió generar el primer equipo profesional de diseñadores gráficos. En 1964 se incorpora el fotógrafo Humberto Rivas, y ese mismo año ingresan Roberto Alvarado –en fotografía-, Juan Andralis y Rubén Fontana. En 1967 se incorporan Norberto Coppola y en 1968 Carlos Soler.

Cada uno de ellos aportaba al Departamento un tipo de especialización. En el caso de Humberto Rivas y Norberto Coppola se trataba de tomar el lenguaje fotográfico como insumo y soporte del proceso comunicativo del DG. Y en el caso de Juan Andralis, Rubén Fontana y Carlos Soler, la tarea era la de pensar –junto con la cabeza del equipo, Juan Carlos Distéfano- las características de la pieza gráfica y su armado. Composición, formas, tipografía, tratamiento del color, tratamiento de la imagen fotográfica, incorporación de los nuevos recursos de la impresión, y experimentación con materiales conformando una variación sobre una serie –explorando al máximo las potencialidades de las herramientas provistas por las técnicas de armado, composición e impresión- fueron las constantes del trabajo gráfico del Instituto Di Tella. Ya para aquel entonces los artistas que hacían gráfica,

dejaron de percibir su trabajo como una suerte de recurso débil para ganarse la vida, o una traición a la vocación sublime del arte, permitiendo que la gráfica se desvinculara del Diseño Publicitario y de la ilustración.

Diseño Gráfico e industrialización

1- El Grupo Onda

Como empresa nacional, representativa de la industria argentina y de la diversificación de la producción, SIAM contaba con un imagen pública asociada a la modernización, la calidad, el pionerismo en los emprendimientos, el desarrollismo y la capacidad de adaptación a los nuevos desafíos de la tecnología y las formas de producción. Algunos de sus productos más exitosos eran el auto SIAM²³ y la SIAMBRETTA²⁴. Consciente del valor del logo de una empresa, Guido Di Tella organiza un concurso para generar la marca de los autos SIAM y resulta ganador el proyecto del *Estudio Onda*.

El *Estudio Onda* estaba integrado por Rafael Iglesia, Carlos Fracchia y Lorenzo Gigli. Dada la formación en Arquitectura y publicidad de sus integrantes, ya habían orientado su trabajo hacia la gráfica y el diseño de logos e isotipos. Rafael Iglesia, discípulo de Tomás Maldonado y colaborador de *Nueva Visión*, había complementado su formación como arquitecto con el trabajo en Tipografía móvil para la industria cinematográfica nacional. Sin embargo, aunque la gráfica ya estuviera en marcha en iniciativas pioneras como *Nueva Visión*, los trabajos de *Cícero* publicidad y el *Grupo Onda*, aún no se le asignaba una entidad propia.

Con la creación del logo para los autos SIAM, y su posterior generalización a todos los productos SIAM, surge el primer trabajo de imagen corporativa del país, acompañado de un manual explicativo. Allí, se señalan los valores que SIAM recuperaba –calidad, confiabilidad, industria argentina, proyectos pioneros-. El manual daba cuenta de la implementación de la marca a toda la producción de la familia Di Tella²⁵. El trabajo fue acompañado por un estudio que buscaba medir la recepción de la nueva marca en el público consumidor de productos SIAM. Paralelamente, Basilio Uribe –director del CIDI (Centro de Investigaciones en Diseño Industrial) hace lo mismo para la marca *Colorín*, y el concurso vuelve a ser ganado por el proyecto del *Estudio Onda*. En aquella ocasión, se efectuó además un estudio cualitativo para comprobar el impacto de la marca en los consumidores. Así no sólo se atendía el desarrollo diseñístico de un producto, sino toda la secuencia que lo llevaba hasta el consumidor final. Un emprendimiento, que generaría antecedentes importantes en la medida en que el Diseño era complementado con los estudios de mercado, y con la instalación de nuevas imágenes de identificación del producto. De alguna manera, se iniciaba un recorrido para el Diseño Gráfico, comprendido como un factor de la producción, cuya principal referencia era la línea de productos *Braun* –que había sido desarrollada precisamente en la HFG de Ulm.

²³ Cuyos derechos de fabricación habían sido comprados a una empresa británica.

²⁴ Motoneta que llegó a producir más de ochenta mil unidades anuales.

²⁵ El logo de SIAM surge al retomar un motivo medieval de las tres barras paralelas que sugieren el concepto de “intelecto activo”. Previendo su transformación en marca, se unen las tres barras para conformar una sola pieza, y se la hace girar para evitar cualquier connotación con una svástica. De esta manera surge la “S” característica de los productos SIAM.

Tomando a *Braun* y a *Olivetti* como precursoras, Guido Di Tella decide la creación de una empresa publicitaria cautiva de SIAM. Aunque en un principio, se pensó en las ventajas comparativas de una agencia de publicidad interna al grupo, rápidamente y debido a las necesidades de SIAM, AGENS se transformaría en uno de los centros más importantes del país en materia de Diseño Industrial y Diseño Gráfico. Efectivamente, cuando a Pollard y a Del Castillo les es encomendada la tarea de transformar la publicidad de SIAM, no suponían que se iba a generar el primer laboratorio de Diseño Gráfico del país directamente vinculado a un proyecto industrial. Las posibilidades y las limitaciones del mismo se relacionan directamente con la proyección de SIAM en particular y de la industria nacional en general.

2- AGENS y las comunicaciones integrales

Corría el año 1959 y Del Castillo, tras haber aceptado la oferta y la sugerencia de Di Tella de incorporar al Arq. Pollard como Director de la futura agencia, convoca a Rizzo para el área de Comunicaciones, y en conjunto idean un nombre para la Agencia, que pasó a denominarse AGENS (“*Argentina, Agencia, sonaba*”). Se trataba del primer emprendimiento sustentado a partir de un objetivo publicitario que excedería con creces la labor de la publicidad. Desde un primer momento se pensó en las características de una imagen de los productos SIAM y el modo de obtenerla no era precisamente seguir la pauta publicitaria tradicional en nuestro medio. Aunque ya David Ratto había empezado a innovar trayendo los conceptos de la *Nueva Publicidad Americana*, era mucho el recorrido por hacer. La real innovación de AGENS fue haber incluido como parte central de una estrategia publicitaria al Diseño Gráfico y haber generado un Departamento propio de Diseño Industrial. Fue la primera vez que en nuestro país aparecen las *Comunicaciones Integrales* subordinando a los departamentos de publicidad, márketing, comercialización y promoción bajo una misma estrategia empresarial articulada por una imagen pública.

Entre los creativos incorporados figuraban: González Ruiz (por aquel entonces, estudiante de Arquitectura), Shakespear, Macció, Polesello, Pérez Celis, Potensa, Juan Carlos Sánchez (conocido internacionalmente como “América” Sánchez). Además de las áreas de Diseño Gráfico y Diseño Industrial, en AGENS se formó un equipo de redactores integrado por “Paco” Urondo, Núñez, Norman Brisky, en Televisión Alberto Ure y en el equipo de creativos Josefina Robirosa y Jorge Michel.

Los emprendimientos de AGENS fueron mucho más allá de la innovación necesaria para generar una nueva imagen de SIAM. AGENS fue una empresa, al decir de sus integrantes, de avanzada pues se perfiló como productora de una serie de eventos culturales, buscando reforzar la imagen de modernidad y apoyo a la cultura asociada a SIAM. Además del trabajo publicitario produjo eventos como el primer espectáculo multimedia del país en el Predio de La Rural²⁶, los primeros espectaculares en *Canal 13* y telenovelas. En relación a las iniciativas que buscaban reforzar la imagen de SIAM, en AGENS se produce el primer video institucional de la empresa y se implementan una serie de estudios de mercado tendientes a analizar la recepción de los productos de la empresa. En este sentido, si bien las estrategias del márketing habían hecho su desembarco exitoso en Buenos Aires, debemos tener en cuenta que, dado el crecimiento del mercado interno, se vendía casi la totalidad de la producción, con lo cual, el márketing lejos de apostar por la agresividad en la inserción de un producto, era una herramienta más de toda la pauta publicitaria, con una importancia

²⁶ Aunque ya existieran antecedentes muy importantes como la muestra itinerante organizada por Rafael Iglesia, realizada por primera vez en el Museo Nacional de Bellas Artes.

similar a la que tenía el Diseño y la difusión del producto. La situación cambia cuando empiezan a sentirse las consecuencias de la apertura a la importación.

A la dirección de Pollard, le sigue en 1964 Méndez Mosquera –convocado por su larga y reconocida trayectoria publicitaria. Una línea de continuidad y crecimiento del DG en el país parecía así consolidarse, sin embargo Méndez Mosquera debe renunciar por la enorme superposición de trabajos –la coordinación entre otras de la labor de AGENS conjuntamente con la de *Cicero*- y la agencia termina su ciclo siendo dirigida por Frank Memerdorff, aunque para aquella altura SIAM se encontraba en una franca caída.

Hasta aquí se ha presentado una muy breve síntesis del trabajo de tesis. Cabe aclarar que solamente se han seleccionado aquellos párrafos que dan cuenta de los actores –en particular las instituciones- que fueron constituyendo el campo del DG. Por esta razón, lo expuesto se ajusta más a un modelo de análisis descriptivo-interpretativo, que al barrido exhaustivo de los hechos del Diseño en Buenos Aires.

Una vez desarrollados algunos ejes de análisis correspondientes a la tesis de Maestría, presentamos a continuación las líneas de trabajo del proyecto “Archivos del Diseño Gráfico. Un estudio socio-semiótico de sus publicaciones”, actualmente en curso.

El objetivo principal del trabajo es analizar el proceso de consolidación del DG como disciplina y profesión durante el período 1951-1989. La periodización fue establecida a partir de las hipótesis de trabajo.

La primera de estas hipótesis señalaba que “el DG se encuentra lejos de presentar una estabilidad en su definición disciplinaria. De esta manera, las marchas y contramarchas en los discursos propios del campo responden a posiciones locales sobre la disciplina, como y centralmente a la actualización de tendencias y discursos internacionales”.

La segunda hipótesis entiende que la práctica del DG, lejos de explicarse exclusivamente en función de los cambios técnicos, presenta una amplia “disponibilidad” en relación a las transformaciones históricas nacionales e internacionales. De esta forma, las dominancias temáticas no responden necesariamente a factores internos, sino al imaginario social y cultural donde ésta fue inscribiéndose sucesivamente. A modo de ejemplo: la disponibilidad de los años '60 para pensar en la dimensión creativa y comunicacional del Diseño de Imagen, el registro liberador del DG en los '70, interpelando a los jóvenes como su principal actor y a toda la revolución cultural que se inició con el Mayo del '68 y que aquí continuó hasta el golpe militar del '76, el silenciamiento de la práctica durante la dictadura, y la emergencia del DG en la reapertura democrática, identificado con la reconstrucción de un escenario público cívico, y pluralista.

Para nuestro caso, el año 1951 marca la aparición del primer número de la revista *Nueva Visión*, y 1989 el inicio de una de las mayores transformaciones que registra la historia argentina, a saber: el inicio de la políticas neoconservadoras, la creación de un nuevo imaginario “modernizante” –que luego fuera característico de los años '90- y las consecuencias que esto representó para los campos económico, político y cultural.

La periodización compromete dos aspectos centrales de nuestras hipótesis. Por un lado, el focalizar lo que ocurre al interior de la profesión y de la disciplina. Por el otro, analizar el grado de autonomía

y heteronomía disciplinaria en relación a las transformaciones macro de una formación cultural específica (Williams, 1981).

Para ello, se ha iniciado el relevamiento de las principales publicaciones que conforman el cuerpo propositivo del DG. El trabajo comenzó con el análisis de los nueve números de la revista *Nueva Visión (NV)* –actualmente en procesamiento–, la recopilación, clasificación y análisis de la revista *Summa*²⁷, y los nueve números de la revista *Tipográfica* que comprenden el período 1987-1989.

Cabe destacar que se ha trabajado a partir de la reconstrucción de un campo semántico, es decir la puesta en sentido de términos como “nueva visión”, “cultura visual”, “tipografía”, “diseño”, “arquitectura moderna”, “diseño industrial”, “diseño de imagen”, “diseño de comunicación”, “arte publicitario”, “publicidad”, “diseño gráfico”. Si bien todos ellos configuran un recorrido aparentemente azaroso a la hora de las definiciones, permiten inscribirlos en una trama de conceptos que les son afines y preguntarnos cómo aparece un determinado concepto en un período, qué tipo de supuestos aparecen en escena, qué tradiciones se reconocen, qué legitimidades se construyen, entre otros.

Dado el carácter de nuestros objetivos, hemos hecho especial hincapié en los editoriales, en particular aquellos que corresponden a los primeros números. Ellos permiten reconstruir las inquietudes que sostienen el proyecto editorial, como y centralmente, delinear el tipo de espacio que la revista declara venir a ocupar. Nos ha interesado el editorial como un género discursivo (Bajtín, 1990) 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.

De las tres revistas elegidas para el relevamiento, solamente una (*Tipográfica*) puede considerarse una revista de Diseño Gráfico. Nació al calor de la inclusión de la materia Tipografía en la recientemente creada carrera de DG en la UBA. En este sentido, repite el esquema que fundó la dupla “Visión” como materia y el proyecto editorial *Nueva Visión*, casi veinticinco años antes. De ahí probablemente, el difuso perfil de sus zonas de interés: mezcla de impulso fundacional de un campo, trazado de temáticas afines, búsqueda de la especificidad en su materia como, y llamativamente, la interpelación a un público con competencias suficientes como para manejar los supuestos que aparecen en escena recurrentemente.

El caso de *Summa* es diferente. En principio, al día de hoy contamos con dos revistas: *Summa* y *Summa +*. Si bien todavía no hemos iniciado el trabajo de relevamiento de esta segunda, sí se comenzó a trabajar sobre los primeros tres años del proyecto original. Allí aparece una distinción que no es menor, la diferencia entre arquitectura y el resto de las disciplinas proyectuales, coincidente con la consolidación del Diseño Industrial y la aparición del Diseño Gráfico en Buenos Aires.

Una vez realizadas estas aclaraciones metodológicas presentaremos las fichas técnicas de las publicaciones y se comentará en forma oral el estado de avance del corpus de trabajo.

Revista *Nueva Visión*
Publicación trimestral

²⁷ Dada la extensión del corpus correspondiente a la revista *Summa*, se ha iniciado el relevamiento y catalogación con los primeros números que comprenden el período 1963-1969.

N ° 1

Director: Tomás Maldonado

Secretario: Carlos Méndez Mosquera

Composición tipográfica: Alfredo Hlito

Corresponsales en el interior:

En Mendoza: César Janello

En Tucumán: Ricardo Muratorio Posse

Corresponsales en el exterior:

En Francia: Lanfranco Bombelli Tiravanti

En Italia: Max Huber

En Uruguay: Hans Platschek

En Brasil: Santa Rosa

N ° 2/ 3

Director: Tomás Maldonado

Comité de redacción: Arq. Juan Manuel Borthagaray, Arq. Francisco Bullrich, Jorge Goldemberg, Jorge Grisetti

N ° 4

Director: Tomás Maldonado

Secretario de redacción: Jorge Grisetti

Comité de redacción: Arq. Juan Manuel Borthagaray, Arq. Francisco Bullrich, Jorge Goldemberg, Rafael Iglesia, Mauricio Kagel, Guido Kasper

N ° 5

Director: Tomás Maldonado

Secretarios de dirección: Arq. Juan Manuel Borthagaray, Jorge Grisetti, Alfredo Hlito.

Comité de redacción: Arq. Horacio Baliero, Arq. Francisco Bullrich, Jorge Goldemberg, Rafael Iglesia.

Secretario de redacción: Edgar Bayley

N ° 6

Director: Tomás Maldonado

Secretarios de dirección: Arq. Juan Manuel Borthagaray, Jorge Grisetti, Alfredo Hlito

Comité de redacción: Arq. Horacio Baliero, Arq. Francisco Bullrich, Jorge Goldemberg.

Secretario de redacción: Edgar Bayley

N ° 7

Director: Tomás Maldonado

Secretarios de dirección: Arq. Horacio Baliero, Alfredo Hlito, Jorge Grisetti.

Comité de redacción: Arq. Francisco Bullrich, Arq. Juan Manuel Borthagaray, Jorge Goldemberg.

N ° 8

Director: Tomás Maldonado

Comité de redacción: Arq. Horacio Baliero, Arq. Francisco Bullrich, Arq. Juan Manuel Borthagaray, Edgar Bayley, Alfredo Hlito, Jorge Goldemberg.

Secretario de redacción: Jorge Grisetti.

N° 9

Fundador: Tomás Maldonado

Comité de redacción: Arq. Francisco Bullrich, Arq. Juan Manuel Borthagaray, Alfredo Hlito, Jorge Goldemberg, Jorge Grisetti.

Secretario de redacción: Arq. Horacio Baliero.

Revista *Summa*

N° 1 (s/m '63) al N° 12 (julio '68)

Dirección: Lala Méndez Mosquera, arq.

Editor: Carlos Méndez Mosquera, arq.

Comité de redacción: José A. Le Pera, arq. (*hasta el N° 10*); Jorge Grisetti, arq.; Francisco Bullrich, arq.

Secretario de Redacción: Leonardo Aizenberg, arq.

Fotógrafo: Eduardo Colombo - *Hasta el N° 9 (agosto '67)*

A partir del N° 8 (abril del '67) se incorpora la categoría de:

Asistente Gráfico (N° 8, 9, 10) / Diagramación (N° 11) / Jefe de Producción (N° 12) : Héctor Fridman

A partir del N° 11 (abril del '68) se incorpora la categoría de:

Corresponsales:

En Córdoba: Alberto Spivak, arq.

En Chile: Revista AUCA

En Nueva York, EE.UU.: Susana Torre

En Florencia, Italia: Antonio Díaz, arq.

En Milán, Italia: Enzo Fratelli, arq.

N° 13 (octubre '68) al N° 16 (abril del '69)

Dirección: Lala Méndez Mosquera, arq.

Secretario de Redacción / Director Ejecutivo: Leonardo Aizenberg, arq.

Comité de redacción: Jorge Grisetti, arq.; Francisco Bullrich, arq.

Jefe de Producción: Héctor Fridman

Departamento de Diseño: Jasé Antonio Mouro, Andrés Mariasch

Corresponsales:

En Córdoba: Alberto Spivak, arq.

En Chile: Revista AUCA

En Nueva York, EE.UU.: Susana Torre

En Florencia, Italia - En Londres: Antonio Díaz, arq.

En Milán, Italia: Enzo Fratelli, arq.

N° 17 (junio '69) al N° 20 (noviembre '69)

Dirección: Lala Méndez Mosquera, arq.

Director Editorial: Leonardo Aizenberg, arq.

Jefa de redacción: Alcira González Malleville

Jefe de Producción: Héctor Fridman

Departamento de Diseño: Jasé Antonio Mouro, Andrés Mariasch, Adrián Pacenza

Corresponsales:

En Córdoba: Alberto Spivak, arq.

En Chile: Revista AUCA

En Nueva York, EE.UU.: Susana Torre

En Londres.: Antonio Díaz, arq.

Nº 21 (diciembre '69) al Nº 36 (abril '71)

Dirección: Lala Méndez Mosquera, arq.

Director Editorial: Leonardo Aizenberg, arq.

Jefa de redacción: Alcira González Malleville

Colaboradores: invitados para cada número

Diagramación / Diseño:

Nicolás Jiménez (*hasta el Nº 31 – noviembre '70*)

Roberto Broullon (*Nº 32/33 – diciembre '70 / enero-febrero '71*)

Alfredo Hällmayer (*a partir del Nº 34 – marzo '71*)

Corresponsales:

En Córdoba: Alberto Spivak, arq.

En Chile: Revista AUCA

En Nueva York, EE.UU.: Susana Torre

En Londres.: Antonio Díaz, arq.

Nº 37 (mayo '71) al Nº 71 (enero '74)

Dirección: Lala Méndez Mosquera, arq.

Jefa de redacción: Alcira González Malleville

Redacción: Diana Blumenfeld, Graciela Fridman (*desde el Nº 52 – agosto '72*)

Colaboradores: invitados para cada número

Colaboradora permanente: Marina Waisman, arq.

Diagramación / Diseño:

Alfredo Hällmayer (*hasta el Nº 47 – marzo '72*)

Felipe Larrea (*a partir del Nº 48 – abril '72*)

Revista *Tipográfica*

tpG 1 : julio 1987

tpG 2 : septiembre 1987

tpG 3 : diciembre 1987

tpG 4 : abril 1988

tpG 5 : agosto 1988

tpG 6 : noviembre 1988

No hay mayores cambios en el staff, aunque sí algunas diferencias, que vale consignar.

Nº 1, 2 y 3 (año 1987):

Directores: Roberto Alvarado y Rubén Fontana.

Secretaria de redacción: María Teresa Bruno

Diseño y producción: Ediciones de diseño

Corresponsales: Silvia Fernández y Cecilia Iuvaro (desde La Plata y Mendoza respectivamente)
Colaboradores: Juan Andralis, Norberto Chaves, Jorge Frascara, Oriol Pibernat, Nelly Schnait y Ronald Shakespear.

Nº 4, 5 y 6 (año 1988):

Director editorial: Rubén Fontana

Director de producción: Roberto Alvarado

Secretaria de redacción: María Teresa Bruno

Colaboradores: Tite Barbuzza, Daniel Higa, Cecilia Iuvaro y Andrea Marenzi

Curador: Juan Andralis

Columnistas: Ricardo Blanco, Bengt Oldenburg y Carlos Venancio

Corresponsales varios

Equipo de diseño: Rubén Fontana, Pablo Fontana y Marcela Lombardi

BIBLIOGRAFIA

Libros y artículos

- Aicher, Otl. *El mundo como proyecto*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1994.
- Arfuch, Leonor; Chaves, Norberto; Ledesma, María. *Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires, Paidós, 1997.
- Arfuch, Leonor. *La entrevista. Una invención dialógica*. Madrid, Paidós, 1995.
- Bajtin, Mijail. *Estética de la creación verbal*. México, Siglo XXI, 1981.
- Ballent, Anahí. *El diálogo de los antípodas: los CIAM y América Latina*. Buenos Aires, Secretaría de Investigaciones en Ciencia y Técnica, FADU, UBA, 1995.
- Benveniste, Emile. *Problemas de lingüística general*. Tomo I.
- Bonsiepe, Gui. *El diseño de la periferia*. México, GG, 1985.
- Bonsiepe, Gui. *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1999.
- Borthagaray, Manuel. "Universidad y política. 1945-1966" en *Revista Contextos*, núm.1, FADU, UBA. Buenos Aires, octubre 1997.
- Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte*. Barcelona, Anagrama, 1995.
- Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. México, Grijalbo, 1990.
- Chaves, Norberto. "Contra la profesión" en *Revista Tipográfica*, núm. 29. Buenos Aires, 1997.
- Crispiani, Alejandro. *Las teorías del Buen Diseño en la Argentina: del Arte Concreto al Diseño para la Periferia*. Buenos Aires, Cuadernos del Instituto de Arte Americano, núm. 74. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA, diciembre 1996.
- Crispiani, Alejandro. "Belleza e invención" en *Revista BLOCK*, núm.1. Buenos Aires, agosto
- Devalle, Verónica. "El análisis cultural. Nuevas perspectivas para pensar el Diseño" En *Diseño y experiencia urbana*. Referato FADU aprobado, 1997.
- Foucault, Michel. *La arqueología del saber*. México. Siglo XXI, 1990.
- Foucault, Michel. *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. México, Siglo XXI, 1990.
- Frascara, Jorge. *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1998.
- García, Graciela; Labella, Viviana; Rey, Alejandra; Rodríguez Marengo, Verónica. *Panorama histórico del Diseño Gráfico Contemporáneo*. Buenos Aires, CP 67 Editores, 1987.
- González Ruiz, Guillermo. *Estudio de Diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires, EMECE Editores, 1994.
- Gorelik, Adrián. "La belleza de la patria" en *Revista BLOCK*, núm. 1. Buenos Aires, agosto 1997.
- Liernur, Francisco. "Arquitectura y ciudad: ¿para qué la belleza?" en *Revista BLOCK*, núm. 1, Buenos Aires, agosto 1997.
- Maldonado, Tomás. "Belleza, forma, función" en *Max Bill*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1955.
- Maldonado, Tomás. *Vanguardia y racionalidad*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1974.
- Maldonado, Tomás. *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1993.
- Maldonado, Tomás. "Proyectar hoy" en *Revista Contextos*, núm. 1. Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA, octubre de 1997.
- Marcos, Martín y Caldenari, María. "Fundación y refundación de la FADU" en *Revista Contextos*, núm.1. Buenos Aires, octubre 1997.
- Méndez Mosquera, Carlos. "Retrospectiva del Diseño Gráfico" en *Revista Contextos*, núm.1. Buenos Aires, FADU, octubre 1997.
- Perazzo, Nelly. *El arte concreto en la Argentina*. Buenos Aires, Ed. Gaglianone, 1983.
- Sarlo, Beatriz. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1992.

VV.AA “Mesa Redonda. A diez años de la creación de la Revista Tipográfica” en *Revista Tipográfica*, núm. 33. Buenos Aires, noviembre 1998.
Williams, Raymond. *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona, Paidós, 1980.