

*Diseño Gráfico y Modernidad: la configuración del campo disciplinar en la Argentina*

Verónica Devalle

*Resumen de la tesis doctoral*

El propósito central de la tesis fue 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 consistió en que no realicé una historia de los objetos del DG, ni siquiera una historia de la gráfica. Busqué, 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 la Argentina. En la medida en que analicé 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, tomando el caso argentino, y usando este episodio de la gráfica latinoamericana como disparador para repensar en términos teóricos y metodológicos la historia del Diseño en general.

La hipótesis principal de la tesis 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 las ciudades de Buenos Aires, Rosario, La Plata y en la región de Cuyo 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 las Universidades Nacionales —especialmente en la Universidad de Buenos Aires (UBA), de La Plata (UNLP), de Cuyo (UNCuyo) y de Rosario (UNR)—, 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 consideré fundamentales:

- 1) la aparición de la revista *Nueva Visión* y la cátedra “Visión” en el marco de las Universidades Nacionales,
- 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 la Argentina presentan una exhaustiva cronología a expensas de un trabajo crítico (con excepciones como los trabajos del Grupo Editorial Nodal, en particular los interesantes artículos de Silvia Fernández y su equipo de investigación en la UNLP). 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 éste 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 Altamira), (1) o como consecuencia del jaque mortal al concepto tradicional de arte que producen las vanguardias artísticas (2), o bien como un desprendimiento natural del llamado Movimiento Moderno en Arquitectura (3). 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 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 vertebrado alrededor de la práctica arquitectónica.

Si el primer presupuesto es más fácilmente desmontable, el cuestionamiento al segundo ha comprometido la totalidad de la tesis. No me propuse con esto desarticular una “verdad” fundante del campo del DG en la Argentina, sino simplemente evidenciar el proceso que hizo triunfar este tipo de mirada sobre su práctica.

*Notas del texto*

1. Ver al respecto: P. MEGGS, *Historia del Diseño Gráfico*. México, Editorial Trillas, 1983.
2. Entre otros: R. HOLLIS, *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. C. MÉNDEZ MOSQUERA, “Veinte años del Diseño Gráfico en la Argentina”, en *Revista Summa* N° 15. Buenos Aires, febrero de 1969. G. GONZÁLEZ RUIZ, “Del Caras y Caretas al caras y caritas”, en *Revista Summa*, N° 15, febrero de 1969.