

Nuevas estrategias para la comunicación de la cultura material

Autora: Carolina Muzi

Director: Lic. Cristian Scarpetta

2013

Indice

Introducción 2

El diseño en el periodismo: posibilidades y alcances

- Cultura material: derrotero de un concepto sin acuerdos 12

- Polarizaciones y medios masivos 17

Capítulo 1

Crisis 2001y renacimiento del diseño industrial en la Argentina

- Tres respuestas locales a grandes problemáticas globales

Capítulo 2 35

Un relato ausente de la cultura

Capítulo 3 56

En busca de la mirada trópico

Capítulo 4 78

Conclusiones /

La cultura material y la crisis como horizonte de expectativas

Introducción

Configuración del objeto de estudio /

El diseño en el periodismo: posibilidades y alcances

Una serie de intereses motivaron esta investigación. En especial, el afán por entender la relación que mantenemos con las cosas que habitan la vida diaria, la forma en que éstas son producidas y consumidas, cómo se establecen los vínculos entre uso y emociones; cómo se valoran a nivel colectivo e individual los bienes para la vida, desde los objetos cotidianos hasta los menos frecuentes; o qué dicen de la época en que fueron concebidos y de quienes las concibieron y utilizan. Todas estas cuestiones tuvieron que ver con el impulso de este estudio y con un interés personal anterior por estos temas centrados en indagar las políticas y las conductas colectivas, las relaciones fundadas en aspectos que conjugan la cultura, la economía, la producción material y la identidad. El móvil del estudio se volvió, paradójicamente, más preciso y a la vez más general: se ubicó en una concepción abierta de cómo indagar al contexto, un ejercicio tan corriente en la tarea de los periodistas como comunicadores. Y de ahí, creció al interés por develar a la cultura material como una herramienta de lectura transdisciplinar, capaz de conjugar información de modo transversal: de ofrecer una *mirada trópico*, fue el concepto esbozado para designar esa forma de leer la realidad.

En el contexto de los objetos, del diseño y de la cultura material en nuestro país, no se pueden eludir las secuelas del terrorismo de estado de la última dictadura militar (1976-1983). En ese sentido, en los 70, los aniquilamientos que perpetró la dictadura se practicaron en dos planos: el de las personas y el de las cosas. Sin equiparar unas y otras, vale señalar que las cosas (la industria y sus productos) no desaparecieron de modo abrupto de nuestras vidas pues, dado el ritmo más lento del consumo de aquellos tiempos, la ausencia recién se percibía cuando había que reemplazar algo que ya no se

fabricaba en la Argentina¹. Siguieron los años del reinado de “lo importado”, el dime dos, la colonización a través de las prendas y los objetos cotidianos, salvo en el caso de aquellos bienes de consumo que perduraban en su producción o en el *stock* no renovable de una familia o un individuo. Esto motivó la profundización del universo referencial, que no era sólo simbólico, sino que enraizaba aspectos de la cultura que nos cohesionaban como comunidad. Precisamente, la cultura material presta atención a las cosas y mira detrás de ellas en lo concreto (apelando a un ejemplo literal del mirar atrás: en los sellos de Rigolleau sobre vajilla de opalina o en la firma caligráfica impresa en las lozas Hartford, la leyenda “industria argentina” grabada hasta los 70 revela también características propias de los procesos productivos) y en lo simbólico. Estos intereses no fueron fáciles de incorporar a la vida profesional a través del ejercicio del periodismo, haciéndolos aptos e interesantes para la prensa gráfica. A pesar de que encierran un tipo de información que habla de nosotros mucho más de lo que pensamos, sólo pudieron ser desplegados y sostenidos en el tiempo como un área especializada, en la prensa temática; o bien con menos frecuencia como temas de la cultura. La ruptura cultural y socioeconómica de los argentinos con su industria todavía tiene secuelas marcadas; la recuperación es lenta a pesar de los más de 200 nuevos polos industriales que hay en el país². Quizá, como una de las consecuencias vinculadas al trauma, se podría medir la respuesta emocional que hoy generan los artículos retro de la industria nacional, un fenómeno que en este momento (2012) encarna, por ejemplo y entre otros, *Aurorita*, la bicicleta plegable de la firma Aurora.

En el periodismo de diseño aún faltan especialistas en una época en la que la mirada desde la cultura material sería capaz de articular preocupaciones y problemáticas muy actuales para convertirla en una lectura estratégica de la realidad. Una coyuntura propicia para el destape del diseño fue la de 2001, precisamente, bajo una crisis. Este tipo de escenarios suele ofrecer buenas lecciones para la mayoría de las disciplinas, y sirvió para movilizar hipótesis y

¹ Seguimos la tesis propuesta por Jorge Schvarzer en, *La industria que supimos conseguir*, Buenos Aires, Planeta, 1996.

² *Ibíd.*

problematizar cuestiones naturalizadas para la comunicación que desembocaron en el espacio museo³. Pasada la mitad de los años 2000 fui parte de un proyecto editorial donde el diseño fue clave: la primera revista temática que publicó un medio masivo, se trataba de *dni* (un subproducto del suplemento *ARQ* de *Clarín*). Su énfasis fue propiciar un contenido nuevo para los lectores y un espacio para la cultura material, aunque esta experiencia alcanzó una fase preliminar. Precisamente, como una instancia superadora, la intención que impulsa este estudio es la de explicar las razones por las cuáles esta temática de lo cotidiano no ocupó (ni ocupa) secciones de la prensa gráfica que refieren, justamente, a lo cotidiano: Información general, Sociedad y Cultura. Aunque el análisis se centra en el soporte escrito, esto sucede de igual modo en los demás soportes mediáticos.

Haber sido convocada para la docencia universitaria en Historia del Diseño Industrial en 2008 (en la Facultad de Artes y Diseño, en Oberá, de la Universidad Nacional de Misiones) sin provenir del campo disciplinar, me impulsó a ordenar el *corpus* de información que había cosechado como parte de la tarea periodística y de investigación en los años previos. El hecho de avanzar en el conocimiento de la disciplina a través de una serie de líneas de trabajo sustentadas en la experiencia profesional, también fue una estrategia que sirvió para encuadrar este estudio. Siguen algunas de estas:

1) La comunicación de la cultura material a través del periodismo de diseño:

Patentizada en una producción previa, en ese caso, en la creación de una revista disciplinar masiva (*dni*) y en la participación, como periodista especializada, en medios gráficos nacionales y extranjeros con notas o tareas de edición, etc.

³ Nos referimos a la experiencia concreta de la muestra *Genealogías del Sur / conductas de diseño (Malba, 2007-08)*.

2) La comunicación de la cultura material a partir del dispositivo museo:

Desarrollada en las siguientes muestras: *Genealogías del Sur*, en Malba (noviembre de 2007-marzo 2008), *Mate, la savia de los argentinos* en *ArgDis*, *Pasión del fin del mundo*, envío oficial del Estado argentino al Salón de Tokio, Japón, en abril de de 2007; *ArDi* muestra de diseño argentino contemporáneo curada en Museo de Arquitectura y Diseño de Buenos Aires, en mayo de 2009; la curaduría del Pabellón Argentino de Diseño enviado por la Cancillería al London Design Festival de Londres, en septiembre de 2010, como parte de los festejos del Bicentenario.

3) El Centro de Investigación del Diseño Industrial (CIDI):

EL Centro de Investigación del Diseño Industrial (1962-1976) perteneciente al INTI representó la primera articulación sostenida entre diseño e industria nacional, y fue divulgada a través de la edición del libro *Historia del CIDI, un impulso de diseño en la industria argentina*, de José A. Rey. El material permanecía inédito desde los 80, aún cuando desde entonces se marcaba la necesidad de contar con bibliografía específica. Esa línea de trabajo empujó la atención a la articulación entre ciencia, tecnología y diseño en una concepción cercana a la que luego, desde 2007, incentivaría para algunos programas del MinCyT el ministro de Ciencia y Tecnología Lino Barañao.

4) La recuperación de la memoria a través de las cosas:

La construcción de un relato de la industria argentina es una línea de investigación académica iniciada en la UNDAV en 2011, a la que se le suma un seminario en ciernes para la UNLP. Asimismo, el trabajo en la Comisión de Derechos Humanos de la Escuela de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP entre 1985 y 1988 ya había derivado en una breve aunque intensa experiencia: el guión de *En el país del no me acuerdo*, la primera muestra de los objetos de nietos e hijos desaparecidos, realizada por Abuelas de Plaza de Mayo en el Pasaje Dardo Rocha de La Plata, en 1987.

Algunas de las preguntas que motivaron esta investigación pueden encontrarse, también, en las siguientes formulaciones: ¿Qué nos une culturalmente a los bienes materiales cotidianos? ¿Por qué los medios masivos no se preocupan por el entorno inmediato? ¿Por qué el pensamiento proyectual está tan alejado de la comprensión y de las investigaciones de las ciencias sociales? ¿Por qué resulta desconocido el pasado industrial si se trata de una parte decisiva de nuestra soberanía? ¿Por qué, si la Comunicación Social y el periodismo “apelan” al ejercicio contextualista, no tiene en ellos mayor cabida el contexto material? ¿Cómo debería comunicarse la cultura material: como parte de la producción cultural o como un producto de la actividad económico-industrial? ¿Qué rol tiene el museo como institución legitimante respecto de la comunicación de problemáticas culturales contemporáneas?, entre otras.

Con esta tesis, buscaremos comprender cómo se vincula una sociedad con su producción material en un sentido amplio (desde la arquitectura y la ingeniería hasta el transporte y los objetos de uso cotidiano). Además, nos interesará indagar el por qué del escaso espacio de este tema en los medios, o justamente, de su reducción a “temática específica”. Para responder estas preguntas, se estudiará un caso concreto: la producción de contenidos en medios masivos (con recorte en los suplementos culturales y de diseño de *Clarín* y *Página/12*) sobre un hecho periodístico, la cobertura de la muestra *Genealogías del Sur/ conductas de diseño* (Buenos Aires, diciembre 2007 - marzo 2008), inscripta en uno de los museos emblemáticos de la ciudad de Buenos Aires, el Malba. En otras palabras, se intentará estudiar cómo fue tratada, trabajada y abordada una misma noticia en distintos medios. Asimismo, la investigación tratará de estudiar diversos campos que este trabajo no agotará pero de los que dará cuenta en sus aspectos sustanciales: el diseño en relación a la historia, a la economía, la historia de las ideas y de la cultura, la sociología, la antropología y el mercado (no olvidemos que en sí, el diseño es un facilitador de convergencias y cruces, una disciplina catalizadora).

Las cuatro partes que componen esta tesis son las siguientes: la primera, introduce el tema planteando algunas coordenadas interpretativas precisas, dado que la cultura material es una categoría sobre la que aún no hay demasiados acuerdos. Se introduce, entonces, la escuela historiográfica de Annales como contexto en el que el historiador Fernand Braudel estudia, por primera vez, los objetos de la vida cotidiana para analizarlos desde una perspectiva histórica. Pasando luego por la crítica de Peter Burke al enfoque braudeliano hasta llegar a la articulación entre lo material y lo simbólico que la argentina María del Rosario Bernatene reconoce para el diseño. Tras repasar los desacuerdos en torno a la categoría de cultura material y el resurgimiento de ésta en el ámbito anglosajón de las Ciencias Sociales, llegan los nuevos enfoques que, como oportunamente observara Ronald Cancino Salas, establecen posibles usos que abren una pregunta: “Cómo se relacionan las sociedades con sus objetos.” Este enfoque, finalmente, explica el análisis de la comunicación de la mencionada muestra *Genealogías del Sur / Conductas de diseño*, realizada en el Malba.

Los capítulos 1, 2 y 3 se centran, respectivamente, en la crisis de 2001 y el renacimiento del diseño industrial en la Argentina; el relato ausente de la cultura material; y el entendimiento de ésta como un área de convergencias temáticas que se presenta como un inmejorable lector de época. El capítulo primero explica el devenir del diseño industrial en la Argentina tomando como punto central la coyuntura de sustitución de importaciones que resultó de la crisis de 2001 para entender el posterior renacimiento que, a partir de 2002, vivió la disciplina. Como referencia diremos que en 2005 Buenos Aires fue elegida como Primera Ciudad del Diseño de la Red Global de Ciudades Creativas de la UNESCO. Aquí, se intentan explicar las posibilidades de la cultura material, es decir su incumbencia para leer desde sus producciones las problemáticas globales: la accesibilidad en las grandes ciudades; las instancias del comercio justo, el desafío material y el rol de la basura, entre otras. Y se intenta también mostrar cómo estas temáticas no son atendidas por los medios informativos y que, por el contrario, sí suelen encontrar un canal de comunicación y comprensión en los museos. El capítulo segundo vuelve sobre el problema de dos áreas divorciadas del conocimiento: por un lado, el mundo

del hacer, diseñar y dar forma a objetos e imágenes; por el otro, el reino del conocimiento, del estudio de los significados, la expresión, el valor y el análisis de las estructuras categóricas del mundo. Se revisarán, entonces, las razones de la vacancia de estos temas en la prensa gráfica nacional, repasando las cuestiones de coyuntura y el marco histórico. También se observará en el panorama de los medios gráficos una particularidad de los grandes diarios de la Argentina: todos tienen un suplemento de Arquitectura que, paradójicamente, no refiere al tema de la cultura material. Además, se establecerán comparaciones con otros medios gráficos referenciales de la escena internacional (en especial, de Brasil y del Reino Unido). El análisis concluirá en una pregunta: si el ser social determina la conciencia, cabe preguntarse qué determina o condiciona al “ser material”. A modo de hipótesis secundaria, se planteará, entonces, la posibilidad de que, en el siglo XXI, el “ser material” determine la conciencia ambiental.

Finalmente, el tercer capítulo describe la leve situación emergente que atraviesan los medios en relación a la temática del diseño. Además, analiza cómo ese lugar que los medios masivos siguen sin atreverse a ocupar con creatividad editorial y contenidos propios –básicamente porque en la prensa gráfica subsisten categorías antiguas y ortodoxas, sobre todo en la clasificación temática de las noticias–, lo han ocupado de algún modo los museos de arte contemporáneo. Luego, para unir los dos principales escenarios de comunicación que aborda este estudio sobre la divulgación de la cultura material, se analizará la cobertura que tuvo en los medios masivos la muestra *Genealogías del Sur*, como hemos comentado anteriormente.

Con respecto al abordaje de esta investigación, se han examinado acciones, instituciones y normativas promovidas por los medios masivos de comunicación (prensa gráfica), la institución museo como canal suplente de ciertas clasificaciones de la cultura contemporánea que encierran problemáticas e intereses comunes del colectivo pero que los medios no terminan de identificar. El público termina “pidiendo” que otros canales le ofrezcan esta información (libros, revistas, museos) por eso, el análisis tomó a cada categoría a partir de situaciones concretas, de productos propios de los medios gráficos (revistas, suplementos, secciones, columnas especializadas),

abordados a partir de su desglose y de entrevistas con sus responsables editoriales en algunos casos. La metodología estuvo centrada en herramientas prácticas de investigación y en el devenir propio del ejercicio periodístico⁴. En este sentido, se tomó como punto de partida una categoría aún difusa (la cultura material), sin acuerdos acerca de sus alcances y límites en las Ciencias Sociales, sumada a una singularidad de la prensa gráfica argentina (los suplementos temáticos de diarios), más una necesidad de época que es la de entender de modo crítico y a través de una temática transversal el rumbo de la cultura, la economía y el futuro ambiental.

Por un lado, el trabajo se propuso contribuir a la historia de los medios en la Argentina –con especial foco en la prensa gráfica– y destacar sus particularidades para diferenciarla de otros casos del escenario global. Además de aportar a la historia de los medios y de la comunicación social a nivel regional y por qué no global, el análisis repasó cómo esta situación que en la Argentina tiene un comportamiento singular y único, sucede también en otros países. Otro de los aportes que se propuso esta investigación ha sido la delimitación de la cultura material como un área nueva y sus respectivos *inputs* en relación a las Ciencias Sociales y a los Estudios en Diseño. Asimismo, buscará los enfoques de la sociología de la cultura, de la historia social y los estudios culturales. Otra contribución específica refiere al estudio de la Historia del Diseño en la Argentina en su recorte de la “historia reciente”. Este enfoque fortalece la construcción de un relato colectivo, todavía ausente, vinculado a la soberanía así como a la memoria, la verdad y la justicia. En este punto, resulta preciso señalar una particularidad, paradójica, que vinculó “diseño y dictadura” más allá del mencionado fin de la producción industrial, aniquilada en ese lapso. Durante el régimen militar, la Universidad Nacional de La Plata y su comunidad sufrieron severos ataques. Desde el Estado, se propusieron abortar la continuidad de carreras como Psicología y eliminaron instrumentos y carreras como la de Cine en la Facultad de Bellas Artes. También, fue amenazada la continuidad de otras como Historia del Arte, que reunía a muy

⁴ Por otra parte, cabe señalar que la autora fue recorriendo y abonando este tema e intentando darle cabida dentro de un medio gráfico hegemónico como *Clarín*. Este devenir profesional se constituyó en un registro inmejorable de situación, un verdadero *work in progress* que se fue configurando a través de un ritmo de producción que durante seis años fue vertido en notas semanales y en investigaciones de no más de dos meses. Los abordajes abarcaron desde la práctica periodística hasta la crítica.

pocos estudiantes. En este contexto políticamente difícil, las carreras de diseño Industrial y en Comunicación Visual contaron con una matrícula inusualmente numerosa: en el imaginario de los militares eran carreras que no molestaban, se las vinculaba con cosas técnicas, con el hacer sin cuestionamientos ideológicos. En el ámbito de la ciudad de Buenos Aires, se dio un fenómeno similar en la Escuela Panamericana de Arte, dirigida por Ronald Shakespear, en la que participaban docentes provenientes de Bellas Artes de la Universidad de La Plata. Hasta hay quienes señalan que los años que van de 1974 hasta 1981 fueron ‘buenos tiempos’ para las carreras de diseño en el contexto académico de la ciudad de La Plata. Posiblemente, también se referían a que para muchos profesionales (en muchos casos expulsados de la industria aniquilada), a contrapelo de lo que sucedía con otras disciplinas tradicionales, la vida académica les proporcionó un refugio en las aulas de carreras que no eran “sospechadas”. Los egresados de diseño industrial en las décadas del 70 y 80 siguieron transitando en su vida profesional la paradoja de haber estudiado para la inserción en la industria mientras ésta era desmontada.

Esta tesis comparte perspectivas teóricas con un conjunto de trabajos del que además es deudor, como las producciones de Adelia Borges, María del Rosario Bernatene, John Thackara, Raimonda Riccini, Víctor Margolin, Dejan Sudjic, Zygmunt Bauman, Jesús Barbero, Norberto García Canclini, Héctor Schmucler, Roxana Reguillo, Renato Ortiz, Norberto Chaves, Flavia Costa. Además, la investigación intenta vincularse con los actuales estudios sobre cultura material, en el enfoque de las academias británica y algunas nórdicas (como Dinamarca y Finlandia), la Teoría de los objetos desarrollada en Italia y Brasil y la Historia del Diseño, en especial, la española y la brasileña. Brasil tiene la particularidad de presentar un *corpus* respetuoso del recorrido propio (que supo alejarse de la mirada europeísta) en el que se entrelazan de manera continua dos escenarios: el de los artesanados y el del diseño. En ese sentido, este trabajo es deudor no sólo de los textos de Adelia Borges –un referente periodístico, académico y también curatorial– sino también de la visión que entrecruza diseño y artesanados latinoamericanos que iniciara en Brasil la arquitecta italiana emigrada Lina Bo Bardi quien, además, tuvo una labor activa

en tiempos de la pre guerra europea, en el estudio de Gio Ponti (una figura de la arquitectura moderna, fundador de la mítica revista *Domus*) cuya concepción de diseño tenía un alto valor comunicacional en relación a la cultura producida materialmente.

Un estudio de la comunicación de la cultura material a partir de la coyuntura política y socio económica –que potencia la actividad del diseño, dentro de los marcos trazados anteriormente–, debe reconocer la producción del período, no sólo en los medios masivos de comunicación sino en general, en las marcas e inscripciones de la cultura material: nos referimos a los productos editoriales y a un amplio abanico de objetos para la vida (restringiendo, en este caso, la producción material al no incluir los edificios) producidos industrialmente bajo un modelo de diseñador emprendedor o derivado de una pyme (en la mayoría de los casos).

En síntesis, lo que intentará demostrar esta tesis es que la cultura material supone una lente para observar la época⁵. A través de su divulgación no sólo tenemos la posibilidad de traccionar temas como la cultura, la economía, la política y el medio ambiente sino la historia social y la vida cotidiana. Por otra parte, a partir de la mirada de los objetos en contexto, se llega a la historia del diseño que permite acercarnos a la construcción de relatos ausentes como, por caso, el de la industria nacional. Se intentará, también, ensayar una aproximación cultural de la comunicación masiva de problemáticas contemporáneas por vías alternativas a los medios tradicionales, como resulta el espacio del museo y los circuitos museísticos, que iluminen un análisis reflexivo y la incorporación crítica de los temas presentados.

⁵ Seguimos la tesis de Michael Baxandall en relación al arte, como un “ojo de la época”, para situarla en el contexto del diseño. Baxandall sostiene que el arte es una “lente” que mira la sociedad moderna y su cultura. En, *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento*, Barcelona, Crítica, 1972.

La cultura material: derrotero de un concepto sin acuerdos

“En torno a «cultura», una vez el crítico literario Raymond Williams llegó a contar varios centenares de usos modernos del término. Este asilvestrado jardín verbal se divide aproximadamente en dos grandes capas: en una, la cultura está representada únicamente por las artes; en la otra, por las creencias religiosas, políticas y sociales que unen a un pueblo. Con harta frecuencia, al menos en ciencias sociales, la expresión «cultura material» desprecia las telas, los tableros de circuitos o el pescado al horno como objetos dignos de consideración por sí mismos; en cambio, considera que la formación de esas cosas físicas es reflejo de normas sociales, intereses económicos o convicciones religiosas; se prescinde de la cosa en sí misma”

Richard Sennett, *El artesano*⁶

La cultura material es, en la actualidad, una categoría controvertida. En la década del 70, historiadores, sociólogos y economistas de las escuelas francesa y británica, utilizaron por primera vez la noción (vinculada al marxismo) para referir a la idea del materialismo histórico y dialéctico con un sesgo economicista. Dos décadas más tarde, algunos teóricos del diseño como el argentino Tomás Maldonado reivindicaron el uso de la noción de cultura material proponiéndola como una categoría de análisis posible para estudiar el diseño⁷. Sin embargo, la historia de este término debe rastrearse en la historiografía francesa. El primer teórico que se refirió a la cultura material fue el historiador francés Fernand Braudel, de la segunda generación de la Escuela de los Annales. A fines de la década del 70, Braudel en *Civilización material y capitalismo* (1979) hablaba de “civilización” para referirse a “una esfera de rutina opuesta a la esfera de la creatividad”. Allí, Braudel estudiaba por primera vez los objetos de la vida cotidiana para analizarlos desde una perspectiva histórica. Incluso, su historia de la silla fue modélica para los abordajes posteriores en relación a descubrir el potencial de los objetos de la vida diaria. En este caso, Braudel había estudiado cómo la silla había sido introducida en Oriente desde Occidente y cómo había impactado en los modos de vida generando cambios importantes en la cultura, retomando quizá el hito de Sigfried Giedión de 1948: *La mecanización toma el mando*, donde el siglo

⁶ Richard Sennett, *El artesano*, p.18, primer libro de una trilogía sobre cultura material.

⁷ Nos referimos a la introducción del término "cultura material" que Tomás Maldonado por primera vez utilizó en el campo del diseño. En, *El futuro de la modernidad*, Madrid, Júcar, 1990.

XX y su materialidad son revisados a partir de la permanencia de cierta matriz medievalista, sobre todo en las trazas urbanas pero también en el mobiliario y con especial atención en las tipologías de asiento. La primera historia de los objetos cotidianos de Braudel fue criticada por la vertiente historiográfica inglesa que exigía una lectura marxista de los acontecimientos. El historiador social inglés Peter Burke cuestionaba la cultura material desde el enfoque braudeliano, especialmente por la ausencia que esta perspectiva dejaba ver en relación al plano simbólico del análisis⁸. Tan debatida fue la obra de Braudel y la noción de la cultura material, que Giovanni Lévy, historiador de la corriente italiana de la micro historia, respondió con un libro sobre el contenido “intangible e inmanente” de la cultura donde volvía a posicionar la centralidad de la cultura material para el estudio de las ciencias sociales y la historia⁹.

Apoyados en aquella definición de García Canclini¹⁰ en la que cultura “es la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el orden social”, para revisar la articulación entre lo material y lo simbólico nos acercamos a Raymond Williams que, en *Marxismo y literatura*¹¹, hace un desarrollo interesante de cómo el concepto de “cultura” aparece en sus orígenes vinculado el de “civilización”. Pero, en la medida en que el proyecto de la modernidad se fue desplegando, el primero empieza a anclarse en los sentidos de lo interno, lo espiritual, y a contener a las manifestaciones del arte y la vida familiar, es decir se va volviendo superestructural en términos marxistas. En tanto, el concepto de civilización empieza a designar, por el contrario, lo artificial, lo exterior, lo complejo, lo urbano. Lo que Williams intenta explicar es cómo, justamente, el proyecto político, ideológico y económico de la modernidad contribuyó a la ruptura entre lo simbólico y su base material, haciendo aparecer las ideas, percepciones y sentimientos, flotando casi en el vacío, sin dar cuenta de su anclaje en la distribución de los

⁸ En, Peter Burke, *La Revolución Historiográfica Francesa. La Escuela de los Annales: 1929-1989*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1993, pp. 49-57.

⁹ En síntesis, la pregunta que Levy proponía era si, finalmente, es posible desvincular la categoría de "cultura material" de la tradición marxista. En, Giovanni Levy, *La herencia inmaterial. La historia de un exorcista piemontés del siglo VII*, Madrid, Nerea, 1990.

¹⁰ García Canclini, Néstor, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1979.

¹¹ Raymond Williams, *Marxismo y literatura*, Las 40 Ediciones, Buenos Aires, 2009.

recursos materiales.

Nos aproximamos, por otro lado, al gran aporte de Pierre Bourdieu a las Ciencias Sociales, que es, justamente, la explicación de por qué estas dimensiones no pueden tratarse por separado. “Las estructuras sociales llevan implícita una doble vía, o son dos veces existentes: una objetividad del primer orden, constituida por la distribución de los recursos materiales. Y una objetividad del segundo orden, bajo la forma de sistemas de clasificación, esquemas mentales y corporales que funcionan a la manera de patrones simbólicos para las actividades prácticas”. La primera fija lo que él llama POSICIONES dentro del espacio social, pero la segunda engloba las experiencias vividas por los sujetos, categorías de percepción que estructuran la acción. Estas dos dimensiones se interceptan en el concepto de HABITUS: “Estructuras estructuradas, predispuestas a actuar como estructuras estructurantes”. Esto revela que la acción de los sujetos está en gran medida determinada por el lugar que ocupan en el espacio social y en la internalización. Por lo cual, material y simbólico son falsas antinomias: se dan al mismo tiempo y lo uno determina lo otro. Es imposible un tratamiento por separado. Los procesos simbólicos son siempre referidos a estructuras materiales.

En el campo local, uno de los autores que más ha trabajado este tema –y su adecuada implementación en el campo del diseño–, ha sido la diseñadora industrial María del Rosario Bernatene. En su texto *Objetos de uso cotidiano en la Argentina 1940-1990 diseño, semiología e historia*¹², analiza el derrotero que esta categoría ha tenido desde sus inicios, a fines de la década del 60. Como señala Bernatene, el diseño es una articulación entre lo material y lo simbólico, como fases de una misma unidad. Si pensamos en algunos casos paradigmáticos del diseño contemporáneo, como el diseño de aparatología médica, veremos algunas cuestiones interesantes relacionadas a esta articulación. Por ejemplo, si tomamos aquellos aparatos médicos destinados a los estudios de diagnóstico por imágenes, veremos cómo los diseñadores han

¹² María del Rosario Bernatene, *Objetos de uso cotidiano en la Argentina 1940-1990 diseño, semiología e historia*, La Plata, FBA-UNLP, 2000 y Buenos Aires, FADU-UBA, 2001, pp. 24-26.

tenido que realizar grandes esfuerzos por obtener un artefacto que fuera “abierto”, en términos espaciales¹³. Este determinante, que influyó en el diseño del aparato, tuvo que ver con el alto porcentaje de pacientes que decidían evitar el estudio por no tolerar el encierro y que, por sentirse ahogados, entraban en pánico. El caso ilustra bien el hecho de la existencia de condicionantes del diseño que están por fuera de la moda y de cuestiones económicas y de mercado. Precisamente, se trató de un determinante de orden simbólico, es decir, una idea que se disparaba en los usuarios (pacientes) asociada a la tumba, a la cripta, al aislamiento, al enterramiento. Estos factores intangibles, finalmente, tuvieron prioridad y condicionaron el diseño. En este caso, es claro cómo el diseño debió hacerse cargo de una dimensión simbólica que no pudo escindirse de su naturaleza material.

Durante la década del 80, algunos autores se encargaron de despejar ese espacio difuso que proponía la cultura material planteada por Braudel, una aparente desconexión entre lo material concreto y lo simbólico intangible. Así, teóricos como Bernhard Bürdek estudiaron en profundidad la función simbólica del diseño para demostrar que esa desconexión sería, al menos, desacertada¹⁴. También, desde un enfoque semiótico, que analiza los signos en la vida social, la categoría de cultura material, elusiva al análisis de lo simbólico, se puso en crisis. Hasta aquí, hemos tratado de reponer el derrotero de una noción que aún no se ha estabilizado como concepto teórico y que genera, en la actualidad, algunos desacuerdos. Sin embargo, desde la década del 90 en adelante, la noción de cultura material ha experimentado cierto resurgimiento, en especial en el contexto anglosajón de los estudios sobre diseño. Es así, como la cultura material se presenta como un término que todavía sigue latente y vigente, y que permite nuevas relecturas. Estos nuevos enfoques, como sugiere Ronald Cancino Salas¹⁵, establecen posibles y fructíferos usos que resultan en una reflexión renovada en torno a los objetos,

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ En, Bernhard Bürdek, *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2002.

¹⁵ En, “Perspectivas sobre la cultura material”, Laboratorio de Desclasificación Comparada, *Anales de Desclasificación*, vol. 1, N° 2.

que abre una pregunta clave para indagar sobre “cómo clasifican las distintas sociedades los objetos que producen y cómo clasifican y comprenden estos objetos que generan¹⁶.”

Este eje será el que retomaremos a continuación, basado en nuestro interés por la “comunicación de la cultura material y su vida mediática”, a través del análisis de un caso concreto: la muestra *Genealogías del Sur / conductas de Diseño*, exhibida en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba, 2007-2008). En este trabajo exploratorio, intentaremos mostrar la serie de interrogantes que planteó la exhibición: la accesibilidad en las grandes ciudades, los recursos materiales y el agotamiento planetario, la identidad regional y el comercio justo en la globalización, todas cuestiones articuladas con el contexto local. Así como también, intentaremos recoger las distintas reacciones mediáticas que tuvieron lugar en los medios de comunicación masiva, centrándonos especialmente en los suplementos temáticos publicados por los diarios *Clarín* y *Página 12*.

La cultura material, desde la perspectiva que intentaremos plantear en este estudio, es aún un espacio vacante ya que sólo ha sido abordada –como hemos señalado al comienzo– por la historia y la antropología y no por un enfoque que postule la convergencia temática que hace de la cultura material uno de los campos clave para leer la actualidad y el presente de nuestro entorno. Posiblemente no haya, en el presente, otras áreas y campos culturales que ofrezcan una confluencia semejante de información para observar la realidad de modo transversal: el diseño, de esta manera, se vuelve un mirador privilegiado para aportar al periodismo y a la comunicación.

En adelante, por cultura material se va a entender en sentido amplio aquella construcción y sus procesos originados en la respuesta material a las necesidades comunitarias de funcionamiento en el más diverso orden, idealmente resueltas con la intervención del diseño. Porque, apoyándonos en la hipótesis del Alberto Sato Kotani “si todos los objetos materiales, como productos culturales, han tenido la intervención del diseño, cualquier acercamiento no utilitario a las cosas deberá interrogar sobre su diseño. Y así,

¹⁶ *Ibidem*.

el diseño es un asunto de orden público, como lo es opinar sobre la ciudad, no porque se trate de la administración de la ciudad, sino porque está inevitablemente presente en nuestro paisaje”.

Se trata, entonces, de un abordaje que intenta construir, de manera crítica, un relato mediático donde convergen los aspectos proyectuales de la producción, con la mirada social en los usos y las costumbres y la política en los modelos y esquemas de producción, la utilización de los recursos y el cuidado ambiental.

Polarizaciones y medios masivos: oclusiones del discurso del diseño

El presente trabajo intentará dimensionar la paradójica “negación” que se tiene del contexto material en los medios masivos de divulgación. Una falta que omite la centralidad que tiene el comprender que detrás de cada construcción material hay, no sólo una incidencia cultural y simbólica sino, un pensamiento político. En la actualidad, el contexto material se mantiene como un área de atención difusa en los medios de comunicación que ignoran su verdadera significación cultural y que sólo reparan en la jerarquía que ocupan otras producciones culturales como la música o el cine, muy presentes en los canales habituales de comunicación. Es tal la omisión de la cultura material en los medios masivos de nuestro país que, cada tanto, se vuelve imprescindible reforzar esta noción que no termina de configurarse.

La situación especialmente se refleja en las siguientes publicaciones temáticas: la revista de diseño *dni* y el suplemento de arquitectura *ARQ* (ambos editados por el diario *Clarín*), que muestran una falta sistemática de interés por el diseño entendido en sus dimensiones múltiples a pesar de tratarse de publicaciones masivas que deben atender –como revistas especializadas– las incumbencias específicas del diseño y de la cultura material. La intención de esta investigación será, entonces, dar cuenta de esta zona de vacancia: cómo los medios de información no cubren estas temáticas, una omisión basada en la falta de comprensión de esta disciplina entendida como una “herramienta de actualidad”, en otras palabras, como un rubro de análisis que ofrece una convergencia alta de temáticas ineludibles para la época, como veremos a

continuación.

Nuestro problema de investigación será analizar cómo los medios refuerzan la idea de una cultura ya consagrada de antemano, que arrastra la articulación pensada como binomio, inseparable, entre cultura y bellas artes (concepción iluminista de “La” Cultura, en singular y con mayúscula; los que tienen y los que no tienen cultura), cómo funcionan los medios masivos, siempre atrapados en una dinámica endogámica que no amplía ni construye “agenda”, y que los reduce y deja circunscriptos a un tipo de tema, siempre consagrado a los campos disciplinares habituales (artes plásticas y literatura). De esta manera, intentaremos demostrar cómo los medios argentinos operan en estos temas replicando siempre la misma noticia y de la misma manera, como maquinarias de significación que reproducen un orden dado, si retomamos la idea Foucoulitiana de “hacer la cosas con palabras”. Es decir, se reitera similar información en los mismos circuitos sin arriesgar por nuevos enfoques ni comprender la centralidad que tiene, hoy, la cultura material. Uno de los objetivos que intentaremos desarrollar será definir los motivos por los cuáles en las publicaciones culturales argentinas la “Cultura” –en mayúsculas y siempre asociada a la “alta cultura” como recién señaláramos– sólo está vinculada al arte (pictórico) o bien, el caso extendido (y hegemónico) del campo literario. Siguiendo un ejemplo cercano al del diseño, veremos cómo el campo arquitectónico tuvo que hacerse un lugar, de manera sostenida, en el horizonte cultural argentino¹⁷. La explicación sobre la polarización de temáticas exclusivas del arte y de la literatura en los suplementos culturales de nuestro país, se debe, en parte, a la centralidad que el campo literario y artístico-pictórico ha ganado en el relato histórico: estos dos campos culturales se han ido legitimando desde fines de la década del 80 del siglo XIX¹⁸. En este punto es preciso señalar que esta legitimación que han tenido algunos campos

¹⁷ Nos referimos a los trabajos académicos de Francisco Liernur que a través de numerosos libros y estudios ha posicionado al campo arquitectónico y urbanístico como un tema de interés en la denominada agenda cultural en nuestro país.

¹⁸ Véase, María Isabel Baldasarre, *Los dueños del arte*, Buenos Aires, Edhasa, 2006, que analiza la constitución del campo artístico a fines del siglo XIX, y Alejandro Cataruzza y Alejandro Eujanian, *Políticas de la Historia. Argentina 1860-1960*, Buenos Aires, Alianza Editorial, 2003, donde se explica cómo se conformó el campo literario a partir de 1880.

culturales, otros recién la han transitado en la segunda mitad del siglo XX. Precisamente, el campo del diseño es un buen ejemplo en este sentido y lo ubica en una situación de minoridad frente a otros espacios de la cultura. La emergencia y consolidación del diseño argentino se dio como una tensión entre el Arte y la Arquitectura en la que el diseño debió luchar por alcanzar su propio espacio de legitimación. El momento de mayor autonomía recién llegaría en 1985, cuando culmina un proceso abierto en 1958 con la fundación de la carrera de Diseño en Cuyo, luego consolidado por otro hito fundamental de la disciplina, la creación de la segunda carrera del país en La Plata (1962). Así, llegamos a la década del 80, a 1985, cuando se iniciaron las carreras de Diseño, finalmente, en la Universidad de Buenos Aires (en cinco de sus ramas: industrial, gráfico, de indumentaria y textil, de imagen y sonido, del paisaje)¹⁹. Después de casi cuatro décadas (la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UBA se hizo autónoma en 1947), el diseño alcanzaba su espacio definitivo (luego de las etapas marcadas por Cuyo y La Plata) en la escena académica de Buenos Aires acorde, también, a la política de mediados de los 80, saneada con la llegada de la democracia. En esos años también iniciaron carreras de diseño las universidades nacionales de Mar del Plata y de Córdoba. En los 90 le seguirían Tucumán, Misiones, San Juan, y Chaco.

Esta nubilidad del diseño –nos permitimos señalar que en otros países como Inglaterra y Alemania, el diseño es una disciplina centenaria que emergió en el mismo período que, por ejemplo, la antropología, durante la segunda mitad del siglo XIX– puede ser analizada en términos de Bourdieu (en tanto mecanismo de reproducción de las jerarquías sociales), para explicar el problema de las carreras que no tienen la solvencia de las viejas profesiones. Así, el diseño argentino ha tenido un papel de minoridad en relación con otras disciplinas como la arquitectura y el arte²⁰. Esto puede explicar cómo el diseño argentino,

¹⁹ En este punto, tomamos la periodización propuesta por Verónica Devalle en *La Travesía de la Forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*, donde se recorre un amplio panorama de la historia del diseño que toma estos años como el punto de inicio y finalización de un proceso, de casi 30 años, de consolidación del diseño en nuestro país.

²⁰ Véase, Pierre Bourdieu, *Intelectuales política y poder*, Eudeba, Buenos Aires, 2006.

desde sus comienzos, estuvo ubicado en una situación de minoridad en relación a saberes más legítimos. Todavía, en la actualidad, debe reafirmar su existencia, por momentos desdibujada y asociada al ámbito de la arquitectura, aunque el diseño tiene un pasado extenso y no menos atendible. En 1939, la Argentina “exportó” su primer “diseño nacional”, la silla BKF y en 1949, se publicó en América Latina, desde la Argentina, el primer documento donde se hacía referencia a la producción industrial en relación al diseño, un texto fundacional de Tomás Maldonado, *El diseño y la vida social*, publicado por el Centro de Estudiantes de Arquitectura de Buenos Aires (Bonsiepe, 1998: 94). A su vez, en estas cuatro décadas, se dieron otros acontecimientos importantes: 1. La revista *Nueva Visión* (1951-1957); la reunión del grupo OAM / Organización Arquitectura Moderna que inicia un Departamento de Diseño, cuya producción vende; y estudios de ergonomía. 2. La conformación del primer Departamento de Diseño Gráfico en el Instituto Torcuato Di Tella (1966-1970); y 3. La gráfica promovida desde AGENS, la agencia publicitaria del Grupo SIAM Di Tella (1962-1970) (Devalle, 2009: 18).

Esta situación minoritaria que sufrió el diseño en relación a otras disciplinas, quizá, permita explicar cómo la hegemonía temática de los medios culturales se ha dado exclusivamente en relación al arte, la literatura y el cine, en muy baja medida la arquitectura. A ello se le agrega la polarización de los medios únicos que produce *Clarín* como usina informativa, en los casos de la revista *dni*, *ARQ* o la *Revista Ñ* (que también podría funcionar como una publicación afín a las temáticas de la cultura material y del diseño pero que, sin embargo, no capitaliza). El diseño, tampoco ha sido visible para los circuitos legitimados en museos, aunque cada vez más, sí comienza a ser un objeto suntuario. El espacio del museo parece más permeable a recibir los nuevos consumos culturales, esto se debe a que los museos operan bajo la lógica del arte excesivamente apegada a un mercado que exige la renovación exclusiva y permanente. En la actualidad, el mercado del arte se ha desplazado hacia otros campos, donde el diseño se ha vuelto una pieza requerida por las partidas curatoriales. Desde la década del 80, el diseño como campo específico ha ido experimentando un proceso paulatino de cooptación por parte del mercado, como le ocurrió, a su vez, al arte a partir del siglo XIX. Esta

irrupción del diseño en los circuitos artísticos se patentiza en la aparición de museos específicos en todas partes del mundo, tales los casos del Museo de Diseño (Londres y Seúl), Museo Holon (Israel) o Museo de Diseño Gráfico (Breda), entre otros. En nuestro país no hay museos especializados en diseño y se sigue la dominante filiación artística. Sólo dos instituciones toman, lateralmente, el tema de la cultura material de manera ocasional, como exhibiciones secundarias dentro de la pauta mayor de contenidos artísticos (pictóricos o de las denominadas artes visuales). Los museos argentinos que procuran darle visualidad a la cultura material son el Malba (el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires) y el Mamba (el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires), este último cuenta con una exhibición permanente (pero arrumbada) de historia del diseño argentino. En Córdoba, el Museo de la Tecnología montado por el ingeniero Aquiles Gay, propone un abordaje flexible a la cultura material fundado en la taxonomía con que el autor organizó una colección de objetos que muestran las soluciones aportadas a necesidades y problemáticas de la vida cotidiana. La Sociedad Central de Arquitectos (SCA) sumó la enunciación de Diseño a su Museo de Arquitectura, que funciona en la antigua Torre de Agua porteña sobre la avenida Figueroa Alcorta, por ahora sin muestras que problematicen en torno a la disciplina sino apenas que compendien segmentos de la actividad de la matrícula. A su vez, el diseño y la cultura material experimentan otro proceso devenido del campo artístico, una situación que se inició en el siglo XVIII con el surgimiento del *connoisseur*. En la actualidad, hay cada vez más “especialistas” en el diseño, en los objetos y en sus clasificaciones, en su historia, cuestiones que hacen emerger la figura de un experto indiscutido que legitima circuitos y objetos de consumo²¹.

En síntesis, nuestra investigación tiene por objetivo indagar el lugar que le dan los medios masivos y la prensa especializada al diseño y a la cultura material como una temática posible en la grilla de sus contenidos; analizar cómo aparece lo que aparece. Y al mismo tiempo, describir las tensiones y torsiones que estas áreas y su conceptualización –en cuanto a los alcances

²¹ Sobre la dinámica cultural de los museos véase, Pierre Bourdieu y Alain Darbel, *El amor al arte. Los museos europeos y su público*, Paidós, Barcelona, 2003.

económicos, sociales, culturales y políticos— atraviesan en el ámbito del periodismo general y del cultural. También se busca problematizar en torno a la posible centralidad que aporta esta disciplina con sus producciones para leer los procesos de nuestra sociedad.

Desde lo metodológico, como objeto de análisis se tomaron los mencionados suplementos temáticos de los diarios *Clarín* y *Página 12* (ARQ, *dni*, *Ñ* y *M2*) en producciones comprendidas entre los años 2007 y 2009. Se trata de un Estudio de Caso, que permitirá dar cuenta de la indagación exploratoria.

Habrá cumplido una parte de su cometido esta tesis si logra justificar la noción que al comienzo utilizáramos para caracterizar a las producciones de la cultura material, en especial del diseño, como una herramienta epocal de lectura transversal de la realidad: como facilitador de la *mirada trópico*.

Capítulo 1

Crisis 2001 y renacimiento del diseño industrial en la Argentina

Todo hacer es un recomenzar, después de muchos siglos, de lo que millares de veces ya ocurrió amasándose el hombre y el mundo sin usar levaduras.

Ezequiel Martínez Estrada²²

Al buscar la problemática o aspecto más saliente del devenir del llamado “diseño de producto” en las últimas décadas en la Argentina, lo más evidente (y constante) a través del tiempo es la paradoja entre una cantera profesional notable en calidad y número, y la ausencia de un tejido industrial en el que insertar esa capacidad proyectual,²³ de impronta tan creativa como militante en

²² Ezequiel Martínez Estrada, *Radiografía de la Pampa*, Buenos Aires, Losada, 1983.

²³ El diseñador argentino Tomás Maldonado es quien define por primera vez la idea de “proyectualidad” ligada a la de “diseño”. “Proyectual” ha sido el término que se ha extendido en nuestro país para referir al diseño o a las actividades relacionadas a él, entre las que se incluye la producción de la “cultura material”. Para elaborar su teoría, Maldonado toma la “dimensión proyectual de la modernidad”, en donde “modernidad y proyecto” son parte de lo mismo. El par modernidad/proyecto es explicado de la siguiente manera: “la modernidad es objeto de la inteligencia proyectual y el proyecto es la característica predominante de la modernidad, es finalmente lo que le da sentido. La razón proyectual en donde interviene el diseño de manera directa, es la “fuerza motriz, la modernidad se realiza en la acción proyectual. Ser moderno, significa inventar, proyectar el futuro, incluso el futuro de la modernidad misma” (Bonsiepe, 1998).

la resolución de problemas de la vida cotidiana.

Si bien hubo épocas que podrían llamarse “de oro” para la unión entre la actividad industrial y el diseño (sobre todo desde los años 50 y hasta 1976), esa ecuación dispar se mantuvo históricamente en el país. A las décadas industrialistas del 30 y 40, los años 50 significaron la posibilidad de cristalizar un modelo industrial nacional, cuya divulgación tuvo un pico máximo entre 1953 y 1954, con un episodio extrañamente ausente de la historia oficial: la Feria de América, un evento continental que, alojado en el Parque San Martín de la ciudad de Mendoza, fue organizado por el gobierno nacional a imagen de las grandes exposiciones universales del siglo XIX para promover los últimos logros en materia industrial.²⁴ (Como dato de “actualidad” y de una tardía puesta en valor de este suceso, cabe señalar que durante el 43° encuentro del Mercosur en la ciudad de Mendoza, en junio de 2012, el libro *La Vanguardia invisible*, sobre la Feria de América, fue embajador editorial del evento).

La dictadura cívico militar (1976-1983) provocaría un aniquilamiento de la industria nacional y de la sustitución de importaciones bajo las directivas de un modelo económico liberal que apuntó a la dependencia. Así, junto con la desaparición de personas, los militares también produjeron la desaparición de un vasto universo material colectivo: las “cosas para la vida”²⁵ de los argentinos, su industria nacional, aquella que los proveía con bienes tan dispares como zapatillas, biromes o electrodomésticos.

La recuperación democrática a partir de 1984 fue reactivando en sus primeras décadas al sector industrial con suerte desapareja. Pero no volvió en ese tiempo a provocarse la articulación entre diseño e industria que había comenzado a gestarse en los años 50, con especial florecimiento en la producción material de los años 60 y 70 (en esos años, al menos 500 fueron las empresas –sólo en Capital Federal y en el Gran Buenos Aires– de industria argentina en cuya producción se incorporó diseño, según las cifras reunidas en el Instituto

²⁴ La Feria de América se llevó a cabo en Mendoza en 1954, realizada por los gobiernos nacional y provincial, con la dirección técnica del arquitecto César Janello en colaboración con Gerardo Clusellas.

²⁵ Definición del arquitecto Gerardo Clusellas, fundador de la Organización Arquitectura Moderna (OAM), compuesta por Justo Solsona, Horacio Baliero y el mismo Gerardo Clusellas, entre otros.

Nacional de Tecnología Industrial). Sí cabe destacar que los años 80 fueron de expansión de la enseñanza de la disciplina, sobre todo con la incorporación de las carreras de diseño a la Universidad de Buenos Aires a partir de 1985.

La crisis de 2001 evidenció un conflicto que estaba latente: la ausencia de productos de toda laya resultante de la inactividad industrial nacional y su contracara: el consumo de productos importados. A ello se le sumaba la necesidad de los diseñadores locales por dar respuesta a aquello que nunca habían podido soslayar: la producción material de las cosas orientadas a su uso en la vida de su comunidad. Todo esto se trató de un largo proceso que fue visible a partir de 2003.

Los escenarios que se fortalecieron entonces fueron el de la producción autogestionada de series cortas; también la exploración de la cultura propia desde planos de lo más diversos que, si bien ya tenían antecedentes en el país, desde entonces se manifestaron en toda su intensidad provocando un nuevo perfil profesional, en convivencia con el ejercicio más tradicional y actualizado del diseño como servicio a terceros. No es desacertado decir que la crisis de 2001 fue al diseño lo que la guerra de Malvinas al rock nacional, que llevó a un redescubrimiento no sólo de las necesidades locales, sino también de una nueva materialidad, recursos, lenguajes, tradiciones productivas e historia propia. Este breve recorrido, resulta una clave de lectura indispensable para abordar el tema central de esta tesis (la comunicación de la cultura material), analizada a partir de la muestra *Genealogías del Sur / conductas de diseño*, desarrollada en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, entre diciembre de 2007 y marzo de 2008. (VER CATÁLOGO ²⁶).

En el contexto particular, luego de la crisis de 2001, del entretejido delicado entre industria, diseño y economía emergieron tres actitudes de diseño paradigmáticas (entendidas como conductas y abordajes) que se destacaron no sólo por su compromiso intelectual sino también por su producción (bastante inusual durante las últimas décadas). Estos abordajes se caracterizaron por su alta incidencia cultural y promovieron la reflexión y el cambio, patentizado en una respuesta material sobre la identidad y las

²⁶ *Genealogías del Sur / conductas de diseño*, (Sarmiento, Cabeza, Usos por C.Muzi, J.J. Becerra, F.Guzmán, H.Tizón y G.Speranza), Malba ediciones, Buenos Aires, 2007.

necesidades colectivas. De esta manera, nos referiremos a los abordajes de los diseñadores Alejandro Sarmiento, Diana Cabeza y el colectivo Usos (conformado por Carlos Gronda y Arturo de Tezanos Pinto). El primero, desde la cuestión material, trae a la superficie hondos cruces culturales en un límite cercano al arte, que propone reflexiones y la modificación del pensamiento a través del cambio de hábitos en el habitar cotidiano a partir de productos provocativos (VER EN CATÁLOGO PAG. 30 a 51). El segundo es original, inspirado en la geografía argentina como excusa para observar atentamente la paleta material y las topografías de las diversas regiones del país, estudiando las formas en que el plano de la pertenencia (el suelo), registra y contiene a la vida comunitaria y a sus ritos. Su elección ha sido proyectar equipamiento urbano y muebles comunitarios, y su trabajo en las ciudades verifica una sensibilidad inspirada en la búsqueda de un anclaje regional de interés geográfico y antropológico (VER EN CATÁLOGO PAG. 10 a 29)

Desde el interior del país, también hay quienes han logrado un diálogo innovador, de alta sintonía entre su mirada contemporánea y su extenso pasado étnico para fusionarlo en piezas de colores, materiales y raíces de gran espesor cultural. Este es el caso de Usos, el último de los enfoques propuestos para este análisis, que intenta dar contenido contemporáneo genuino (y no folclorista) a la expresión regional. Ellos han desarrollado un modelo productivo que crece bajo los parámetros del Comercio Justo²⁷ y que rescata los artesanados más típicos de la Puna. (VER EN CATÁLOGO PAG. 52 a 75)

Estas tres conductas singulares –Sarmiento, Cabeza y Usos–, también integran la producción de época de quienes, sin una trayectoria tan definida y expuesta, traducida en un lenguaje propio, diseñan para la industria nacional o para terceros manteniendo la identificación con una amplia gama de necesidades colectivas. Son profesionales como ellos quienes definen el paisaje cultural a partir de los objetos para la vida diaria que insertan en el mercado de consumo de bienes simbólicos.²⁸

²⁷ La noción de “comercio justo” es una “concepción alternativa” de intercambio de bienes de consumo, con una amplia difusión en la actualidad. Se trata de una postura crítica, anticapitalista, que promueve una relación comercial voluntaria y equilibrada entre productores y consumidores. Esta noción es avalada por numerosas organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos, entre ellos, el ecologismo.

²⁸ En este punto, introducimos el concepto de diseño para plantear ciertas especificidades. Una definición

Por eso, hoy, mostrar la resultante más significativa del diseño de los últimos tiempos (fruto, en gran medida, de la apertura democrática que, como señaláramos anteriormente, generó la irrupción de las carreras de diseño en la UBA) y de los años posteriores, signados por la crisis de 2001, es rescatar trayectorias (como las de Sarmiento, Cabeza y Usos) donde el compromiso con la historia del diseño nacional contemporáneo ha sido una huella insoslayable. Pero a su vez, es también generar un hecho comunicacional inédito y vacante que, al no tener un espacio delimitado en los medios a pesar de su interés y actualidad, encuentra en un canal alternativo, como un museo, una vía de acceso al público general bajo una narrativa integradora.

El objetivo de *Genealogías del Sur* fue el de comunicar y hacer visible conductas ejemplares de diseño que fueran distintas entre sí pero que compartieran la profundidad conceptual, proyectual y material. Asimismo, estos tres casos han arrojado una producción cultural relevante si se la compara con la de los últimos veinticinco años. *Genealogías del Sur* intentó provocar un corte representativo en relación a los referentes del diseño nacional y latinoamericano. También es objetivo de esta tesis, provocar una reflexión que sirva, de algún modo, como antecedente y marco de discusión sobre los mecanismos de comunicación mediática destinados a la cultura material argentina, capaz de incluir una mirada integradora, transdisciplinaria.

Por eso, así como se describió un tramo del paisaje cultural vinculado a la producción de los objetos (las “cosas para la vida”), es necesario analizar el poco espacio que estos temas de la cultura material tienen en los medios de comunicación en nuestro país. También, la forma muchas veces desacertada en que aparecen comunicados. En otras palabras, intentamos evidenciar cómo las producciones de la cultura material no son abordadas por los medios con una mirada integradora y transversal. Por el contrario, son temas que se diseccionan, sumiéndolos a la condena de resultar comunicados en sus

general, podría considerar al diseño como el proceso previo de prefiguración formal inherente a cualquier proceso creativo que implique la búsqueda de solución para un problema. Por eso, diseño puede ser sinónimo de proyectar, dibujar, planificar. El diseño se relaciona directamente con el campo artístico, parte de un lenguaje similar, es decir, se vale de la sintaxis formal de las artes plásticas. Sin embargo, su accionar es más complejo, ya que está vinculado a la actividad productiva y económica, al servicio de configurar bienes simbólicos bajo demandas específicas ya sea de los usuarios de esos bienes o bien de quienes los demandan (clientes) para luego insertarlos en el circuito de consumo. En este punto, nos valemos de algunos conceptos relacionados al “capital simbólico” de Pierre Bourdieu (En: Pierre Bourdieu, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997).

aspectos más frívolos, sin poder ser entendidos en sus facetas múltiples. Cuándo, en rigor, ofrecen un modo único de mirar la realidad que, naturalmente, compone una necesidad de época: la línea que une los recursos materiales, con la fabricación, la tecnología, la innovación, los nuevos usos y necesidades, la sustentabilidad.

En el siguiente capítulo se abordará la cuestión sobre cómo estos temas son informados hoy en los medios de comunicación argentinos, incluyendo un fenómeno singular propio de la prensa gráfica de nuestro país (como es el hecho de que todos los grandes diarios tengan suplementos de arquitectura). En tanto, que el vehículo “sustituto” de comunicación haya sido un museo privado es otro dato de la realidad que se analizará a continuación. Pero, a modo de introducción al tema, cabe señalar que el Malba –básicamente orientado a las problemáticas de la escena artística regional contemporánea– se apropió de la demanda sobre la exhibición de objetos de la vida cotidiana y la cultura material enfocado en el escenario pos-crisis de 2001.

Tres respuestas locales a grandes problemáticas globales

Desde su apertura, precisamente en 2001, el Malba contó con una “tienda cultural”, es decir, el típico espacio de los museos contemporáneos encarnados en el *shop*, cuya función es la de aparecer como un observatorio de consumo e intercambio de bienes materiales simbólicos. En la “tienda Malba” abrevó buena porción de la producción y de la información de la cultura material argentina de esta década. Fue alentado por esta iniciativa y por la respuesta a la difusión que el museo destinaba a los temas del diseño que en 2007 ofreció la muestra *Genealogías del Sur*, cuya temática recorrió tópicos que articularon las nociones de cultura, diseño y sociedad. La muestra, por otra parte, dejó en evidencia un nuevo tipo de producción cultural por la cual la Argentina comienza a ser reconocida internacionalmente. Convocó a un espectro amplio de espectadores, ya que se dirigió al público en general (no especializado) con ingreso libre y gratuito, incluso fue exhibida durante los meses en los que el museo cuenta con la mayor cantidad de visitas (de diciembre a marzo).

Integraron la exhibición los trabajos de Alejandro Sarmiento, Diana Cabeza y el colectivo Usos, como señaláramos más arriba. Cada una de estas tres propuestas de diseño constituyó una unidad autónoma de relato dentro de la narración general de la muestra, donde los tres se vincularon a través de algunos espacios de diálogo, sea a partir de sus creaciones o de los lazos que los unen desde lo genealógico (referentes, filiaciones, materialidades, enfoques, perspectivas formales), expresados además en el catálogo de la exposición.²⁹ Asimismo, la muestra estuvo dividida en tres sectores (aunque no hubo una delimitación espacial marcada) que permitían desglosar (por primera vez) la actitud de cada uno y presentarlos como exponentes indiscutidos del diseño local actual. A pesar de su reconocimiento nacional e internacional, la producción de ninguno de ellos había sido exhibida ni analizada en profundidad por los sectores especializados de nuestro país.

Por eso, al referirse a las “genealogías” y las conductas, la muestra no quedó simplemente en el plano de lo que podríamos entender como sumatoria de “piezas de museo”, más bien buscó, a través de diversos recursos museográficos, materializar otros *inputs*³⁰ de cada proceso proyectual; en otras palabras, se trataron de hacer visibles aquellas huellas de pertenencia, bagajes culturales o anécdotas vinculadas a la obra, así como los nexos con otras disciplinas y su participación en el contexto material, más los elementos informativos de tipo biográficos. La idea de *Genealogías* fue “disecionar” cada uno de estos casos y exhibirlo en el espacio de un museo consagrado a la contemporaneidad. Mientras la muestra profundizó en el abordaje de cada uno de los diseñadores, la pieza editorial catálogo se orientó a documentar cómo estos abordajes se encuentran hacia atrás (ascendencia) y hacia adelante (descendencia) con filiaciones, miradas y actitudes o valores que conformen un escenario del diseño regional.

Si bien los tres casos seleccionados son representativos del diseño en nuestro país, cada uno a su modo aborda alguna de las grandes problemáticas que hoy atraviesa el diseño a nivel global, medularmente analizadas por el

²⁹ Carolina Muzi (comp.), *Genealogías del Sur, Conductas de Diseño, Diana Cabezas, Alejandro Sarmiento, Usos*, Buenos Aires, Ediciones Malba, diciembre, 2007.

³⁰ Término originado en el campo de la electrónica a partir de la década del 50. En el campo del diseño fue utilizado como sinónimo de influencia o “disparador”.

diseñador británico John Thackara, entre otros pensadores.³¹ Siguiendo al autor, en la actualidad el diseño global se enfrenta a tres problemáticas clave:

- 1) El agotamiento de los recursos y el reuso
- 2) Cómo vivir en las ciudades: accesibilidad y espacio público
- 3) Identidad, expresiones regionales y comercio justo en la globalización

Sarmiento, Cabeza y Usos, cruzan y mezclan estas tres cuestiones, cada uno con un anclaje marcado: Sarmiento en el reuso del material; Cabeza en la vida comunitaria que se desarrolla en el espacio público urbano; y Usos en la expresión material de la cultura del Noroeste argentino. De esta manera, el planteo general de la muestra tuvo en cuenta cómo mostrar cada abordaje: Sarmiento, Cabeza y Usos fueron expuestos en profundidad (casi como si se tratara de una retrospectiva de cada uno) a través de productos paradigmáticos. Esas piezas fueron seleccionadas de acuerdo a la carga de información que ofrecían, cada caso debía ser plausible de ser mostrado con diversos soportes (audiovisual, ploteos vinílicos ubicados en el piso, registros documentales, etc.). Esto resultó en la posibilidad de que algunas de estas piezas permitieron desplegar (materializar) a su alrededor un contenido intangible, es decir, aquello que no se ve y que hay que contar sobre el quehacer de quienes producen hacen objetos, un tipo de producción cuyo espesor socio cultural es subestimado por los medios.

Genealogías del Sur: comunicar en el espacio

Genealogías del Sur / Conductas de diseño intentó poner en valor las búsquedas singulares o, para decirlo de otro modo, el espíritu heredero de las generaciones que hicieron la historia del diseño en el hemisferio Sur: el hacer en la contingencia. Los cuatro diseñadores, Sarmiento, Cabeza, Gronda y Tezanos Pinto, decíamos, coinciden en problemáticas a las que hoy debe

³¹ John Thackara, *In the Bubble. Designing in a Complex World*, Londres, Paperback, 2006. En español *En la burbuja. Diseñando en un mundo complejo*, en: revista *ramona* N° 79, Buenos Aires, abril, 2008.

responder la disciplina: la integración y la accesibilidad en las grandes ciudades; el agotamiento de los recursos y el correspondiente desafío material que implica considerar nuevos recursos; las vías de expresión y de comercio justo de los localismos en la globalización.³² En este punto, será interesante detenernos en las especificidades de cada uno.

Como una quiromántica del paisaje, Cabeza lee en las diversas topografías argentinas los actos básicos del habitar. Desde allí repiensa la cultura urbana y diseña equipamiento para el espacio público. La contundencia expresiva en su interacción con los materiales, el dominio de la escala comunitaria, y la propuesta de libertad para la apropiación en el uso, son aspectos notables de esa producción. A partir de su exploración del confort y de los “vínculos” durante los ritos en el espacio común, la obra de Cabeza también indaga sobre la naturaleza de la distancia entre el cuerpo y el mundo; y tiene raíces conceptuales en la lectura del americanismo kuschiano³³.

Teniendo a la llanura pampeana como escenario privilegiado y contexto de producción, Sarmiento se enfoca en los materiales y en los objetos estandarizados de la sociedad de consumo, tomando el concepto de reuso como su principio de diseño. De esta manera, parafrasea a los *ready made* de Marcel Duchamp, aquellas obras de arte realizadas con objetos que normalmente no se consideraban artísticos, pero que a través de la operación de significación se volvían “arte”. Sarmiento toma aquello que, en apariencia, no resulta funcional al diseño para volverlo “objeto de diseño”. A la intuición material, suma su interpretación de las técnicas populares domésticas para resolver necesidades. Este concepto permite que la tonicidad cultural de su operatoria crezca a la par del compromiso ambientalista.

Gronda y de Tezanos Pinto, inauguran un regionalismo circunscrito a Jujuy, que tiene a la identidad del Noroeste argentino como razón proyectual. Ambos autores cristalizan las diversas manifestaciones de frontera a modo de

³² John Thackara, op. cit.

³³ Referido a la obra del antropólogo y filósofo Gunther Rodolfo Kusch. (Buenos Aires, 25 de junio de 1922 - 30 de septiembre de 1979), quien realizó profundas investigaciones de campo sobre el pensamiento indígena y popular americano como base de su reflexión filosófica. Entre sus obras se destacan: *La seducción de la barbarie: análisis herético de un continente mestizo* (1953);

América profunda (1962); *Indios, porteños y dioses* (1966).

*dream catcher*³⁴ (“atrapa sueños”) metiendo costumbres, colores y materiales del mundo andino en piezas de mobiliario. En la reconstrucción de ese imaginario, que saben catalizar con lenguaje contemporáneo, también recuperan un bien ancestral de nuestro país: la artesanía.

Desde el punto de vista espacial, *Genealogías* propuso un encuentro polifónico entre Cabeza, Sarmiento y el dúo Usos en lo que la curadora llamó “Jardín de Banquitos”. Este lugar estaba ubicado estratégicamente frente al ascenso mecánico de ingreso del Malba. En la escalera de mármol que desciende a la planta baja se dispusieron 40 bancos (asientos) correspondientes a cuatro modelos diferentes seleccionados entre la producción de los cuatro diseñadores. Estos bancos (los modelos *Ojo* y *Brancusi* de Usos, el *Bolardo Alfil* de Cabeza y el *Circus stool* de Sarmiento) conformaban un muestrario de lenguajes, materiales, procesos constructivos y antecedentes culturales. Así también, sirvieron para señalar una tipología recuperada dentro de los soportes para asiento de la cultura argentina, marcada por el gusto popular de su bebida más característica, el mate, estos bancos pequeños han tenido un uso tradicional muy arraigado, conocidos, también como “materos”, el origen ancestral de la tipología se remonta a los (y los nombra) paridores, pues ofrecen la altura de asiento ideal para recibir a los niños en el alumbramiento. Resulta interesante descubrir que el banco es una tipología común que se advierte en todas las épocas y las regiones argentinas.

Al nivel del relato espacial, este “Jardín de Banquitos” le daba la bienvenida al público, e introdujo a la temática como guía para recorrer un jardín colorido, poblado de la producción de los cuatro diseñadores. En este espacio polifónico, Cabeza, Sarmiento, Gronda y Tezanos Pinto dialogaron a partir de este antiguo “soporte del hombre”, un mobiliario extendido en todas partes, que aquí conserva connotaciones camperas por su uso para tomar mate o para apoyar el pie cuando se toca la guitarra. Luego, los recorridos propios de los tres diseñadores se exhibieron sectorizados a partir de sus piezas clave, apuntando que los tres pertenecen a un nuevo escenario austral.

³⁴ En la cultura americana nativa, los *dream catcher* o *atrapasueños* son objetos hechos a mano cuyo nombre original (*lakota ojibwe*) remite a la forma inanimada de la palabra para araña. Hecho a mano, el objeto se basa en un aro que tiene tejida una red. Los *atrapasueños* se decoran con elementos sagrados como plumas.

Una de las ideas que expresó el enfoque de la muestra fue el concepto de genealogía, que se vuelve presente desde el título de la exhibición. La noción de genealogía permitió una manera de tomar a los actores del presente para buscar en su pasado, en tanto origen o ascendencia, rasgos comunes que posiblemente el futuro verá repetirse en sus descendientes. Es que, joven como es el diseño contemporáneo en el mundo, el renacimiento que atraviesa en la Argentina no suele mirarse en el marco de su propia historia que, aunque poco revisada y prácticamente inédita, ostenta un legado extenso. Es en esa construcción, tan heterogénea en modos, cruces y alcances (que ya tiene siete décadas si se toma como mojón cero a la silla BKF de Bonet, Kurchan y Ferrari-Hardoy, realizada en 1938; o más de un centenario si se toma como punto de partida al arado El Universal Schneider, el primer artículo de fabricación nacional realizado en 1878) donde reside buena dosis de la identidad del diseño de estas latitudes.

En el espíritu del reconocimiento de quienes hicieron ese camino al Sur del mundo, esta muestra exaltó la trayectoria del diseño contemporáneo a través de cuatro actores, cuyos abordajes los posicionan como herederos de aquellas sagas que, con vocación universal, se expresaron desde aquí dando respuesta a necesidades de su época y de su contexto. Todos ellos, trabajaron con los materiales y técnicas que estaban a su alcance, innovando a pesar (o a causa) de las limitaciones y, muchas veces, también superando la falta de comprensión que todavía tiene una actividad clave de la cultura contemporánea, especialmente, por su rol en la definición del paisaje cultural de cada época.

Con la intención de enriquecer el registro de la exhibición, para escribir en el catálogo de la muestra fueron convocados tres referentes de la cultura argentina: Héctor Tizón y Flora Guzmán (para analizar el caso de Usos); Graciela Speranza (para hacer lo propio con Cabeza) y Juan José Becerra (para contar a Sarmiento), quienes abordaron sus textos desde el formato ensayo. Asimismo, el catálogo tuvo una intención modélica respecto de la comunicación de estos temas en los medios masivos. La idea de que fueran abordados por referentes de otras disciplinas cuyas voces están legitimadas en los respectivos ámbitos, opera como un cruce disciplinar y una puesta en valor

jerarquizada de la temática a través de estos “especialistas” consagrados en su campo. Cabe mencionar que durante la convocatoria, los escritores convocados se mostraron complacidos por la tarea de observar un área de la cultura tan presente pero de la que “tan poco se cuenta o se escribe para el público general” como es el diseño³⁵. También, se supuso que los medios reproducirían estos cruces.

Aún cuando en conjunto, las trayectorias de cada diseñador se diferencian claramente en aspectos temáticos, formales y productivos, los tres casos se caracterizan por el ejercicio de cierta libertad expresiva que a menudo los aproxima al límite con el arte. Pero, insistimos en el potencial que la obra de estos cuatro autores tiene; en especial, es importante señalar la vigencia de sus enfoques, que apelan a reflexionar sobre problemáticas a las que debe responder el diseño: el agotamiento de los recursos y el correspondiente desafío material, la integración y la accesibilidad en las grandes ciudades, las vías de expresión y de comercio justo de los localismos en la globalización.

³⁵ Testimonio recogido por la autora, sobre los comentarios de Gabriela Speranza, crítica de arte, especialista en arte contemporáneo argentino.

Capítulo 2

Un relato ausente de la cultura

"La división es absoluta: por un lado tenemos el mundo del hacer, diseñar y dar forma a objetos e imágenes, mientras por el otro tenemos el reino del conocimiento, del estudio de los significados, la expresión, el valor y el análisis de las estructuras categóricas del mundo. Y estos dos mundos no se hablan entre sí. Necesitamos ajustar nuestros diseños cada vez más a los fines humanos y ecológicos. El requerimiento de que comprendamos el mundo de los objetos, y que incluso comprendamos lo que significa ser capaces de fabricar objetos, cada día se vuelve más importante. Desde esta perspectiva, la separación del mundo de las ideas y el diseño, del pensar y el hacer, aparece como un capricho histórico del que no podemos más permitirnos el lujo"

Clive Dilnot.³⁶

Esta lectura de la situación, realizada por Dilnot en 1994, sigue teniendo vigencia después de doce años transcurridos del siglo XXI. Curiosamente para una disciplina comunicadora por excelencia como lo es el diseño en todas sus variantes, podría decirse que fracasó durante el siglo XX en la comunicación de sí misma. Y, siendo la comunicación social una disciplina con tanto anclaje en el contexto, podría inferirse que tampoco supo ir al rescate de un relato por

³⁶ Clive Dilnot, "The Ethical Structure of Architectural Form", T. Donais (ed.), *Architecture + Culture: Proceedings*, Ottawa, Carlton University, 1992. p. 14.

demás útil para entender el desarrollo, el funcionamiento de los sistemas productivos, el devenir del medio ambiente, el amplio universo de lo simbólico y, finalmente, el de la vida cotidiana en la totalidad de sus actos, desde los más trascendentes hasta los más pequeños. Todo ello está contenido en la actividad del diseño y sus articulaciones. Que, por otra parte, encarna el paradigma de la actividad del siglo XXI: tanto para profundizar el vínculo entre la industrialización, la tecnología y el diseño, como para repensar nuevas formas sostenibles de hacer lo mismo, un enfoque descuidado a lo largo del siglo XX, que propició una inercia de consumo indiscriminado de recursos no renovables.³⁷

El tema de esta tesis, su hipótesis central y sus distintos abordajes, cobraron especial dimensión frente a medidas recientes vinculadas al proyecto de país: sin ir lejos, desde el lanzamiento del satélite SAC D Aquarius, en junio de 2011, hasta la proliferación de parques industriales (a los 80 existentes en el país, se sumaron 200 desde 2003 y se llegaría a los 300 en los próximos años) o el mismo evento Tecnópolis, nos hablan de una Argentina que apuesta a la ciencia, la tecnología y la industria a través del diseño y la innovación. Pero también nos muestran cuán ausente está ese relato en los medios³⁸. Y esa ausencia de un enfoque particularizado y específico no tiene que ver sólo con el boicot que las corporaciones mediáticas ejercen sobre el gobierno nacional. Más aún, esta ausencia se verifica en aquellos medios que apoyan a la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner. Acaso si la coyuntura política fuera otra, sería evidente que igual habría una imposibilidad de lectura transversal de esta temática del diseño por parte de los medios. Esto se debe a que, en alguna medida, la vacancia de este relato se sustenta en una fuerte ruptura con la historia reciente de nuestro país, un hiato con el pasado, con aquel territorio que la última dictadura cívico militar arrasó en su intento por sumir al país en la dependencia: la autonomía científica y tecnológica, la

³⁷ Nos remitimos a los planteos de John Thackara sobre la *sustentabilidad*. Sensibilidad al contexto, a las relaciones y a las consecuencias que provoca el diseño, son aspectos clave del desarrollo en la actualidad, esta idea comprende lo que se conoce como *diseño responsable*. La clave de este planteo se sustenta en la ética y la responsabilidad como dimensiones que deben incorporarse a las decisiones de diseño sin restringir la innovación técnica y social. En "Sustentabilidad", *In the Bubble. Designing in a Complex World (En la burbuja. Diseñando en un mundo complejo)*, Londres, Paperback, 2006.

³⁸ Para justificar esta hipótesis se han relevado las noticias publicadas los días previos y posteriores a la inauguración de Tecnópolis durante el mes de julio de 2011. Se han consultado los cuerpos centrales y los distintos suplementos de los diarios *Clarín*, *Página/12*, *La Nación* y *Perfil*.

industria argentina³⁹. Como sostiene Canclini⁴⁰, el capitalismo no avanza destruyendo las culturas, sino rompiendo la relación entre su base material y su producción simbólica. No pueden pensarse los procesos simbólicos (los sistemas de ideas, valores y creencias –la cultura–) por fuera de las condiciones materiales, y viceversa. Áreas productivas que no lograron la recuperación en la década del 80, volvieron a ser jaqueadas con el modelo neoliberal de los años 90. Es decir, el avance del neoliberalismo significó, a la par, el "modelado" de los modos de ver el mundo de acuerdo a determinados intereses, la invisibilización de fenómenos culturales a contrapelo de los intereses hegemónicos.

Recién con la llegada de la crisis en 2001 y la necesidad de sustituir importaciones, la maquinaria productiva pudo ser puesta en marcha nuevamente. La forma en que esto sucedió, y cómo esta coyuntura se articuló con la investigación, con la sostenibilidad, los recursos y con el desarrollo científico, constituyen una cadena de lectura que se ha parcializado desde 2001 en adelante como una mirada mediática hegemónica que llega hasta la actualidad. Esta cadena es leída desde el campo de la economía o desde la política, o desde la estadística, de manera segmentada, con apoyo en un corpus de conocimiento tradicional que, a su vez, tiene cabida en la información mediática dentro de secciones específicas en periódicos, revistas y medios en general, que no han variado en los últimos 100 años. Esas articulaciones son obviadas por el interés informativo y su necesario tratamiento, sustentado en la transversalidad, se vuelve evidente (e insoslayable) si se quiere acceder a una minuciosa indagación de la época, en otras palabras, se impone considerar un "enfoque" que sea capaz de interpretar la situación tal como se presenta, atravesada por diversos campos como el científico, tecnológico, económico y político, donde el diseño juega, en la actualidad, un rol central como catalizador de estas tensiones.

En paralelo, se evidencia cierto analfabetismo tecnológico, "ignorancia debida", como señala Marcelino Cerejido cuando aborda el problema de la

³⁹ Sobre los procesos de oscilación industrial en la Argentina y su impacto social, seguimos a Jorge Schvarzer que indaga sobre la historia política y social de la industria centrándose en las características de su lógica económica, véase *La industria que supimos conseguir*, Buenos Aires, Planeta, 1996.

⁴⁰ García Canclini, N., *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Editorial Nueva Imagen, 1982.

dificultad de instalar una visión científica del mundo de la ciencia, y cómo esto impacta en su escasa difusión.⁴¹ También, se manifiesta una notable falta de registro y de conocimiento sobre otros momentos históricos semejantes que puedan acudir como explicación de fenómenos similares y antecedentes. Por caso, así como se evidencia la falta de un relato actual de la verdadera dimensión de lo que significa Tecnópolis, se ignora asimismo qué fue la Feria de América, celebrada entre 1953 y 1954, en la ciudad de Mendoza, a la que ya nos referimos en el capítulo anterior. Precisamente, la Feria de América se trató de un evento de gran alcance que convocó a todos los países del continente para que exhibieran su producción industrial en el lapso de un año. El Parque San Martín de la capital de Mendoza fue especialmente acondicionado para el montaje de pabellones, estructuras lumínicas y sonoras. Allí se patentizó la producción de un país pujante. Sin embargo, se trata todavía de un capítulo ausente en una historia que tampoco está escrita.

Hace casi 50 años, en 1962, el situacionista francés Guy Debord ponía en valor la dimensión de lo cotidiano como objeto histórico durante la conferencia que llevó a cabo el Grupo de Investigaciones sobre la Vida Cotidiana que organizara Henri Lefebvre, en París. En ese mismo año, nacía en la Argentina la primera articulación oficial, sistemática y sostenida entre diseño e industria: el CIDI, Centro de Investigación del Diseño Industrial perteneciente a la constelación de centros del INTI, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Aquella experiencia pionera marcó el primer intento de la historia nacional por favorecer la unión estratégica entre diseño e industria en beneficio del acceso masivo a los bienes de consumo necesarios, orientados a la sociedad. Hasta 2009, se podría decir que el CIDI fue la única experiencia desde la esfera estatal que logró articular diseño e industria. Ese año, se vislumbró el nacimiento del MinCyT (Ministerio de Ciencia y Tecnología) y de la apertura de nuevas carreras de diseño en universidades nacionales (algunas de ellas nuevas también) donde se comenzó a recuperar aquella unión estratégica que, incluso hoy, también retomó el INTI.

Vincular estos dos momentos históricos servirá para comparar la

⁴¹ Véase, Marcelino Cerejido y L. Reinking, *La ignorancia debida*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2005.

repercusión que ha tenido esta temática en relación a su difusión mediática en momentos clave de nuestra historia. El surgimiento del CIDI, en los años 60 así como la emergencia de las primeras muestra públicas donde se exhibía diseño industrial, generaron atención mediática y la incorporación, más o menos estable, de noticias relacionadas que no decantó en la construcción de un relato específico que abordara ni al diseño, ni a la industria argentina, a pesar de que en esa década el modelo productivo estaba fuertemente orientado a la industrialización. Esta situación vuelve a darse en el presente, por ejemplo, como hemos señalado, en torno a un evento de envergadura masiva como Tecnópolis. Esta ausencia de un seguimiento especializado o de un tipo de difusión a la altura de esta puesta, evidencia que la ausencia de este relato –precisamente en momentos en los que el enfoque del gobierno privilegia y potencia la industria, la ciencia y la tecnología– se relaciona con otra ausencia, en otras palabras, con un “tejido” que se ha roto por las políticas comandadas por los gobiernos de facto y neoliberales de las últimas décadas.

Por otra parte, ampliando el arco de lectura del contexto material, hay que subrayar que no existe, salvo en la tradición anglófila, una corriente de estudio o revisión que permita siquiera identificar el nicho productivo propio de la cultura material contemporánea. Al no existir, entonces, esta categoría conceptual en el imaginario cultural, se obtura su existencia en los medios restringiendo espacios informativos que sean capaces de reflejar esta actividad y, lo que es peor, imposibilitando la sola idea de “escogerla” como tema de agenda o de interés en la grilla de temas susceptibles de ser difundidos mediáticamente. En ese sentido, los medios locales reflejan estas temáticas de manera superficial y segmentada a partir de noticias que las involucran, pero no como un área generadora (y genuina) de noticias. Se puede decir que se trata de una temática no comprendida, aún, en el seno de los medios masivos, todavía subestimada, un nicho editorial vacante, que no cobró relevancia como un área que ofrece una articulación de saberes y competencias que resultan decisivas para el siglo XXI y que, hay que insistir, se vuelven un poderoso prisma transversal para observar la realidad.

No obstante esta ausencia –que puede detectarse de un modo bastante general y sistemático en la mayoría de los soportes comunicacionales

masivos—, la prensa gráfica argentina presenta en este campo una particularidad que la diferencia de la del resto del mundo. En especial, nos referimos a las secciones de arquitectura que aparecieron en los diarios nacionales, por primera vez, en la década del 70. Surgieron como secciones y, veinte años más tarde, se convirtieron en suplementos (un *insert* que acompaña el cuerpo central del diario), alcanzando, inclusive, el rango de “revista” o de “publicaciones temáticas” semanales ya iniciado el siglo XXI. Fuera de esta singularidad que se abordará a continuación, cabe mencionar que los antecedentes históricos en términos de divulgación de los temas de la cultura material han sido, mayormente, revistas concebidas por referentes de esas actividades, sea desde el campo de la arquitectura o el diseño.

Este tipo de publicaciones fueron las que, de algún modo, contribuyeron a que estas temáticas se mantuvieran en un andarivel paralelo, sesgando la divulgación y la comprensión de su actividad que era sólo presentada como un campo estanco de conocimiento sin que estuviera articulado con el acontecer socio económico, político y cultural general. En otras palabras, estos temas no podían llegar al público general de una manera comprensible, por el contrario, estas revistas resultaron tan específicas que se volvieron publicaciones de “gueto”, para expertos, que exhibían cierta erudición inherente a un lenguaje y tratamiento informativo de jerga. De esta manera, este enfoque sostenido desde los comienzos de la disciplina en este país, obturó una vía de abordaje por la cual campos como la arquitectura y el diseño quedaran completamente apartados de la agenda informativa. La vida cotidiana, el hábitat privado y el público urbano, se vuelven un escenario importante para las personas; las viviendas, los medios de transporte o los objetos que nos acompañan en la vida —englobando en esa dimensión desde un cepillo de dientes hasta una *netbook* o un satélite, pasando por los envases de alimentos, el calzado y los electrodomésticos—, no pueden estar disociados de la producción material que el país genera, ni pueden obviarse los modos, los costos y los receptores de toda la maquinaria productiva.

El primer antecedente de esas publicaciones especializadas que surgen en los años 70 fue la revista *Nueva Visión (NV)*, aparecida en la década del 50. Fundada por quien se perfilaría como el primer teórico local en alcanzar

prestigio internacional, Tomás Maldonado, *NV* constituye un capítulo emblemático en la historia de la arquitectura moderna y del diseño en nuestro país. Nacida al calor de la herencia bauhausiana, sus nueve números editados entre 1951 y 1957 recorren y actualizan en el medio nacional la ascendencia de las vanguardias artísticas europeas, los avances de las corrientes modernas arquitectónicas y el programa de síntesis de las artes –la propuesta inicial del concretismo rioplatense–. En ese sentido, puede ser leída como un medio que marcó el derrotero de una nueva arquitectura en el país y con particular énfasis instaló la problemática del diseño. “Este último aspecto, sin embargo, no ha sido hasta el momento lo debidamente subrayado en la medida en que se sigue priorizando una lectura arquitectónica de la revista”, señala Verónica Devalle enfatizando la decisión de tomar a *NV* como un eslabón fundamental en la historización del diseño gráfico en nuestro país.⁴² En términos de Devalle, *NV* no fue sólo una revista de arquitectura sino más bien se trató de un “texto abierto” a la problemática de la forma, que encuentra en el arte concreto –en una primera instancia– un *pivote* desde donde indagar un horizonte de producción que se sabe nuevo y que se intuye potente. *NV* inaugura, en los comienzos de la década del 50, en pleno peronismo, una nueva concepción del espacio, una problematización de aquello que hoy consideraríamos el “lenguaje visual” (llamado allí “cultura visual”) y la inquietante pregunta por la “forma hecha sentido”. Por este motivo, en la presente investigación, *NV* es considerada el primer discurso “habilitante” del diseño en la Argentina.⁴³

Es justo señalar que sólo podemos llegar a esta afirmación si partimos de un enfoque teórico que se detenga en los conceptos antes que en los objetos, y que cuando lo hace en estos últimos sea para reconstruir el proceso que permitió su gestación. Por todo ello, lo que le preguntamos a los textos de los medios masivos relacionados a la cultura material es cómo debe ser abordada la forma, qué dominios comprende, en qué términos es concebida la

⁴² En Verónica Devalle, “Hacia la síntesis de las artes. El proyecto cultural y artístico de la revista *Nueva Visión*”, *Revista Questión* # 13, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), 13 de diciembre, 2009.

⁴³ Un estudio detallado sobre la revista *Nueva Visión* se encuentra en María Amalia García, “La ilusión concreta: un recorrido a través de *Nueva Visión*. Revista de cultura visual, 1951-1957”, *Leer las artes. Las artes plásticas en ocho revistas culturales argentinas, 1878-1951*. Editorial Patricia Artundo y María Inés Saavedra, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”, Universidad de Buenos Aires, 2002.

utilidad, cuál es el alcance de la pureza formal y qué rol juegan la racionalidad y el sustrato científico-técnico que, al participar de la lógica moderna, resulta uno de los sesgos más marcados en la producción de objetos cotidianos.

No se incluye en este registro, a la revista *Summa*, en la que algunos vieron cierta continuidad de *Nueva Visión* –sobre todo porque uno de sus principales colaboradores, el arquitecto Carlos Méndez Mosquera, había sido Secretario de Redacción de la publicación que dirigía Maldonado–. *Summa* constituye un claro caso de revista editada *por y para* arquitectos, una publicación netamente temática, que contribuyó a reforzar la divisoria de aguas entre una comunicación para expertos y otra que se lograra acercarse (y acercar) a un público más general, abarcativo.

A fines de los años 70, en medio de la represión militar, nació otra publicación emblemática, *Punto de Vista*.⁴⁴ Su perspectiva abarcaba desde la crítica cultural haciendo lugar a una mirada del mundo material, hasta la dimensión política de la realidad. Sin embargo, en su enfoque sobre la cultura material, prevaleció no tanto una comprensión de la producción material a partir del entendimiento de lo proyectual o su indagación más allá de lo simbólico (lo técnico, productivo, lo económico y social), sino desde una mirada netamente sociológica. No obstante, *Punto de Vista* –con su público acotado a una élite intelectual–, introdujo la reflexión sobre la producción material de un modo más cercano y holístico que las anteriores. Esta decisión temática estuvo inspirada por la participación del arquitecto argentino Alberto Sato Kotani quien, miembro del staff de la revista, desde el exilio en Venezuela extendió sus dominios académicos a las carreras de diseño industrial. Como parte de esta articulación entre diseño y vida material, una experiencia inédita para los medios gráficos masivos latinoamericanos, Sato publicó una columna de cultura material en el diario *Economía Hoy* (Venezuela) que luego fue compilada en el libro *Cotidiano, manual de instrucciones*,⁴⁵ cuya presentación de portada dice:

⁴⁴ *Punto de Vista* fue una publicación fundada en la Argentina en 1978, durante los años más duros de la represión militar. Esta publicación se focalizó en el arte y la política, haciendo prevalecer la cultura por sobre lo ideológico tanto por la amenaza de la represión como por la desilusión que comenzaban a sentir sus editores respecto de los postulados ortodoxos del marxismo. La figura central fue Beatriz Sarlo, quien se mantuvo asociada al proyecto hasta la primera década del siglo XXI. Fue una de las publicaciones culturales más prestigiadas editadas en español, de ámbito local e internacional.

⁴⁵ En Colección Actualidad, Debate, Caracas, Editorial Mondadori, 2005.

“La técnica como arte del presente: Alberto Sato captura la invención escondida en el corazón de los objetos. Descubre en ellos la delicada unión de fantasía, costumbres, casualidad y diseño. Un viaje feliz e inteligente por el paisaje cotidiano que Sato observa como arqueólogo, historiador y crítico”.

Este nombre (*Cotidiano*) –que de algún modo, podría decirse, homenajea a parte de la monumental obra de Georges Perec–,⁴⁶ encierra una mirada sociológica con acento en el origen, la historia y la utilidad de aquellas cosas pensadas para cubrir necesidades y solucionar problemas de la vida corriente.

Es que, en tanto conductores de representaciones sociales, los objetos poseen atributos que presentan una doble realidad: por un lado, la materia es táctil; por el otro, visible. Ambas dimensiones comunican cualidades funcionales y estéticas pero tras ellas subyace la posibilidad económica de poseer las cosas y la capacidad de ser deseadas. En esta articulación de mensajes, las cosas materiales hechas por el ser humano emiten órdenes, sugieren, persuaden, seducen, ruegan, inspiran, enseñan, además, con frecuencia, engañan. “Tanto albergan las cosas que es un desperdicio sólo adquirirlas, usarlas, y luego descartarlas, como también es inútil sólo coleccionarlas. Porque así nada dicen, salvo el inútil intento de manifestar posesión, debido a que en general se trata de baratijas”, señala Sato.⁴⁷

Los textos reunidos, pertenecientes a la columna homónima en el suplemento *Domingo – Hoy*, del diario *Economía Hoy*, de Caracas, recorren desde las historias de la creación de muchos objetos que componen la vida común de cualquiera, hasta las particulares visiones de la lógica de los objetos en la cotidianidad. Lo interesante del abordaje de Sato se concentra en la siguiente afirmación:

“Si todos los objetos materiales, como productos culturales, han tenido la

⁴⁶ Nos referimos a *Las cosas*, 1965; *La vida, instrucciones de uso*, 1978 y *Lo extraordinario*, 1978.

⁴⁷ Alberto Sato Kotani, op. cit.

intervención del diseño, cualquier acercamiento no utilitario a las cosas deberá interrogar sobre su diseño. Y así, el diseño es un asunto de orden público, como lo es opinar sobre la ciudad, no porque se trate de la administración de la ciudad, sino porque está inevitablemente presente en nuestro paisaje”.⁴⁸

Aparece, entonces, la gran paradoja histórica: el diseño o los frutos del diseño son tan cercanos e inmediatos que, además de la dificultad en definir el territorio de la disciplina, generan el efecto de una fotografía sobreexpuesta: de tanta luz, su inmediatez se vuelve invisible.

Así, mientras la columna del periódico venezolano conforma una rareza de comunicación aislada, el fenómeno que registra la prensa gráfica argentina respecto de la actividad proyectual integra una rareza común a todos los grandes diarios de alcance nacional y algunos regionales. Hablamos de las secciones de arquitectura, que comenzaron en el año 1967 en el diario *La Prensa*, para extenderse en los 70 a *La Nación* y *Clarín*, en los 80 a *El Cronista Comercial*, en los 90 y la década siguiente a *Página/12* y a diarios del interior como *La Voz del Interior*, *El Río Negro*, *La Nueva Provincia* y *Los Andes*.

Este fenómeno, en casos como el de *Clarín*, se perfiló desde el inicio como “el modelo de divulgación” de la actividad, sustentado en la construcción de su propia necesidad, es decir, la de un periódico con cifras actualizadas semanalmente, que ofrezca una mirada sólo para la matrícula⁴⁹. En otras palabras, se trata de una publicación que no deja de ser *de gueto*: discurso proyectual y relleno (cifras y precisiones técnicas relacionadas a los arquitectos

⁴⁸ *Ibíd.*

⁴⁹ El “modelo de divulgación” en los medios masivos ha sido abordado por Eliseo Verón, que señala un proceso creciente de polarización en los temas informativos experimentado por los diarios y periódicos de edición diaria. Esta demanda, que supone la generación diaria de contenidos específicos (culturales, arquitectónicos, económicos, femeninos) redundó en la conformación de publicaciones específicas de volumen medio, que acompañan al cuerpo central de los periódicos y que, en muchos casos, logran una gran afluencia de público lector, muchas veces mayor a la que concentra el cuerpo central del diario. Para abastecer la generación de estas pequeñas usinas informativas que pertenecen a la estructura mediática general, los periódicos (y los medios informativos en general) experimentaron cambios significativos, en especial, en la conformación de equipos de trabajo integrados por nuevos profesionales, periodistas expertos en un tema particularizado, que se adosaron como medianas áreas de trabajo dentro del equipo general de periodistas encargados de la redacción diaria. En la actualidad, *Clarín* cuenta con 12 suplementos especializados: *Arquitectura*, *Mujer*, *Informática 2.0*, *Autos*, *Ollas y Sartenes*, *Si!*, *Revista Ñ*, *Countries*, *Rural*, *Zona*, *Económico* y *Viajes*.

y a su quehacer en el ámbito económico). Así, entre los años 90 y 2006, ese modelo se patentizó en un suplemento que, en principio, tenía 2 pliegos y que luego alcanzó los 10. En más de una década, el suplemento pasó al formato revista *tabloide* de hasta 40 páginas, aún sin contar con demasiados contenidos periodísticos. El inicio de dicha experiencia coincidió con la etapa de flexibilización experimentada por los multimedios argentinos a partir de la década del 90.⁵⁰ Este tipo de unidades de negocio –como las encarnadas en los suplementos especializados– conformó el ensayo de “privatización de suplementos” (venta separada, con un manejo más descentralizado respecto de su gestión y, a ello, se le agregaban eventos propiciados por la propia publicación, como concursos y premios orientados a la participación de los profesionales. De este modo, los medios comenzaban a experimentar la generación de “nuevos productos”, que tuvieron en la *Revista Ñ*, la publicación cultural editada por el diario *Clarín* desde 2003, al mayor exponente masivo.⁵¹

El suplemento *ARQ*, también editado por *Clarín*, fue la unidad de negocios que –tras el modelo impuesto en la empresa por el diario *Olé*–, llevó adelante la política más cruda de flexibilización y de particularización en el tratamiento temático de los contenidos. Así, *ARQ* capitalizó la demanda no sólo de un nuevo público lector que comenzaba a despuntar sino también los problemas internos que experimentaba el diario a nivel estructural. *ARQ*, por un lado, respondió a la demanda de temas específicos (la arquitectura, la construcción edilicia, el diseño gráfico e industrial) por parte de una matrícula nacional abultada (se estima una comunidad de 50 mil profesionales sólo registrada en el campo de la arquitectura) y, por el otro, a la demanda interna

⁵⁰ El proceso denominado de “flexibilización” se encuadra en una macro *Agenda setting* (o teoría de la construcción de agenda) de los medios masivos bajo la consigna “mayor cantidad de ganancias en el menor tiempo posible”. El contexto editorial empujado en los 90 y 2000, predispuso a la necesidad de captar públicos mayores y mayores ingresos por publicidad. En este escenario, *Clarín* desarrolló un afán expansionista que lideró la tendencia en relación a los otros medios del país, sustentado en la fórmula: 30% de contenidos, 70% publicidad. A ello se le agregaba, la reacción inmediata por parte de los medios frente a los primeros años de Internet, que propiciaron un fenómeno de parcelación de contenidos, información y lectores.

⁵¹ Como parte de la política de expansión y flexibilización de contenidos, el diario *Clarín* vislumbró en la *Revista Ñ* una alternativa editorial para cubrir el nicho “cultural”. Además de focalizarse en eventos culturales locales, *Revista Ñ* también se orientó a presentar tendencias culturales a nivel global, con un tratamiento no erudito de la información orientado a la mayor recepción de sus contenidos por parte de un público lector amplio. Además de la edición papel, el suplemento cuenta con agregados editoriales como los *blogs*, específicos para cada tema, que constituyen parte del conjunto de productos editoriales que se enfocan en captar un público masivo por distintas vías, haciendo de la cultura una plataforma posible como argumento de venta.

de la empresa: la necesidad de editar “nuevos productos” para paliar la crisis de tirada y el creciente descrédito que comenzaba a experimentar el medio en 2006. De este modo, *ARQ* montó una editorial paralela subvencionada por el trabajo extra (no remunerado) de redactores no especializados en el tema, pero que sí provenían de los suplementos que habían experimentado fracasos económicos dentro de *Clarín* a comienzos del milenio.⁵²

Este señalamiento es oportuno, ya que *ARQ* se volvió, en poco tiempo, un éxito comercial para la empresa y, a la vez, un referente ambiguo para la matrícula, es decir, que se priorizó la publicación de obras arquitectónicas como el espacio privilegiado dentro del suplemento. De esta manera, se volvía un espacio de exhibición propicio para que muchos arquitectos se vieran seducidos por la posibilidad de que su trabajo se difundiera con un alcance masivo inmejorable. Sin embargo, salvo en su dirección, el staff de *ARQ* casi no contaba con especialistas en la materia y a ello se le sumaba una fuerte demanda que, con tal de garantizar el éxito económico, exigía a los redactores un rendimiento forzoso que generaba presión y la sobrecarga laboral.⁵³

Desde el enfoque editorial productivista, traducido en el éxito de ventas, la fórmula de *ARQ* era (y es) óptima, sustentada en el atractivo de un formato compacto, con tapas efectistas (con el valor adicional de un gran despliegue fotográfico, con imágenes que proveen los estudios y en las que el diario no gasta) publicadas en papel ilustración, pero donde los contenidos se presentan escasos e inexactos, resultando en un producto de baja calidad en términos periodístico-editoriales y en relación al adecuado tratamiento de los temas. Así, la figura de la “prensa especializada” en esta área se ha ceñido a los conocimientos técnicos de los únicos tres arquitectos que integran el staff y que ejercen como periodistas y editores de contenidos. Esta apreciación se ajusta al cotejo de *ARQ* en relación a otros medios especializados en arquitectura y

⁵² Nos referimos especialmente a la *Revista Mística* (del diario deportivo *Olé*), *Revista Nuestra* (la revista editada para acompañar los diarios del interior), suplemento *Countries*, y otros suplementos zonales y de tecnología.

⁵³ Sobre las condiciones laborales exigidas en el contexto de la redacción de *ARQ*, así como de otras redacciones de *Clarín*, nos remitimos a los testimonios vivenciales de la autora, que se desempeñó en ese medio y en esa sección; y de Rodolfo Luna, ex Jefe de Arte del diario y de Ana Ale, periodista especializada en economía, integrantes de la comisión interna del diario, víctimas de los despidos masivos que propició *Clarín* en 2000.

diseño.⁵⁴ Pero, a diferencia de los especialistas o críticos de los grandes diarios internacionales, el contenido de *ARQ* no logra llegar con su mensaje a un público general, aún en los pocos casos en los que el medio decide publicar noticias referidas a esta temática en otras secciones del cuerpo del diario. Esta falta, se debe a que *ARQ* reduce su mirada sólo a un enfoque proyectual de la cultura material –sobre todas las ramas del diseño, desde la arquitectura hasta los objetos–, sin la capacidad de producir una “lectura transversal” del contexto, un enfoque inherente al abordaje de la cultura material. De este modo, sin el abordaje periodístico adecuado pero sustentado en el hecho de pertenecer al diario de mayor tirada en nuestro país, *ARQ* se convierte en un área paradigmática para observar el pulso del siglo XXI desde una perspectiva sesgada⁵⁵. Este desfase cobra mayor evidencia en el caso de la revista *dni*, una publicación de diseño orientada al ámbito nacional e internacional lanzada en 2007, que se analizará de manera particularizada en el siguiente capítulo. *Revista dni* nació con vocación periodística de divulgación y servicio –sobre todo, orientada a los estudiantes de diseño que, en la actualidad, integran las carreras más densificadas de las universidades nacionales, y a los profesionales del diseño–,⁵⁶ sin embargo, a partir de su cuarto número acentuó su deriva, también como *ARQ*, hacia una mirada superficial y poco periodística de esa actividad.

El caso de *M2*, el suplemento de arquitectura de *Página/12*, es distinto. Se trata de un suplemento sabatino de un pliego de extensión, que alterna en sus notas de tapa temas de patrimonio arquitectónico con otros de diseño gráfico e industrial. En este último caso, el enfoque pretende ser social aunque está ciertamente condicionado a la agenda local pero siempre con la intención

⁵⁴ Para esta investigación se han relevado las siguientes publicaciones especializadas en diseño y arquitectura: la sección diseño del diario británico *The Guardian* (en su versión papel y on line) y la revista dominical del diario *El País* de España. Así también, se han cotejado otras ediciones on line como *Core777*, *Design Observer*, *MOMA Newsletter* (todas de los Estados Unidos) y el *Newsletter* del Design Museum de Londres, entre otras. Asimismo, se ha puesto especial atención a los casos paradigmáticos en el tratamiento de la cultura material como: los suplementos de diseño de *Gazeta Mercantil* (Brasil), *The New York Times* (Estados Unidos), *International Herald Tribune* (Inglaterra).

⁵⁵ En este punto nos referimos a la concepción de Verón que sostiene que la hegemonía de los medios masivos impactan en la recepción de los contenidos. De esta manera, los medios logran imponer su propia manera hegemónica de concebir una disciplina obturando más vías de análisis y abordajes.

⁵⁶ En especial nos referimos a las Carreras de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires, (fundada en 1985) así como las de Cuyo, Mendoza (fundada en 1958), la de La Plata (fundada en 1962) y la del Litoral (fundada en 1999). Todas ellas, reciben una gran afluencia de alumnos desde su apertura.

de reflejar un escenario latinoamericano. Aquí, mientras la sección de arquitectura, urbanismo y los temas patrimoniales realiza producciones de alta editorialización, las notas de diseño tienen el carácter más de “micrófono abierto”, es decir un tratamiento sin mayor edición. En otras palabras, no abundan la crítica ni el análisis o la reflexión cultural (aunque vale reconocer el esfuerzo de la periodista que cubre el área por tener un alcance federal y latinoamericano). Se pierde así la oportunidad de llegar de un modo integral a ese público más amplio que garantiza el hecho de estar inserto en el cuerpo del diario. Cabe destacar que las tapas de *M2*, con su espíritu lúdico semejante a las del suplemento *Radar* y el suplemento joven *NO*, estos últimos también parte de *Página/12*, logran captar a sus lectores con la impronta de llamativos titulares. De este modo, gana adeptos lectores que va cooptando del cuerpo de la información general y que se ven seducidos e interesados por las tapas coloridas de su propuesta gráfica.

Vale mencionar que en la prensa gráfica internacional, las noticias referidas a la arquitectura y el diseño, en general desde lo patrimonial o, en el estricto presente, aquellas nuevas construcciones y lanzamientos que acreditan algún hito, ingresan en las secciones de arte y cultura. Estas noticias, son reconocidas como una producción cuyo peso simbólico las ubica en el mismo rango que la literatura, el cine, la música. Finalmente, esto demuestra que se trata de disciplinas que construyen (y cuánto) el paisaje cultural. Mientras que aquellas noticias de la arquitectura, el diseño y el urbanismo vinculadas a evidenciar los cambios en los usos, rehabilitaciones u otros, suelen aparecer en las secciones de Información General y/o Metropolitanas. No hay, como aquí, secciones especiales, no existen los suplementos de arquitectura. Aunque sí en la mayoría de los grandes diarios internacionales los temas de la cultura material están “puestos en valor” y legitimados a través de la figura del crítico que se relaciona con sus lectores a través de una columna semanal. Casos como el de Adelia Borges en el diario brasileño *Gazeta Mercantil* desde fin de los 90, o el de Herbert Muschamp y Nicolai Orousoff en arquitectura y urbanismo del *The New York Times*; Justin Mc Guirck comentando la escena del diseño y Jonathan Glancey haciendo lo propio en arquitectura, ambos desde el periódico *The Guardian* en la última década; o el

de Alice Rawsthorne en el *International Herald Tribune* (con ecos en *The New York Times*), componen la lista de los referentes más influyentes cuyo abordaje, además de una sólida formación periodística, también revela espesor en la lectura atenta de la cultura material. Se trata, entonces, de un abordaje que intenta construir, de manera crítica, un relato mediático donde convergen los aspectos proyectuales de la producción, con la mirada social en los usos y las costumbres y la política en los esquemas de producción, utilización de los recursos y el cuidado ambiental.

En el marco de los diarios y las revistas como las que edita el diario *El País* se suelen incluir estos temas en su menú dominical también bajo la tutela de una firma especializada, en este caso, la de Anatxu Zabalbeascoa.⁵⁷ En la Argentina no existen casos como los que hemos señalado, siendo muy ocasionales las notas de arquitectura o urbanismo en las revistas dominicales de los diarios. La excepción más frecuente la hace el diario *Página/12* que incluye notas del tema en el suplemento *Radar*, comúnmente encargadas a especialistas como el caso de Gustavo Nielsen, un periodista idóneo en las tareas de escritura, además de ser arquitecto de profesión. En las revistas dominicales de *La Nación* y *VIVA*, de *Clarín*, por mencionar dos fuertes matutinos dominantes, estos temas tienen, en general, un tratamiento superficial: se le da al diseño el lugar de la decoración, de lo suprefluo, tergiversando así la importancia de esta disciplina tanto a nivel productivo como social. En una mirada tan cosmética (diseño es lo de afuera, la forma, es lo lindo) se pierde no sólo la posibilidad de iniciar (¿recuperar?) un relato ausente sino, el derecho a réplica que acaso pudiera rectificar que el concepto diseño encierra mucho más que aquello con lo que se lo ha relacionado desde la década del 90, incluso, luego de la irrupción de la profesión como espacio institucionalizado en la Universidad de Buenos Aires.

Sin embargo, también es preciso señalar que el diseño, como campo específico y profesional, tampoco ha logrado comunicarse a sí mismo a lo largo del siglo XX como para poder ser recepcionado por un público más amplio, que exceda los límites del gueto: más bien, estuvo ocupado en un proceso de

⁵⁷ También, nos gustaría referirnos a *La Vanguardia*, donde se alista como jefe de arte Jaume Serra, un diseñador gráfico especializado en infografía (un género discursivo del diseño gráfico), que ha intensificado la relación comunicación-diseño desde prácticas gráficas concretas para medios masivos.

legitimación y consolidación en tanto disciplina así como por acrecentar su ingerencia en el campo de la industria.⁵⁸

Cabe destacar un caso particular de la revista *VIVA* a fin de los años 90. A las coberturas especiales de moda propias del comienzo de las estaciones del año, se les anexó la clasificación de Moda y Diseño. Así, lo que parecía una barrera de entendimiento insoslayable (el ideolecto o equívoco acerca del diseño como lo “accesorio”, lo “lindo”) fue utilizado como un canal efectivo donde circularon contenidos apropiados con una abordaje idóneo en relación al diseño. El planteo de *VIVA* era semejante al que había adoptado la revista dominical de *The New York Times*. Este planteo se basaba en incorporar objetos diseñados como parte de la escenografía de las producciones de moda a cambio de contar con, al menos, 10 páginas editoriales para desarrollar notas sobre el diseño con enfoque idóneo, que contemplara el complejo entramado que implica considerar al diseño en su propio escenario de época, sus articulaciones con otros campos, sus desarrollos, etc. Por un lado, en las secciones donde el diseño se mostraba como parte de los objetos, se buscaba que éstos fueran hitos históricos (por ejemplo, la silla BKF o la exhibición de mobiliario de autor como los trillados diseños de Marcel Breuer y su silla tubular, tan comunes en las escenografías de moda) u objetos de uso cotidianos muy extendidos que combatieran la noción de que el diseño es sólo lo lindo, lo caro y no un buen escobillón plástico para barrer veredas. En cuanto a las producciones editoriales, fueron notas que auscultaban el momento recurriendo a los principales referentes intelectuales del tema, tanto locales como extranjeros para opinar como fuentes.

Estos especiales duraron tres años (hasta 2001) y la propuesta de realizarlos había tenido buena aceptación por parte de los editores, bastante reacios y temerosos de presentar nuevos y serios enfoques para temáticas desconfiguradas como lo era el diseño en los parámetros de los editores más familiarizados con temáticas generales donde (vaya paradoja) lo que está sucediendo en “la calle” por así decirlo, no tiene cabida. También, resultó un

⁵⁸ Sobre el surgimiento y la consolidación de las disciplinas de diseño, en el ámbito académico argentino, hemos trabajado sobre la investigación propuesta por Verónica Devalle que recupera, desde una dimensión sociológica e histórica, los años de la institucionalización profesional, que van desde 1948 a 1984. En Verónica Devalle, *La Travesía de la forma, Emergencia y Consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*, Buenos Aires, Paidós, Estudios de Comunicación, 2009.

aval para estos editores que impulsaron la inclusión de una temática original, el hecho de que la revista dominical de *El País* tuviera un abordaje editorial con alta comprensión e inclusión del diseño y de la cultura material, no sólo con notas específicas sino también incluyendo a los hacedores de la cultura material (arquitectos y diseñadores) como personajes de la cultura en entrevistas de personajes o referentes.

Por mencionar publicaciones culturales que se han ocupado sistemáticamente de los temas de la cultura material con una visión “holística” entre lo socioeconómico, lo político y lo proyectual, también podría destacarse la columna *Sky line*, del semanario intelectual neoyorquino *The New Yorker*, que le valió el premio Pulitzer al crítico Paul Goldberger. Del espectro de la cultura material, esta columna se ocupa específicamente de temas de la arquitectura y el urbanismo.

Volviendo al panorama de la prensa escrita en la región, donde es extrañamente posible encontrar la temática en publicaciones y/o secciones de información general, la excepción de Brasil tiene otra particularidad: allí, la periodista Adelia Borges logró posicionar al tema en los 90 en el diario más antiguo del país, la *Gazeta Mercantil* con foco en la economía y los negocios.⁵⁹ La visión pionera de ese diario en incluir y analizar esta temática fue reconocida por la prensa brasileña. A propósito del libro en que la periodista compiló sus columnas del periódico, la editora María Helena Estrada, señaló:

“El diseño está teniendo una visibilidad cada vez mayor y crece el interés del público por esta temática. Pero las exposiciones se suceden sin que exista en Brasil una masa crítica capaz de ejercer un juicio, un análisis serio y competente. Cuando las articulaciones políticas comienzan a prevalecer es obligatorio, como hace Adelia Borges en la *Gazeta Mercantil*, no quedarnos callados”.⁶⁰

⁵⁹ La periodista recopiló sus columnas de diseño publicadas en la *Gazeta Mercantil* en el libro *Designer Nao é personal trainer e outros escritos* junto con otras reflexiones de escritores calificados.

⁶⁰ María Helena Estrada es editora de la *Revista ARC Design*, la cita fue tomada de Adelia Borges, *Designer Nao é personal trainer e outros escritos*, San Pablo, Rosari, 2002.

Es que Borges, con su columna especializada tendía un puente inmejorable de diálogo y conocimiento entre sectores, dirigiéndose al empresariado y al mundo de los negocios, a la vez que a los diseñadores y al público general. Bajo la mirada integradora del diseño, su labor logró desatar el nudo del relato ausente e iniciar una mirada comprensiva de la realidad productiva, ambiental y socio económica que no dejaba de lado los aspectos culturales y patrimoniales de los usos y las costumbres. Ese camino, que también abonó con la divulgación de la articulación fundamental entre artesanados e industria –una característica productiva y cultural de la región– la llevó a distintos puestos de la gestión en la ciudad de San Pablo durante la primera década del milenio (por ejemplo, la dirección del Museu da Casa Brasileira y del proyecto Pabellón de las Culturas) hasta ponerla al frente en 2010 de la curaduría general de la Bienal Brasileira de Diseño, en Curitiba, presentada y prologada por el entonces presidente Lula. El discurso de apertura del mandatario resultó una muestra del interés prioritario que Brasil presta por el diseño como parte fundamental de su economía productiva y como herramienta de inclusión social.

Brasil sintoniza de modo conciente y proactivo el hecho de que, además de sus campos tradicionales de acción, de aquí en más, el diseño deberá proveer la interfase humanizada entre las mutaciones tecnológicas, la gente y su derecho al *confort* sin eludir la crisis planetaria de recursos naturales y la gestión ambiental. Y esto ya ha puesto a los medios frente al terreno fértil de un nuevo paradigma temático, que aún no han visto o, si lo han hecho, no se han lanzado a recorrerlo.

La falta de un relato que haga visible el quehacer del diseño, en presente y en pasado, es común a la región. En la celebración del día del Periodista de 2010 en Venezuela, pudo leerse un reclamo por parte de los diseñadores sobre la falta de medios de divulgación que se "pongan a pensar" sobre el diseño, con la añoranza de la revista *Revista Iddeas*:⁶¹

⁶¹ En la década del 90 la empresa Poseidón Tubelite editó una revista llamada *Logotipos*, que incluyó reportajes sobre producción gráfica, gerencia de la imagen, comunicación visual y algo de diseño industrial. Su trayectoria fue errática debido a que sus dueños, sólo enfocados en los resultados comerciales, siempre desconfiaron del éxito económico que significaba esta empresa. Sin embargo, lo positivo fue el aprendizaje obtenido por su equipo periodístico. Las pocas publicaciones venezolanas especializadas en diseño han sido efímeras, a diferencia de las de otros países, que se han afianzado en contenido y en sus respectivos mercados, como el caso de *A!* (México) o *Proyecto Diseño* (Colombia) que incluso, en la actualidad, tienen sus respectivas versiones digitales.

“En Venezuela hemos carecido de publicaciones y espacios en los medios de comunicación que se expresen técnicamente sobre el diseño gráfico e industrial, menos aún que lo hayan concebido como un fenómeno afín a la tecnología o la productividad. (...) Creo que esa tarea la podríamos cumplir los periodistas. Esa fue la visión que se tuvo en el Centro de Arte La Estancia cuando organizaba los talleres para comunicadores sociales, en los que se les brindaba información conceptual y técnica. Desafortunadamente, esa labor se interrumpió antes del año 2000, mientras que los periodistas que fueron formados se alejaron de los medios de comunicación o se fueron del país. Es decir, quedamos en cero. Por ahora.”⁶²

Al no haber una mayor comprensión del origen, la misión, la incidencia, la asistencia que el diseño ofrece para la vida de las personas –en todos los órdenes: doméstico, privado, público, laboral, comunitario– se evidencia una menor comprensión del mundo, de su *backstage*, de cómo y por qué las cosas se hacen de algún modo. Esta coyuntura cercena la oportunidad de entendimiento del contexto, de poder opinar con conocimiento de causa y de actuar en consecuencia, sobre todo en términos de consumo. Por eso, el señalamiento de esta ausencia busca hacer pie en el conciente colectivo acerca de la necesidad de este relato, aún ausente, que podría democratizar información clave para decisiones que fortalezcan un habitar responsable.

Porque, como se dijo al comienzo, si el ser social determina la conciencia, cabe preguntarse qué determina o condiciona al “ser material”. Posiblemente, podemos decir a modo de hipótesis secundaria la posibilidad de que, en el siglo XXI, el “ser material” determine la conciencia ambiental. Yendo más lejos en la responsabilidad, también se podría decir que el “ser material”, finalmente, determinará o condicionará al “ser secular”.

La conclusión del filósofo alemán Peter Sloterdijk acerca de la importancia de la cultura material debería ser un llamado de alerta para los medios masivos acerca del urgente tratamiento que este relato ausente demanda:

⁶² Testimonio de George Dunia y Leonel Vera publicado en *Revista Ideas*, N° 5, disponible en <http://www.analitica.com/va/arte/oya/2823364.as>

“*Habitar* quiere decir construir y construirnos. Los temas de la cultura en el siglo XX han girado en torno al tiempo, ya es momento de ocuparse del espacio y de las cosas”.⁶³

⁶³ Seguimos las consideraciones del filósofo Peter Sloterdijk propuestas en *Reglas para el Parque Humano*, Madrid, Ediciones Siruela, 2000.

Capítulo 3

En busca de la mirada trópico

En el intento por dimensionar la paradójica “negación” que se tiene del contexto material, el artista plástico y arquitecto Luis Benedit desarrolló una teoría propia llamada “regla del metro a la redonda”. A través de esta noción, Benedit, afirmaba que “la gente sólo presta atención a aquellos productos e instancias materiales que están a no más de un metro de su radio de acción.”⁶⁴ En la idea de “atención”, el artista contraponía objetos diseñados: el reloj pulsera frente al reloj de una estación de trenes, los detalles del auto propio frente a los de un vehículo de transporte público o el equipamiento de un baño privado frente a uno del espacio comunitario.

Esta “negación” del contexto se puede metaforizar a través de una comparación con la fotografía sobrepuesta que, de tanta luz, se quema y se hace invisible. Parte de esta “sobrexposición” subyace en la forma de relacionarnos con el contexto, en cómo percibimos y en qué valor le damos a los espacios y a los objetos cotidianos que nos asisten en necesidades de diversos órdenes (si medimos la interacción cotidiana de un habitante urbano con objetos o interfaces de diseño, tendremos que aceptar que cada uno de nosotros se vincula con entre 5 mil y 7 mil diseños por día, según la actividad que desarrolle).⁶⁵ Lo significativo es que ignoramos los objetos en su valor y real magnitud del presente y sólo reparamos en ellos cuando éstos son enunciados y mostrados como parte del pasado inmediato, donde tienen

⁶⁴ Luis Benedit, Catálogo de la “Muestra Retrospectiva Clorindo Testa”, Buenos Aires, Fundación San Telmo, 1981.

⁶⁵ Véase, John Thackara, *In the Bubble. Designing in a Complex World*, op. cit.

garantizada la nostalgia y una puesta en valor acorde a su utilidad pero, sobre todo, a la articulación entre ellos mismos. En otras palabras, se establecen vínculos y nexos de intimidad entre los objetos que los unen y articulan. Si tomamos una escala mayor de aplicabilidad para estos objetos, llegaremos al urbanismo, a las estructuras que nos albergan, a los edificios y a las vías que establecen en la red pública. En este punto, podríamos hacer la siguiente formulación: ¿dicen algo, en términos de sentido e información, los vínculos contruidos para unir el centro y la periferia de una gran ciudad? La respuesta radica en entender que detrás de cada construcción material hay, no sólo una incidencia cultural y simbólica sino, un origen proyectual que responde a su vez, a un modo de pensamiento político. Esta aproximación, nos lleva a preguntarnos las razones por las cuales no registramos ni analizamos más a menudo nuestro entorno material, el contexto construido, los espacios en los que transcurrimos y las cosas que usamos para interactuar en ellos.

En tanto, el contexto material se mantiene como un área de atención difusa en los medios de comunicación, que no miden su significación cultural a partir de valores de uso, de utilidad y de hábitos. Tampoco le otorgan a la producción material la jerarquía que ocupan otras producciones culturales como la música o el cine en los canales de comunicación. Esta negación, o cierta obturación, impide otra lectura más integral y comprometida de la producción material, aquella que posibilite observar la convergencia de información entre la utilización de los recursos, los medios productivos, el modelo político económico que la impulsa, la respuesta social y ambiental.⁶⁶ No hay, en la actualidad, otras áreas y campos culturales que ofrezcan una confluencia semejante de información para observar la realidad: el diseño, de esta manera, se vuelve un mirador privilegiado para aportar al periodismo y a la comunicación.⁶⁷

⁶⁶ Seguimos la línea de análisis propuesta por John Thackara y Adelia Borges, ambos autores proponen una aproximación más integral a las problemáticas del diseño, desde la dimensión sociocultural y política con un énfasis en el impacto económico y en sus consecuencias ambientales.

⁶⁷ Varios autores señalaron los valores intrínsecos y las potencialidades de la imagen que se pueden trasladar al diseño. Por caso, para Peter Burke las representaciones visuales son la mejor manera de comprender la realidad social. Siguiendo este enfoque, entendemos al diseño como un síntoma de época, presente en la dialéctica entre la historia, su tiempo y una sociedad. El diseño funciona como una "lente" que permite una mejor mirada de la sociedad moderna y su cultura. Esto coincide con el sentido que Michael Baxandall le da a la historia del arte, como un "ojo de la época". Véase M Baxandall, *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento Arte y experiencia en el Quattrocento*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989.

La ciudad brasileña de Curitiba, a partir de la década de 1970, comenzó su desarrollo urbanístico. En la actualidad, es un ejemplo de cómo las políticas de diseño del espacio público han generado una conciencia sobre el entorno material, extendida a los habitantes, sensibles a los procesos de la innovación y al diseño. Esta centralidad que adquiere el diseño, se debe a la consideración que los propios curitibenses tienen de sus potencialidades concretas, al que consideran un “bien social” que cubre necesidades primarias como el traslado o el bienestar que brinda en el espacio urbano, y que no se trata de algo meramente aplicado a la cadena de consumo y, mucho menos, un detalle accesorio de la producción de bienes simbólicos.

Curitiba fue diseñada a partir de una red de transporte público concéntrico eficiente, que se ha vuelto modélica para muchas ciudades del mundo. Esta *cultura del diseño* se traduce en la forma en la que los habitantes asumen y defienden sus bienes comunitarios, dando muestras de una alfabetización tecnológica y, fundamentalmente, de una aprehensión conciente del valor que tienen la innovación y el diseño. No resulta para nada casual, entonces, que ese interés y atención del entorno material en tanto asistente de nuestra cotidianidad de modo ubicuo y permanente, tenga también una expresión en los medios gráficos: la columna del profesor Ivens Fontoura en el diario *O Estado de Paraná* (una página íntegra en formato sábana) cumplió 24 años de publicación los días domingos, convirtiéndose en el espacio editorial de mayor continuidad en la historia del diseño de los medios brasileños.

En los medios gráficos de la Argentina desde las últimas décadas, se reconoce una paulatina situación emergente. Aún, estos medios, no consideran la problemática de la cultura material, tampoco parecen detectarla como un corte que ofrece una lectura de época –dado que puede traccionar la información que va desde los recursos naturales a los modelos productivos, las cadenas de valor económico, la carga simbólica, social y el vínculo entre uso y emociones con los objetos y las interfaces de diseño–, y reaccionan aletargadamente a la aceptación que manifiesta el público cuando las producciones periodísticas despliegan esta temática. Tampoco, estos medios se han mostrado permeables a estadísticas como las provistas por la

Fundación FERIA del Libro⁶⁸ que, desde 2003 a 2009, relevó que los temas de diseño y arquitectura se ubicaban entre los primeros de mayor interés general del público en su evento anual multitudinario.

Como antecedente de esa situación, a continuación se analiza la comunicación de la muestra *Genealogías del Sur / conductas de diseño*,⁶⁹ una exhibición que permitió comprobar la respuesta al ejercicio de la mirada mediática, allí donde los medios de comunicación suelen no mirar. Como parte de la comunicación de los contenidos de la muestra –con la intención de que las problemáticas allí planteadas tuvieran alcance masivo–, la decisión curatorial fue la de organizar una plataforma de exhibición sobre tres referentes de la cultura escrita, la crítica cinematográfica y la urbana, para que se acercaran a cuatro diseñadores argentinos y así pudieran conocer sus producciones, el origen de sus proyectos y las formas de realizarlos. De este modo, se pretendía potenciar posibilidades temáticas para que los medios “recuperaran” esas miradas, las reprodujeran, multiplicando de este modo el alcance a lo que fue, finalmente, la primera muestra de esta disciplina que realizó el Malba. La exhibición estuvo ubicada en el espacio de muestras gratuitas de la planta baja del museo, y tuvo más de 50 mil visitas en cuatro meses. De esta manera, los espectadores pudieron acceder a una propuesta bien definida sobre cómo el diseño abordaba tres problemáticas globales, en la actualidad, en relación a tres ejes:

- 1- la accesibilidad en las grandes ciudades;
- 2- la producción artesanal y el comercio justo en la globalización; y
- 3- el desafío material en una civilización cooptada por el consumo.

La repercusión que la muestra tuvo en los medios, evidenció cierta falta de

⁶⁸ Desde 2002 hasta 2008, la Feria del Libro de Buenos Aires registró a la Arquitectura y el Diseño entre los cinco temas de mayor interés del público. En segundo lugar, se ubicaron los temas referidos a museos y curadores y el circuito de intercambio artístico.

⁶⁹ La muestra *Genealogías del Sur: Conductas de diseño*, fue curada por Carolina Muzi y exhibida en el Malba (2007). Esta muestra incluía la obra de Diana Cabeza, Alejandro Sarmiento, Arturo de Tezanos Pinto y Carlos Gronda.

atención e interés por estos temas. A pesar de haber contado con textos explicativos claros (gacetillas y *brochures* desarrollados por el museo) y una difusión dirigida por el área de prensa del Malba a los medios especializados, la cobertura de la misma sólo mostró un uso repetitivo (y poco innovador) de las gacetillas. No hubo medios que se preguntaran por las inquietudes que planteaba la muestra, ni interés por los diseñadores que participaban en la exhibición, o bien por las estrategias curatoriales que habían planteado un relato tridimensional como una manera inédita de plantear la comunicación de un fenómeno invisibilizado de la cultura en espacios no convencionales. Tampoco el público, en ningún caso, fue consultado como fuente. Posiblemente, la falta de registro periodístico se asocie al prejuicio de una muestra que sólo refiera a fenómenos estéticos, aunque las resoluciones estéticas que allí se mostraron no eran otra cosa que respuestas materiales a problemáticas globales tan centrales como la democratización de los espacios públicos, entre otras.

A continuación, se presenta una breve introducción sobre las razones que motivaron esta muestra. El país atravesaba el mayor impulso de recuperación de las últimas décadas tras la crisis de 2001, como se adelantó en el primer capítulo. Y en el diseño, se podía reconocer la respuesta a la sustitución de importaciones que permitió a una comunidad profesional bien capacitada en la universidad pública (las carreras de diseño aumentaron exponencialmente en matrícula a lo largo del país desde comienzos de los 90, sobrepasando en el caso de la UBA a la cantidad de estudiantes de las carreras “tradicionales” como derecho y medicina), dar curso a su formación profesional. La muestra comunicó este escenario en su presente y lo ancló a un pasado local y regional, a un relato histórico ausente en los medios masivos que, en cambio, sí tuvo desde la década del 50 otro canal de divulgación disciplinar con medios temáticos como las revistas *Nueva Visión* y *Summa* presentadas en el capítulo anterior.

Ese reimpulso de una disciplina proyectual –que, recordemos, emergió a la vida académica del país a partir de una generación que a fin de los años 40 adhirió a los principios de la industrialización, los conjugó con el mandato moderno de producción seriada para el bienestar democratizante, e impulsó la

articulación del diseño con la industria a partir de instancias oficiales—, no solamente generó trabajo para un sector profesional, sino que potenció la coyuntura favorable de la sustitución de importaciones.⁷⁰ En 2003, estas huestes, salieron a dar respuesta a las necesidades del mercado doméstico, con diseños y trabajo propios del país. Este fenómeno encontró en Buenos Aires a la primera ciudad argentina que generó políticas públicas de promoción y divulgación del diseño que comenzaron prontamente a replicarse en las provincias y en algunos planes nacionales. La delantera que llevó Buenos Aires le valió a la capital la primera distinción de Ciudad del Diseño que dio la UNESCO en el marco de la Red de Ciudades Globales.

Es pertinente observar que la crisis de 2001 tuvo para el diseño argentino un efecto comparable al que tuvo la Guerra de Malvinas para el rock nacional. De esta manera, se venció la “tortícolis intelectual”⁷¹ que mantenía la vista torcida hacia Europa –también en esta disciplina– y obligó a mirar hacia el escenario local, desde la paleta material hasta las tecnologías tradicionales, las técnicas nativas y los saberes artesanales.

Meses antes de que se presentara *Genealogías del Sur*, en uno de los medios concentrados del país (el diario *Clarín*) se publicó, por primera vez, una revista masiva de diseño. Según fuentes del mismo medio, dicha publicación esperaba en gateras desde hacía dos años a que se aprobara su salida, postergada por los editores bajo argumentos de “falta de nicho”. En rigor, esto se debía a cierta falta de perspectiva en relación a no advertir que el único nicho que crecía era, precisamente, el de las disciplinas proyectuales, sobre todo el diseño, que en los años previos a 2007 ya representaba las carreras con mayor crecimiento exponencial en el país. A los argumentos de quien pensó y elaboró la propuesta editorial de la revista *dni* (así llamada por un juego entre “identidad” y la sigla que responde a “diseño nacional e internacional”), se oponían razones de falta de lectores que pronto quedarían atrás. Finalmente, el primer número de la revista se publicó en agosto de 2007

⁷⁰ Véase, José A. Rey, *Historia del Centro de Investigación del Diseño Industrial, un impulso de diseño en la industria argentina*, Carolina Muzi (ed.), Buenos Aires, Centro Metropolitano de Diseño (CMD), Red Amigos CMD, 2009.

⁷¹ Término utilizado por la periodista y editora brasileña Adelia Borges, referente de la gestión cultural en torno al diseño. La autora utiliza esta noción para dar cuenta de la posición de minoridad que se manifiesta desde Latinoamérica en relación al diseño de los países centrales.

como una publicación dependiente de *ARQ*, el suplemento de Arquitectura. De formato “gigante” (46.5 cm de alto x 30 cm de ancho), la *dni* aumentó en 14 mil ejemplares la tirada del suplemento *ARQ* (que venía descendiendo considerablemente, de casi 60 mil a 48 mil unidades semanales) en tan sólo una semana. Los tres números siguientes de la revista, volvieron a aumentar la tirada de *ARQ* (ambos productos se vendían embolsados) aunque no en 14 mil sino entre 5 y 7.5 mil ejemplares más. Tres años después, la publicación que tenía la oportunidad de ganar al público general para un área de información que históricamente había sido “temática” –es decir, que se dirigía a la matrícula de estas profesiones, nada más–, decayó junto a la línea de su diario de pertenencia, abocándose con exitismo sólo a las ferias y a los lanzamientos, abonando la formación de un “star system” unitario de la disciplina, sin explorar más allá de las fronteras de Buenos Aires o de las capitales del diseño a las que los editores asisten por invitación. Puede decirse que, así, la gran oportunidad histórica de ampliar el recorte, fomentar la especialización y el abordaje periodístico general de temas fundamentales de la cultura material con un escenario que se presentaba inmejorable para promover una disciplina de carácter paradigmático para la época fue, en cierta medida, desperdiciada.

La escena de 2007, mostraba que los medios no podían dimensionar ni reflejar el impacto de la actividad y su carácter estratégico en el desarrollo de las cadenas de valor regionales –con nuevas universidades abriendo carreras de diseño en esa dirección– o en la base de los microemprendimientos; y, en cambio, ocupándose de oxigenar los aspectos más superficiales de este “renacimiento” que caracterizaron de *boom* y ayudaron a distorsionar, frivolizándolo y confundiendo sus alcances. Para entender este desarrollo, bastaría con repasar algunas revistas de información general en el momento del año (entre abril y junio) en el que se hacen las notas de cobertura de, por ejemplo, la Feria Puro Diseño. Se trata de una feria anual de diseño de objetos de decoración, ideada con gran sentido de la gestión y de la oportunidad por una productora histórica de la revista *Para Tí* (Dolores Navarro Ocampo) que fue, finalmente, comprada por la editorial Atlántida. La cobertura de estas ferias está dirigida al arquetipo de lectora femenina que construyeron los diarios masivos hasta la llegada del Suplemento “Las 12” del diario *Página/12*, a

comienzos de 2000. El año pasado (2011), la cobertura de Puro Diseño incluyó un adicional, una nota con el Ministro del Interior, Florencio Randazzo, que opinaba, como usuario, acerca del diseño y la innovación.

Además, con una periodicidad anual o bienal, se publican notas de diseño con despliegue de tapa en los suplementos culturales o en las revistas dominicales que vuelven, cada vez, a remontarse a los orígenes del diseño contemporáneo argentino con la BKF, de 1938.⁷² Este tratamiento histórico ha hecho de esta pieza fundacional del diseño nacional un objeto sumamente trillado para los medios gráficos que, una vez al año, parecen descubrirlo con asombro, cuando se trata de un diseño de autor que ya tiene más de 60 años, apenas renovando con algún condimento de actualidad. Así se patentiza que es tal la negación del tema de la cultura material en los medios masivos de nuestro país que pareciera que cada tanto hubiera que contar todo de nuevo, reforzar una idea que no termina de configurarse. Nadie parece motivado a presentar investigaciones exhaustivas sobre la historia del diseño en nuestro país y, menos aún, un panorama que articule juventud, negocios, cultura, tendencias, economía, ambientalismo, un tema que es, en la actualidad, un verdadero observatorio cultural de la época.⁷³ Además, este tipo de temática transversal, que incluye con centralidad a la cultura material, constituye una usina para el pensamiento nacional y global que aún ha sido poco explorada. En contraposición a la desatención que ha tenido en los medios el tema del diseño y la cultura proyectual, sí se ha trabajado de manera certera a partir de un equipo editorial de la UBA, sobre un amplio objeto de estudio, novedoso en relación a la ausencia de publicaciones específicas, cerca de la técnica y la cultura objetual. Nos referimos a la revista *Artefacto: Pensamiento sobre la técnica*, una publicación sostenida desde 1996 por un grupo de docentes del Seminario de Comunicación a cargo de Héctor Schmucler, padre fundadores del campo de la comunicación en Latinoamérica.⁷⁴ A él le debemos el cambio

⁷² Véanse, por ejemplo, los artículos publicado en Revista Ñ, N° 14, diario *Clarín*, abril de 2012.

⁷³ Seguimos las consideraciones de Thackara y Borges, sobre los alcances e incidencia que tiene el diseño en la sociedad contemporánea.

⁷⁴ *Artefacto* es una publicación que analiza la vida social, la política, las artes, la economía; aspectos que fueron parte de la "revolución tecnológica" resultado de la modernidad. Nació a mediados de los 90, a partir de la cátedra Schmucler en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Más información, véase: www.revista-artefacto.com.ar

de la palabra Y por una barra (/) mediando entre Comunicación y Cultura. Esta propuesta de Schmucler no fue sólo teórica sino también política en un momento clave de institucionalización de la Comunicación como disciplina dentro de las Ciencias Sociales. “La comunicación no es todo, pero debe ser pensada desde todas partes. Y, en ese sentido, es imposible un tratamiento por separado de la Comunicación y la Cultura”. Proveniendo de allí los nutrientes de *Artefacto* (uno de los abordajes habilitantes de un campo de problemas que provoca el abandono de las herencias informacionales en materia de estudios de comunicación y posibilita un giro epistemológico), en el marco de análisis que hemos presentado es oportuno dimensionar la importancia de esta revista, en este caso a partir del testimonio de uno de sus editores, el sociólogo Christian Ferrer:

“No creemos que sea descabellado afirmar que la técnica y sus múltiples derivaciones sea, acaso, el más urgente de los problemas de la cultura contemporánea: el drama de la mirada como tecnología de apropiación y dominación de lo visible, las políticas de la vida, la administración técnica del dolor, las alianzas entre la ciencia y diversos poderes, entre muchos otros.”⁷⁵

Sin embargo, *Artefacto* no es una revista “de actualidad” porque prefiere, antes que los estímulos que provoca la novedad, el rescate de autores y reflexiones que, tanto desde el presente como desde el pasado, arrojan una luz sobre un mundo que sólo se nos ha vuelto formulable bajo la forma del espectáculo continuo. Si bien no es una revista necesariamente “localista” (es sabido que fue, precisamente, la técnica el principal acontecimiento que ha propiciado la “globalización”) uno de los objetivos primordiales de su enfoque es recuperar el pensamiento de autores argentinos, como ha sido el caso de Oscar Varsavsky, Ezequiel Martínez Estrada, Héctor A. Murena o Jorge Barón Biza. Volver a poner en circulación a estas figuras del pensamiento argentino supone

⁷⁵ En Christian Ferrer, “La curva pornográfica. El sufrimiento sin sentido y la tecnología”, *Artefacto*/5, Buenos Aires, 2004 (www.revista-artefacto.com.ar).

actualizar un acervo intelectual que aún no ha sido explorado del todo. Nos interesa, entonces, crear una memoria histórica de cómo se ha ido constituyendo, al menos a lo largo del siglo XX, el imaginario técnico de los argentinos. Es curioso que en los suplementos culturales de los medios hegemónicos tampoco se haya recuperado la experiencia de *Artefacto* como un tema dentro de la grilla de contenidos de estos suplementos.

Ese es el lugar que los medios masivos siguen sin atreverse a ocupar, evidenciando una falta de creatividad editorial y de contenidos y agenda propios. Esta vacancia se debe, básicamente, a que todavía en la prensa gráfica subsisten categorías antiguas y ortodoxas, sobre todo en la clasificación temática de las noticias. Sigue en vigencia la extensa cobertura editorial que sí se ofrece en relación a los museos de arte contemporáneo de la Ciudad de Buenos Aires. Es cierto que el diseño es una poderosa expresión material del siglo XX y, más aún, si se la analiza como dispositivo de configuración de bienes simbólicos al servicio del circuito de consumo capitalista.⁷⁶ Vale entonces repasar la “suplencia” del espacio comunicacional que está haciendo la museografía contemporánea en esta divulgación que permanece huérfana de medios de información general. Todavía existen muy pocos casos de museos de diseño, el ejemplo más emblemático es el Design Museum de Londres, un espacio iniciado en la segunda mitad del siglo XX con la intención de posicionar a Gran Bretaña como la mentora de la Revolución industrial, cuya insignia fue la primera Gran Exposición Universal de 1851.⁷⁷ Este gran espectáculo masivo, a su vez, dio origen al primer museo de Artes Decorativas, inaugurado un año después: el Victoria & Albert Museum, fundado por Henry Cole como Museo de las Manufacturas.⁷⁸

En el panorama de los museos de arte que hacen del diseño su propuesta temática, un antecedente de peso, quizá el más referencial de todos,

⁷⁶ Tomamos la definición de Abraham Moles que considera al diseño, entre otras cosas, como un “dispositivo capitalista que permite la vertiginosa aceleración del consumo”. En, Abraham Moles, *El kitsch: el arte de la felicidad*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1996.

⁷⁷ Más información sobre el Palacio de Cristal en: Marshall Bergman, “Epílogo: el Palacio de Cristal, hecho y símbolo”, capítulo “La década de 1860: el hombre nuevo en la calle”, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 1989.

⁷⁸ Otros museos de diseño en la escena internacional son la Triennale de Milán (Italia), el Museo de Diseño de Breda (Holanda), Design Museum (Seúl) y el recientemente inaugurado, Museo de Diseño de Holon (Israel).

es el caso del Museo de Arte Moderno (MoMA) de Nueva York que, desde 1934, tiene un Departamento de Arquitectura al que, 30 años más tarde, un argentino emigrado, el arquitecto Emilio Ambasz, le daría un nuevo impulso con la inclusión de temas de diseño.⁷⁹

En 2001, la muestra de diseño *Workspheres* (Esferas de trabajo), realizada por el MoMA generó cierto debate en la prensa cultural de esa ciudad y en la europea, un público muy interesado por los temas de diseño. El crítico John Thackara, por entonces recién emigrado de su puesto de gestión en la innovadora Asociación de Diseño de Holanda, dijo que los museos eran malas noticias para el diseño porque tendían a enraizar los productos y los objetos sobre los usos y las relaciones facilitadas por estos (Thackara, 2009). Pronto, la crítica italiana Paula Antonelli, curadora de Arquitectura y Diseño del MoMA, defendió en los medios especializados su postura afirmativa sobre los museos de diseño. La prensa de interés general se hizo eco de la muestra con cierto exitismo, que mostraba el entusiasmo “museográfico” por el descubrimiento de incursionar en cuestiones de la vida diaria, como un área privilegiada de la historiografía muy atractiva desde los consumos culturales (y que, hay que decirlo, está llevando nuevas aguas a la avidez del coleccionismo de arte contemporáneo que incluye al diseño como un nuevo objeto suntuario).⁸⁰ Antonelli, comentó categóricamente las opiniones de Thackara:⁸¹

“No, los usos no son malas noticias para el diseño. El diseño es una disciplina que todavía está totalmente subestimada. Los museos son una oportunidad real del diseño para ganar, no diría más respeto, pero sí lograr que la gente haga una pausa. Los museos son lugares donde se supone que la gente cambia de velocidad. En el caso del MoMA busco

⁷⁹ Philip Johnson fue el presidente fundador, entre 1932 y 1934, del Departamento del Museo de Arquitectura, el primer departamento de este tipo en un museo de arte. Johnson, como Barr, incorporaron al acervo curatorial los objetos industriales que se ajustaban a lo que se consideraba la *gute form*, un tipo de validación estética abierta por Bauhaus.

⁸⁰ El siglo XVIII fue un siglo de auge para el coleccionismo del arte dando lugar a una nueva figura, la del “connoisseur” (conocedor y coleccionista, experto en arte). Este fenómeno originado en el espacio del arte, a partir de la década del 90 del siglo XX se extendió al campo del diseño.

⁸¹ Entrevista a Paola Antonelli realizada para el libro *Cuestiones de práctica. ¿Qué hace a una buena exhibición?*, de Paula Marincola, s/t, Philadelphia Exhibitions Initiative, The Pew Center for Arts & Heritage, Filadelfia, 2006.

que los visitantes bajen. Especialmente, esta manera de expectación se daba en los primeros tiempos del museo, cuando Philip Johnson organizó en 1934 la exhibición *Machine Art* (Arte Máquina), el diseño requería una extrema conceptualización. Johnson tomó cajas y las usó en pedestales blancos contra las paredes blancas como si fueran esculturas; y ese acto fue necesario, porque él quería que la gente se viera sorprendida”.⁸²

Workspheres fue una muestra particularmente difícil porque trataba sobre el mundo real y sobre cómo la gente vive en sus lugares de trabajo. Las críticas que provocó fueron parte de su éxito: hacer reaccionar a los medios con este tipo de temáticas no fue algo menor y generó algunos debates. *Workespheres* fue una muestra acerca de cómo customizamos y adaptamos nuestros lugares de trabajo en distintas situaciones.

Cuando Antonelli lanzó sus críticas, en 2001, antes del 11S, acababa de terminar el *boom* de las punto.com. En ese contexto, se publicaban artículos que le sugerían a la gente que trabajara en su casa y que hiciera “como si caminara al aire libre” mientras iba del escritorio a la cocina. “Ese fue, entonces, un buen contexto para pedirle a los diseñadores que reflexionaran sobre la naturaleza real de los seres humanos, que aportan a un mejor balance entre la vida pública y privada de los usuarios. Mirando hacia atrás, creo que lo mejor de esa muestra fueron, precisamente, los proyectos experimentales”, afirma Antonelli.⁸³ Esta curadora proviene del campo de la arquitectura y del periodismo especializado, con una trayectoria que comienza en sus estudios en el Politécnico de Milán y como editora de la revista *Domus*, la publicación histórica fundada por el arquitecto Gio Ponti en 1928. Antonelli, así se refiere en relación a las muestras de diseño:

⁸² La influyente exposición que organizó Philip Johnson en 1934, nació de las conversaciones con el director del Museo Alfred H. Barr, el historiador de la arquitectura Henry-Russell Hitchcock y Alan Blackburn, director ejecutivo del MoMA. Todos ellos, interesados por los objetos fabricados industrialmente. La innovación de Johnson fue seleccionar elementos tales como máquinas de escribir, una hélice de motor fuera de borda, una tostadora, una caja registradora, ollas y sartenes, un microscopio y una brújula, todos objetos que tipificaban la belleza del mundo industrial. Se enfatizaba la belleza abstracta y geométrica, los ritmos cinéticos, la belleza del material y la superficie y la complejidad visual, y la función como el centro de la estética del “arte de la máquina.”

⁸³ Entrevista a Paola Antonelli, op. cit., 2006.

“El mayor desafío de las muestras de diseño es tratar de evitar el efecto ‘feria comercial’. Hay que estar capacitado para conceptualizar los objetos. La gente ahora ha sido entrenada por buenos estructuralistas para pensar en términos de narrativa en contexto, por eso enmarcar las cuestiones de una muestra es crucial. Pero hay que asegurarse de que ese contexto no sea uno de tipo comercial. Las exhibiciones en el museo deben resultar realmente estimulantes. El problema con curar una muestra de diseño en el MoMA, es que el 80 por ciento del público está allí para ver un Matisse o un Picasso. Entran a una muestra de diseño y es preciso captar una atención que los mantenga allí. Luego de mirar pintura y escultura les resulta extraño estar mirando kayaks o sillas, o los ganchitos sujetapapeles que incluí en la muestra *Modestas obras maestras*, en 2004. Si la muestra está bien montada, de manera inteligente, la gente la considera un ‘tiempo bien invertido’. El desafío para un curador de diseño es que siempre tiene que ser más seductor que en las muestras de las artes plásticas. Y al mismo tiempo, debe mantener la dignidad y la seriedad que la institución demanda”.⁸⁴

Mientras, en el público subsiste esa inseguridad acerca de “saber o no saber” qué es el diseño. Esta falta de conocimiento es paradójica, porque se asocia íntimamente a dos situaciones opuestas: 1) La falta de familiaridad con el tratamiento de estos temas por su ausencia en los medios de información general y 2) La familiaridad con el diseño, omnipresente en nuestra vida cotidiana, un tema tan normal como la comida. Ambas cuestiones potencian la negación de los temas que el imaginario asocia a lo técnico. Pero todo demuestra que el vínculo que el público general tiene con el diseño, es amplio. Y entonces, sólo se trata de practicar algunos señalamientos que permitan ejercitar las habilidades analíticas para, de ese modo, poder comprender que muchas de las problemáticas contemporáneas se pueden pensar y resolver

⁸⁴ *Ibíd.*

desde el diseño, una de las disciplinas paradigmáticas del siglo XXI.⁸⁵

La práctica de las exhibiciones de diseño no ha cambiado demasiado en las últimas décadas, aunque ha crecido y se diversificó la audiencia junto con el interés general que gana la temática. Una de las muestras más significativas fue la que se desarrolló en 1993 en París: *Diseño: espejo del siglo*, que tomó al mundo de la modernidad, arrancando por el Palacio de Cristal en 1851. Luego de la muestra, la crítica quedó desconcertada porque la exhibición era una bisagra que proponía nuevas categorías y distinciones en relación al diseño que, por primer vez, lograba cierta superioridad en relación al campo consagrado del arte.

La materialidad de los objetos es una condición importante para una narrativa del diseño en un museo. En algunas muestras, inclusive, la gente puede agarrar o utilizar los diseños. Esta modalidad del uso de los objetos y la posibilidad de tocarlos y examinarlos, fue inaugurada en la Argentina, en 1962, con la primera muestra del Centro de Investigaciones del Diseño Industrial, en el Teatro General San Martín de Buenos Aires. En 2005, Antonelli se refería a la centralidad del diseño y a sus posibilidades de exhibición como síntoma cultural, de la siguiente manera:

“Las muestras de diseño en el mundo necesitan ser más, ganar en cantidad. En general, no hay muestras de diseño que uno vea y diga: podría haber vivido sin eso. Desde los muebles hasta la piel, la ingerencia del diseño es enorme. El diseño es una de las más altas expresiones de la creatividad humana. Hay tanto para explorar y hay tan poca crítica. También es necesario que la gente se ponga más crítica acerca de aquello que elige y compra. En términos de la presencia que el diseño tiene en la vida de la gente, no hay diferencia con la música o el cine. Pero el *itsmo* entre el pensamiento y la escritura académica sobre el diseño y los abordajes más populares o periodísticos necesita cambiar. Los actitudes obsesivas y academicistas pueden ser tediosas,

⁸⁵ Véase, John Thackara, op. cit.

pero el término medio de la prensa es completamente acrítico respecto de estos temas. No puedo creer que muchas publicaciones de rango no tengan un crítico de diseño. Si una compañía de danza realiza un *pic nic*, publican cuatro páginas con una reseña pero cuando un nuevo producto cambia la vida de la gente, no lo consideran apto para incluir siquiera en un cuarto de página. O se lo asignan a un crítico de “algo” (en general de arte o de arquitectura) haciendo perder, una vez más, la posibilidad de volverlo un objeto comprensible”.⁸⁶

En las últimas décadas, en la Argentina, el primer museo que decidió iniciar un espacio de muestras de diseño que respondieran a problemáticas contemporáneas fue el Malba. Años antes, en 2000, el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (Mamba) había iniciado una colección permanente de diseño, que cada tres o cinco años agrega piezas a su inventario y en esas ocasiones genera muestras para exhibir las incorporaciones. No obstante, no se ocupa de problematizar o mostrar la temática con abordajes que integren al público no especializado en un contexto determinado. En el interior del país, cabe destacar una experiencia realizada a pulmón por el ingeniero cordobés Aquiles Gay, fundador del Museo de la Tecnología. Con una trayectoria tan rica (vivió la bohemia parisina, se formó con anarquistas españoles, fue decano de la UTN durante el gobierno de Cámpora, estuvo preso durante la dictadura militar y fue funcionario de la UNESCO) como el patrimonio cultural que atesora en cuatro mil objetos, que dan cuenta de su interés y de una taxonomía propia:

“Planteo la tecnología como la resolución de problemas y el guión museístico en una exposición de problemas. Los objetos son la respuesta de la técnica y de la tecnología a esos problemas, yo empecé con los de la vida cotidiana”, señala Gay.⁸⁷

⁸⁶ Entrevista a Paola Antonelli, op. cit., 2006.

⁸⁷ Entrevista a Aquiles Gay, Lidia Samar y Pablo Ortiz Díaz, “Pasión Tech”, *Revista IF*, Buenos Aires, Centro Metropolitano de Diseño-CMD, 2010.

Así, como señaláramos en los primeros capítulos, la muestra del Malba resultó ser una experiencia pionera que abordaba un escenario de problemática “glocal” (global + local) bien recibido por la institución que eligió ubicar la muestra en los últimos meses del año (2007) y los primeros del siguiente (2008) para cruzar el verano, el momento del año con mayor cantidad de visitas. *Genealogías del Sur* debía terminar en enero pero se prolongó hasta marzo. En parte, esa prolongación tuvo que ver con la difusión que tuvo en los medios. Un hecho realmente paradójico: la cobertura que recibió podría calificarse de pobre, a pesar del volumen importante de notas y reseñas que se sucedieron de noviembre a marzo. Quizá, la más importante, por extensión y análisis fue la que publicó la *Revista Ñ*, con un artículo de Ana María Battistozzi, crítica de arte. Dicha nota de tres páginas y la nota publicada por el diario *La Nueva Provincia* de Bahía Blanca en la sección Cultura fueron los únicos artículos que buscaron una aproximación de entendimiento a partir de una entrevista con la curadora. A pesar de la extensión que tuvieron ambas entrevistas, ninguna hizo foco en la importancia de que un museo de la trascendencia del Malba inaugurara un espacio para las problemáticas de diseño, ni tampoco se marcó la trascendencia de la disciplina en la coyuntura histórica: recordemos que, a modo de hipótesis central, la muestra estaba ofreciendo la respuesta que puede dar el diseño a tres problemas globales-locales de cierta importancia. En ese sentido, no hubo análisis de los contenidos de la muestra ni tampoco crítica de lo exhibido.

Sí es curioso que la primera muestra realizada en un museo importante del escenario nacional coincida con el segundo número de la primera revista especializada que publica un medio masivo y que, entre sus objetivos, tenía la misión de instalar la crítica disciplinar. Más curioso resulta que *dni* no realizara cobertura de dicha muestra y perdiera así la oportunidad de un análisis que posicionara al diseño como disciplina de interés por primera vez presentada en un museo de la envergadura del Malba. La conducción de *ARQ* publicó una nota acerca de la muestra en el suplemento semanal. Esta omisión tenía que ver, según entrevistas realizadas en el marco de esta investigación, con que los editores Jefe y Adjunto de *ARQ* no consideran al diseño como una disciplina autónoma, más bien, la entienden como una disciplina que se ocupa,

básicamente, de proveer mobiliario a la arquitectura. Así, una revista que había nacido con visión periodística como para lograr que un tema especializado pudiera conquistar al público más general generando el sedimento necesario para la instalación de esta temática (y así, además, subiendo la tirada y respondiendo a la demanda creciente de esta temática) y su posterior pasaje al cuerpo del diario en distintas dosis, fue perdiendo fuerza junto con la calidad de las notas y el desconocimiento del escenario por parte de sus responsables. En una entrevista, el editor adjunto, arquitecto Miguel Jurado respondió.⁸⁸

-¿Cree que *dni* construye alguna base para la divulgación del diseño?

MJ: Espero y supongo que sí.

E: ¿Cree que estos son temas de interés general? ¿Por qué?

MJ: No apuntamos a la divulgación general sino a la específica, a lectores del mismo nicho cultural. De todos modos, creo que mucha de la información podría ser de interés general pero debidamente enfocada.

E: ¿Por qué dejaron de publicar crítica de diseño?

MJ: Los hacemos esporádicamente de acuerdo al *mix* de notas que forman cada número. Es una temática que nos interesa y no la abandonaremos.

Es preciso destacar que poco tiempo después de *Genealogías del Sur*, se realizó en el MoMA neoyorquino una muestra de diseño de gran trascendencia cultural, capaz de explicar veinticinco años hacia atrás y veinticinco hacia delante en la historia, el rol fundamental del diseño en la sociedad global como articulador de ciencia e innovación y en su carácter de disciplina paradigmática. También curada por Paola Antonelli, *Design & the elastic mind* (Diseño y la mente elástica), tampoco tuvo cobertura por parte de la revista, aún cuando el diario *Clarín* es abonado al servicio de notas del *The New York Times* y podría haberla editado como una buena pieza periodística (notas y fotografías ya

⁸⁸ Entrevista a Miguel Jurado, Suplemento *ARQ*, diario *Clarín*, noviembre, 2010.

provistas) para divulgar un acontecimiento importante del escenario internacional.

Volviendo a *Genealogías del Sur*, la Revista de cultura Ñ destinó un artículo a la exhibición que fue escrito por la prestigiosa crítica de arte Ana María Battistozzi. La cobertura demuestra un problema que la disciplina aún no ha resuelto en el ámbito académico y, sobre todo, en su instalación en el imaginario social: su vinculación indefectible con la historia del arte. Hoy en día, se puede ya hablar de una historia propia del diseño, sin necesidad de atarla al arte o a la historia de la arquitectura. Si abrevamos en la historia del diseño, podemos también medir su juventud, expresada en cómo y desde dónde puede ser abordada. Un referente local de la enseñanza universitaria de esta disciplina, la diseñadora industrial Rosario Bernatene (UNLP), señala que:

“La organización de los datos exige una metodología centrada en el objeto. Por esto se constituye a los objetos y artefactos en ‘objetos teóricos’, para su análisis e historicidad. Ellos constituyen el hilo conductor de esta historia. Desde esta historicidad planteada por el devenir de los objetos, podemos luego atender la pregunta más general acerca de ‘cuál es el horizonte histórico temporal dentro del cual se pudieron desarrollar estos fenómenos.’ (Reinhard Koselleck, *Futuro pasado*, España, Paidós, 1993). Se pueden usar relaciones del tipo “Texto-Contexto” (Jordi Llovet, *Ideología y utopía del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987) no al modo de determinación contextual de los objetos, sino de entendiendo del entorno cultural de un objeto como marco de posibilidad para su génesis y desarrollo. La lectura histórica hecha desde un aquí y ahora, tampoco es entendida como garantía de ‘objetividad’, sino como las circunstancias que aportan ciertas condiciones de visibilidad que son a la vez, estéticas y epistemológicas y permiten otra construcción de la historia (Fulvio Carmagnola, *El alma de los objetos*, *Revista Experimenta*, N° 5, España, 1997).”⁸⁹

⁸⁹ Estas ideas están a disposición en María del Rosario Bernatene, “El Tiempo Interno de los Objetos. Problemas teóricos en la organización de la narración histórica del diseño de objetos (Parte I)”, *Revista Arte e investigación*, N° 1, La Plata, SCyT, FBA, UNLP, 1996. Y en, “Objetos de Uso Cotidiano en la Argentina 1940-1990. Marco Teórico”, *Revista Arte e investigación*, N° 3, La Plata, SCyT, FBA, UNLP, S/f.

Siguiendo a Bernatene, reflexionamos si la ausencia de mirada para estos temas en los medios estaría indicando una ausencia de la temática en el imaginario colectivo que a su vez demande futuras investigaciones de campo sobre las representaciones de la gente alrededor del diseño. Entonces, cabe preguntarse: ¿Por qué nos cuesta tanto percibir y divulgar al diseño más allá de lo meramente formal? Siguiendo a la autora, podemos reconstruir algunas claves:

"El proceso de industrialización en la Argentina se realizó –y continúa en gran medida– al margen de la noción moderna de proyecto que en Europa aparece en el siglo XVII, de la mano de un cambio social en la vivencia de la temporalidad, y es uno de los rasgos culturales sobresalientes de la Modernidad. En Argentina se encuentra débilmente instalada en las empresas y organismos gubernamentales y escasamente incluida en la formación escolar. Muy diferente a las ideas de ‘aspiraciones’, ‘propuestas’ o ‘sueños’ –de inocultable raíz romántica–, la noción de proyecto conlleva no sólo metas sino también recursos, régimen temporal, métodos y proceso racionalizado de pasos con distribución de responsabilidades para alcanzarlas. Su falta de divulgación es una de las principales razones por las cuales cuesta ver al diseño como algo más que el desarrollo de un producto con linda forma, sino como parte de una cultura proyectual", señala Bernatene.⁹⁰

Para acentuar qué se pierde cuando los medios no ejercen una mirada contextualizada de época, vale citar a otra especialista, la española Viviana Narotzky, doctora en Historia del Diseño, que señala lo siguiente:

“El multiculturalismo y la diversidad cultural en la historia del Diseño se erigen desde la hibridación de la misma disciplina. Muchos relatos podrían ser leídos como historia del diseño; aunque todos levantan tópicos esenciales que la disciplina está enfrentando a medida que amplía sus áreas de ingerencia. La Historia del Diseño cada vez se

⁹⁰ En María del Rosario Bernatene, op. cit.

enlaza más con la etnografía (Douglas y Isherwood, 1996 [1979], Appadurai, 1986b) los estudios sobre consumo (Miller, 1995, Brewer y Porter, 1993) y la cultura material (Miller, 1998). El resultado fue que se identificaron nuevos temas como la transformación de los significados y el valor de las cosas a través del tiempo y el espacio (Spooner, 1986), la reapropiación y el rol del contexto cultural (Appadurai, 1986, Miller, 1998) y la 'biografía cultural de las cosas' (Kopytoff, 1986).⁹¹

Para Narotzky, la importancia de la temática también está dada por la ampliación que alimentan los cruces del diseño como, por ejemplo: la construcción de los discursos sobre identidad nacional y los estilos en el contexto de la expansión imperialista y la globalización, su relación al consumo y a la producción de cosas y las narrativas culturales que los rodean. Consecuentemente, los estudios recientes de historia del diseño han abordado la modernidad como un fenómeno local y no como modelo universal *pevsneriano*, considerado uno de los primeros historiadores del diseño mundial. Estas aproximaciones han seguido los lazos entre el centro y la periferia, explorando la pluralidad de las Historias del Diseño. Asimismo, los estudios de formas tempranas de consumo (desde el siglo XV) y del comercio de artículos de lujo han resaltado las duraderas relaciones entre Europa y otras geografías, por citar sólo algunas problemáticas. Finalmente, las políticas de exhibición de los museos, en particular de objetos de colecciones etnográficas, ha tomado temas de representación que identifican al multiculturalismo y al posicionamiento de los artefactos provenientes de diversos modos de producción. Los lazos entre la historia del diseño, que hasta hace muy poco estaban claramente definidos por los comienzos de la industrialización y la producción, están en *flux*, creando una oportunidad para diversificar el campo.

Por lo expresado, si los medios de comunicación no cubren esta temática porque no entienden/dimensionan la coyuntura de la disciplina, el fenómeno que integra y sus alcances, se estaría perdiendo más que la actualidad de una expresión disciplinar. Se estaría quizá perdiendo una

⁹¹ En "Relatos de Cosas: Historia del Diseño y la Cultura Material", The Open University, 2002.

herramienta de análisis que ofrece una convergencia alta de temáticas ineludibles para la época. Más allá de la cobertura general que los medios especializados hicieron de *Genealogías del Sur*, las piezas editoriales que acompañaban la muestra sí intentaron ofrecer una mirada que resultara enriquecedora para los lectores y que presentara una comprensión de la disciplina así como una red de cruces transdisciplinarios pero que, a la vez, fueran interesantes, también, para los medios. Para el catálogo de la muestra, como ya mencionamos en capítulos anteriores, se encargaron textos a figuras de la talla de Héctor Tizón, Graciela Speranza y Juan José Becerra (quienes, respectivamente, analizaron los trabajos de Usos, de Cabeza y de Sarmiento). Los mismos no fueron mencionados en la cobertura periodística.

Por su parte, el suplemento *M2* del diario *Página12* le otorgó a *Genealogías del Sur* una nota de tapa bajo el título *Tres*. En el interior, el titular se completó como *Tres miradas*. El artículo escrito por la periodista especializada en diseño Luján Cambariere fue la producción que mejor desarrolló en términos periodísticos el contenido de la muestra. Si bien el artículo no emitió opinión o análisis crítico, ni se hizo preguntas acerca de la efectividad de mostrar estas expresiones de diseño por primera vez en un museo, sí logró acercar al público general (recordemos que el suplemento es temático pero aparece dentro del cuerpo del diario los días sábados) el abordaje de diseño de cada uno de los casos expuestos. Tampoco reprodujo fragmentos de los textos de Héctor Tizón, Graciela Speranza y Juan José Becerra, pero sí los citó como un aporte valioso al catálogo que fue puesto en valor como pieza comunicacional y de registro de la actividad.

A modo de corolario de esta situación general, podemos sumar al análisis un hecho reciente que genera una doble relación con los temas abordados: la feria Tecnópolis que se articula con el tema de esta investigación por su carácter superlativo de narración 3D (al fin y al cabo, la museografía asiste para la comunicación tridimensional) por un lado y, por el otro, por la falta de cobertura y comprensión que tuvo en los medios.⁹² Hagamos momentáneamente a un lado una obviedad como es que los medios

⁹² Tecnópolis recupera el legado de la generación del Bicentenario. Ciencia, arte y tecnología son los ejes de la muestra. Se dispusieron más de 50 hectáreas para exhibir las últimas innovaciones que se desarrollaron en el país.

hegemónicos no iban a darle espacio a una de las grandes apuestas comunicacionales del gobierno en el año de las elecciones, ni aún cuando ésta celebrara 200 años de desarrollo como parte de los festejos bicentenarios.

Aunque no se trata de un museo sino de una feria temporal, el caso Tecnópolis ejemplifica la falta de relato de la industria, la innovación y el diseño que se hace extensivo a la Ciencia y la Tecnología y, por supuesto, a los temas del medio ambiente. En ese sentido, podemos señalar que lo que estaría faltando es una mirada holística de la realidad. Una mirada que supere las taxonomías mediáticas, una mirada –trópico, capaz de atravesar un hecho material desde los recursos que utiliza, el modelo productivo bajo el cual se produjo, su grado de innovación, el impacto social y el simbolismo que encierra para la cultura, además de su aporte a la soberanía y a la construcción identitaria.

Si la comunicación al igual que el periodismo son respectivamente una disciplina y un oficio que continuamente dialogan con los contextos, vale plantar con una imagen metafórica los alcances (y la necesidad) de ese ejercicio. La imagen es la del espejo retrovisor, que permite avanzar en presente hacia al futuro pero con la mirada atenta en el atrás. Sin duda, estamos frente a un momento apasionante para el diseño en general porque vivimos una fase tecnológica tan importante como fue la Revolución industrial del siglo XIX, una coyuntura de cambios que apunta no solamente al corazón de la profesión del diseño sino al escenario económico y a la relación entre los usuarios con los nuevos productos e interfaces.

El diseño y sus objetos tienen el rol de “frontera”. Como señala Raimonda Riccini, las sociedades contemporáneas –sometidas al poder descontrolado del capitalismo de la información– tienen siempre mayor necesidad de construcciones materiales a través de las cuales puedan recuperar la propia identidad.⁹³ Y, si las cosas inanimadas siguen siendo la prueba más tangible de que el pasado ha existido realmente, algo está faltando en la comunicación del presente.

⁹³ En *Design miroir du siècle* (Diseño espejo del siglo), Jacques Tassinier, Gran Palacio de París, 1993.

Capítulo 4

Conclusiones /

La cultura material y la crisis como horizonte de expectativas

Un marco referencial de esta tesis ha sido su enfoque macroscópico. Luego de repasar las producciones y escenarios comunicacionales en relación a la cultura material y al diseño en nuestro país se advierte que esta temática se vuelve oportuna para analizar el presente momento histórico. El devenir económico ha puesto en foco las consecuencias del capitalismo desmadrado, cuyas secuelas emiten señales cada vez más fuertes y trágicas, en especial en las pasadas décadas, acrecentadas por las políticas del neoliberalismo. Recién en las dos últimas –los primeros 20 años del siglo XXI–, comenzaron a hacerse visibles el desmoronamiento/agotamiento de los sistemas de regulación globales. En ese sentido, las distintas crisis (climática, alimentaria, de recursos naturales, etc.) reclaman la articulación a través de relatos que las vuelvan comprensibles. Los medios locales, a pesar de su sostenida vocación por la catástrofe, un elemento central de su *noticeabilidad*, no han logrado dar respuestas a la altura de la circunstancias.

El invisibilismo que han sufrido los temas de la cultura material, con muy poca presencia en la agenda mediática del siglo XX, han propiciado una situación por la cual resulta necesaria una “aprehensión de cruces” que facilite su comprensión. En ese sentido, las puestas en relato, más allá de enfatizar la situación actual de los respectivos estallidos sociales y económicos, deben remitirse al origen de su problemática, enhebrando áreas de conocimiento

histórico cuyas temáticas han ignorado los medios masivos.

Es tiempo de que los medios replanteen las categorías que utilizan para seleccionar sus noticias. Las nuevas e incipientes tomas de conciencia global en torno a temas que no habían detonado, van requiriendo un entendimiento integral del mundo y su devenir a partir de un sistema que funciona en base a la extracción, la producción, la distribución y el consumo (y, por qué no, los residuos). Una lectura para la que no alcanzan (y han quedado anacrónicas) las categorías de la economía, la política, la sección de internacionales, la de información general y cultura con que, básicamente, se clasifica a las noticias en los medios gráficos. La época requiere una comprensión profunda de la interacción entre ciencia, tecnología y diseño.

En la actualidad, el producto de divulgación e información más exitoso y certero, didáctico, en esa difícil tarea de explicar el agotamiento del planeta y del sistema capitalista ha sido el video documental *La historia de las cosas* (de 2007, ampliado en un libro homónimo de 2011) de Anny Leonard⁹⁴ que, según Ralph Nader,⁹⁵ conforma “un modelo de claridad y motivación” comunicacional. Visto ya por más de 15 millones de personas, este documental de menos de 20 minutos demuestra la hipótesis de que “No es posible operar un sistema lineal *indefinidamente* en un planeta *finito*”. Esta visión crítica de la sociedad consumista, que expone las conexiones entre un gran número de problemas sociales y del ambiente, y convoca a todos a crear un mundo más sostenible y justo, determina una lectura lógica entre funcionamiento y consecuencias, finalmente, una lectura de la economía material.

La necesidad de comunicación de la cultura material requiere, además, de un marco de lectura más amplio. Así, la primera conclusión específica que se podría vislumbrar es que resulta imperativo hablar de cultura material, instalar su noción y comprender sus alcances e implicancias como una

⁹⁴ Annie Leonard es una estadounidense experta en materia de comercio y cooperación internacional, desarrollo sostenible y salud ambiental. Su documental *La historia de las cosas* (*The Story of Stuff*), trata sobre el ciclo vital de bienes y servicios. Graduada de la Universidad de Cornell en planificación urbana y regional. En 1992, declaró frente al Congreso de los Estados Unidos sobre el tema de la trata internacional de residuos.

⁹⁵ Ralph Nader es un activista y abogado estadounidense que se opone al poder de las grandes corporaciones y ha trabajado durante décadas cuestiones de medio ambiente, los derechos del consumidor y asuntos prodemocracia. Fuerte crítico de la política exterior estadounidense, a la que acusa de corporativista, imperialista, y contraria a los valores fundamentales de la democracia y los derechos humanos, fue el candidato presidencial del Partido Verde en las elecciones de los EUA de 1996 y 2000.

actividad que “construye” al mundo en todas las escalas: desde edificios y vías de comunicación hasta envases de alimentos. Por caso, la sostenibilidad es una noción cuyo ingreso a la comprensión masiva comenzó por ser vaciada de sentido por los medios, en lugar de ser apuntalada como una urgencia de época. Hablar hoy de las cosas, ese genérico superlativo que abarca todo aquello que utilizamos para vivir –bienes y servicios–, nos permite entender el contexto a nivel global y local. Y, yendo más lejos, nos invita a una mirada “glocal”, si utilizamos la categoría acuñada por Zygmunt Bauman (“La globalización divide en la misma medida: las causas de la división son las mismas que promueven la uniformidad del globo”).

En el marco de la Argentina, pensar en la cultura material nos obliga a retroceder hacia coyunturas históricas en las que sólo fueron posibles los relatos urgentes. Así, hoy se pueden articular temáticas que, aunque funcionales al entendimiento de aquellas coyunturas, habían quedado entonces relegadas a un ejercicio posterior de registro y replanteo. Esto quiere decir que la lectura del impacto negativo de la dictadura sobre las cosas para la vida tuvo un tiempo de postergación. Hay que ver cómo el terrorismo de estado operó sobre la gente y sobre las cosas, perpetrando ambas ejecuciones al unísono. Así, se dio la desaparición de la industria nacional como la posibilitadora de un modelo socio productivo y de las instancias necesarias para que esa sociedad se desarrolle (trabajo, bienes y productos), tal como funcionó hasta comienzos de los 70. Y esto desemboca en la necesidad de un relato que ha quedado a un costado. Es momento, el actual, de articularlo en la búsqueda de memoria, verdad y justicia como parte de nuestra historia. La dictadura cívico militar argentina –y esto no es excluyente de las demás que sucedieron en la región– destruyó a la industria nacional y con ella a los bienes de uso de nuestra sociedad. Por eso, resulta necesario llevar a la práctica el planteo de esta tesis, para reivindicar un tema central de la cultura y la política argentinas: la comunicación de la cultura material y la construcción de aquellos relatos que han quedado ausentes, o rotos.

Al estudiar la historia del diseño local (en tanto posibilitador de cosas/bienes e interfaces), el área disciplinar que articula necesidades, producción, consumo, usos y planos simbólicos, no fue posible eludir los

escenarios políticos recientes. Como dato accesorio, vale remontarse a mediados de los 70 en la Argentina: la comunidad del diseño, para sobrevivir, se dividió entre quienes debieron exiliarse y quienes se refugiaron en la academia y en algunos espacios dedicados al arte. Respecto del refugio en lo académico –siendo la UNLP la segunda universidad nacional que desde 1960 albergó carreras de diseño después de la UNCuyo–, es paradójica la situación que recuerda una graduada de Bellas Artes, la Licenciada María Cielo Portas:⁹⁶

“Durante la dictadura, querían abortar carreras como Psicología y desaparecían estudiantes y profesores junto con otras carreras y sus instrumentos, como pasó con la carrera de Cine en nuestra facultad. Temblaba Historia del Arte por los pocos estudiantes que quedábamos, y el bastión lleno de alumnos eran los Diseños Industrial y en Comunicación visual. A la par, en esos años, también se creó la Escuela Panamericana de Arte con Shakespear y otros docentes que se llevaban de Bellas Artes de La Plata. Los años 74-81 fueron gloriosos para las carreras de diseño en la UNLP: mientras todo se desmoronaba y se temía, los diseños no; eran carreras consideradas como ‘que servían, útiles, con proyección laboral’, en tanto las carreras de arte eran consideradas diletantes y peligrosas. como otras ‘de pensar’”.

Podemos notar que esa falta de comprensión de la dimensión social de la actividad hacía desaparecer la noción de amenaza que configuraban para la dictadura otras carreras. Los graduados de esos años –sobre todo en el caso del diseño industrial– por dos décadas no tuvieron prácticamente inserción laboral, en un país que además del tejido social había destruido el industrial, que permitiera el desarrollo profesional para el que habían sido preparados. El modo en que estas carreras impactan hoy y la articulación de la disciplina con la industria en un momento de discusión de “lo nacional”, sin duda, dispara a nuevas investigaciones. Cabe señalar que, entre los diseñadores emigrados, se destaca el colectivo que llegó a Barcelona, con muchos que fueron partícipes –y, de algún modo artífices– de la estampida que asoció a Barcelona

⁹⁶ Historiadora del Arte, Licenciada en Restauración UNLP. Magíster en Artes Universidad de Miami, entrevista realizada por la autora.

como capital del diseño contemporáneo a partir del denominado “destape español”, los Juegos Olímpicos y la renovación urbana. Estos graduados, intervinieron desde los ámbitos académico y profesional, destacándose los nombres de Norberto Chaves, Jorge Pensi, Alberto Liévore, America Sánchez, entre otros.⁹⁷

Así, si volvemos a la problemática más saliente del devenir del llamado “diseño de producto” en las últimas décadas en la Argentina, arribamos a la segunda conclusión: lo más evidente (y constante) a través del tiempo es la paradoja entre una cantera profesional notable en calidad y número, y la ausencia de un tejido industrial en el que insertar esa “capacidad proyectual” de impronta tan creativa como militante en la resolución de los problemas de la vida cotidiana.⁹⁸ La última dictadura cívico militar que comenzó en el 76, provocaría el aniquilamiento de la industria nacional bajo las directivas de un modelo económico liberal que apuntó a la importación y la dependencia. Así, junto con la desaparición de personas, los militares también produjeron la desaparición de un vasto universo material colectivo: las “cosas para la vida”⁹⁹ de los argentinos, su industria nacional, aquella que los proveía de trabajo y de bienes tan dispares como zapatillas, biromes o electrodomésticos. La recuperación democrática a partir de 1984 fue reactivando en sus primeras décadas al sector industrial con suerte despereja. Pero no volvió en ese tiempo a provocarse la articulación entre diseño e industria que había comenzado a gestarse en los años 50, con especial florecimiento en la producción material de los años 60 y 70 (en esos años, al menos 500 fueron las empresas –sólo en Capital Federal y en el Gran Buenos Aires– de industria argentina en cuya producción se incorporó diseño, según las cifras reunidas en el Instituto

⁹⁷ En, Norberto Chaves, *El Diseño Invisible*, Barcelona, Paidós, 2005.

⁹⁸ El diseñador argentino Tomás Maldonado es quien define por primera vez la idea de “proyectualidad” ligada a la de “diseño”. “Proyectual” ha sido el término que se ha extendido en nuestro país para referir al diseño o a las actividades relacionadas a él, entre las que se incluye la producción de la “cultura material”. Para elaborar su teoría, Maldonado toma la “dimensión proyectual de la modernidad”, en donde “modernidad y proyecto” son parte de lo mismo. El par modernidad/proyecto es explicado de la siguiente manera: “la modernidad es objeto de la inteligencia proyectual y el proyecto es la característica predominante de la modernidad, es finalmente lo que le da sentido. La razón proyectual en donde interviene el diseño de manera directa, es la “fuerza motriz, la modernidad se realiza en la acción proyectual. Ser moderno, significa inventar, proyectar el futuro, incluso el futuro de la modernidad misma” (Bonsiepe, 1998).

⁹⁹ Definición del arquitecto Gerardo Clusellas, fundador de la OAM, compuesta por César Jannello, Horacio Baliero, entre otros.

Nacional de Tecnología Industrial). Sí cabe destacar que los años 80 fueron de expansión de la enseñanza de la disciplina, sobre todo con la incorporación de las carreras de diseño a la Universidad de Buenos Aires (UBA) a partir de 1985, como señalamos en la introducción.

La crisis de 2001 evidenció un conflicto que estaba latente: la ausencia de productos de toda laya resultante de la inactividad industrial nacional y su contracara: el consumo de productos importados durante los 90, que habrían de sustituirse. A ello se le sumaba la necesidad de los diseñadores locales por dar respuesta a aquello que nunca habían podido soslayar: la producción material, de las cosas, orientadas a su uso en la vida de su comunidad. Todo esto, se trató de un largo proceso que fue visible a partir de 2003. Sin embargo, la visibilidad que tomó en los medios fue superficial y confusa, subida al exitismo de los “booms” mediáticos, sin un análisis y encuadre de la situación en su respectivo marco histórico reciente. Nueve años después, con casi 300 polos industriales inaugurados y demanda de profesionales por parte de la industria; más una incipiente red formada por facultades públicas con carreras de diseño (DiSur); sumado a una interacción propuesta por el MinCyT y la red de actores vinculados al diseño en la gestión nacional –que impulsa desde mayo de 2012 la Secretaría de Cultura del gobierno nacional–, tampoco fue suficiente y todos estos hechos no lograron posicionarse como una noticia atractiva para los medios, ni lograron una configuración temática que fuera capitalizada por la prensa gráfica, ni siquiera en sus suplementos temáticos. Sin embargo, la realidad crece y supera la incapacidad de adaptación de los medios masivos para comunicar este resurgimiento; en la Argentina la omisión demuestra la falta de reflejo de los principales diarios con respecto al pulso de la calle. Esta realidad sucede en un momento de conciencia global, en el que es posible reconocer bisagras históricas que se articulan en medio de las coyunturas: agotamiento de los recursos, necesidad de planificar el ciclo de vida completo de los productos adaptando los descartes a una nueva provisión material (la basura como cantera del siglo XXI, por citar sólo algunos ejes de relevancia). Se podría afirmar que estamos frente a un segundo momento histórico que requiere tan fuertemente de la unión entre ciencia, tecnología y diseño como lo requirió la Revolución industrial entre ciencia, tecnología y “arte

industrial”, como se perfilaba entonces al diseño).

De este modo, hoy, mostrar la resultante significativa del diseño de los últimos tiempos (fruto, en gran medida, de la apertura democrática, que generó la irrupción de las carreras de diseño en la UBA, que se hicieron masivas en los 90 y la incorporación de diseños en otras universidades del interior en la siguiente década) y de los años posteriores, signados por la crisis de 2001, es rescatar trayectorias en las que el compromiso con la historia del diseño nacional contemporáneo ha sido una huella insoslayable (ese fue el concepto de la muestra *Genealogías del Sur* en Malba). Pero a su vez, es también generar un hecho comunicacional inédito y vacante que, al no tener un espacio delimitado en los medios a pesar de su interés y actualidad, encuentra al museo como un canal alternativo que, bajo una narrativa curatorial integradora, se vuelve una inmejorable vía de acceso al público general.

A lo largo de este trabajo, se trató de reponer el derrotero de una noción, la cultura material, que aún no se ha estabilizado como concepto teórico y que genera, en la actualidad, algunos desacuerdos. Sin embargo, desde la década del 90 en adelante, la noción de cultura material ha experimentado cierto resurgimiento, en especial en el contexto anglosajón de los estudios sobre diseño. Es así, como la cultura material se presenta como un término que todavía sigue latente y vigente, como sugiere Ronald Cancino Salas. La comunicación de la cultura material y su vida mediática analizada a través de la muestra *Genealogías del Sur*, revela que la serie de interrogantes que planteó la exhibición se puede articular en torno al diseño. Y que esta disciplina, desatendida en las secciones de información general de los medios –pese a la importancia creciente que adquirió desde la poscrisis de 2001 hasta el presente–, ofrece una convergencia temática ideal para tomarla como punta de lanza de la comunicación de la cultura material.

La cultura material desde la perspectiva que planteó este estudio, es aún un espacio desatendido en el contexto bibliográfico ya que sólo ha sido abordado por la historia y la antropología y no como un campo clave para leer la actualidad de nuestro entorno. Justamente, el objetivo de *Genealogías del Sur* fue el de comunicar y hacer visible tres conductas de diseño, que fueran distintas entre sí, pero que compartieran la profundidad conceptual, proyectual

y material. Asimismo, estos tres casos han arrojado una producción cultural relevante si se la compara con la de los últimos veinticinco años. *Genealogías del Sur* provocó un corte representativo en relación a los referentes del diseño nacional y latinoamericano e invitó a una reflexión que podría ser útil como antecedente y marco de discusión sobre los mecanismos de comunicación mediática destinados a la cultura material argentina, capaz de incluir una mirada integradora, transdisciplinaria.

En el espíritu del reconocimiento de quienes hicieron el camino al Sur del mundo, esta muestra exaltó la trayectoria del diseño contemporáneo a través de cuatro actores, cuyos abordajes los posicionan como herederos de aquellas sagas que, con vocación universal, se expresaron desde aquí dando respuesta a necesidades de su época y su contexto. Todos ellos, trabajaron con los materiales y técnicas aportando a la definición del paisaje cultural de cada época. El potencial de *Genealogías del Sur* propone problemáticas a las que debe responder el diseño hoy: el agotamiento de los recursos y el correspondiente desafío material, la integración y la accesibilidad social que demandan las grandes ciudades, las vías de expresión y de comercio justo de los localismos en la globalización. El poco espacio que estos temas tienen en la prensa gráfica se revirtió en la cobertura televisiva, así en el último año se dio la incorporación de estos temas, por ejemplo, a través del programa *Esto es Argentina* (Canal 7) con una columna. Sin embargo, permanecen como temas diseccionados, sumidos a sus aspectos más frívolos, sin poder ser entendidos en sus facetas múltiples. Son despojados de ofrecer una lectura de época: la línea que une los recursos materiales, con la fabricación, la tecnología, la innovación, los nuevos usos y necesidades y la sustentabilidad.

Remitiéndonos a la situación histórica que describe Clive Dilnot en 1994,¹⁰⁰ ésta sigue teniendo vigencia después de once años transcurridos del siglo XXI. Curiosamente para una disciplina comunicadora por excelencia como

¹⁰⁰ Seguimos la tesis de C Dilnot: "La división es absoluta: por un lado tenemos el mundo del hacer, diseñar y dar forma a objetos e imágenes, mientras por el otro tenemos el reino del conocimiento, del estudio de los significados, la expresión, el valor y el análisis de las estructuras categóricas del mundo. Y estos dos mundos no se hablan entre sí. Necesitamos ajustar nuestros diseños cada vez más a los fines humanos y ecológicos. El requerimiento de que comprendamos el mundo de los objetos, y que incluso comprendamos lo que significa ser capaces de fabricar objetos, cada día se vuelve más importante. Desde esta perspectiva, la separación del mundo de las ideas y el diseño, del pensar y el hacer, aparece como un capricho histórico del que no podemos más permitirnos el lujo." En *Ethical Structure of Architectural Form*, T. Donais (ed.), *Architecture + Culture*, Ottawa, Carlton University, 1992.

lo es el diseño en todas sus variantes, podría decirse que fracasó durante el siglo XX en la comunicación de sí misma. Y podría inferirse que tampoco supo ir el periodismo al rescate de un relato por demás útil para entender el desarrollo, el funcionamiento de los sistemas productivos, el devenir del medio ambiente, el amplio universo de lo simbólico y, finalmente, el de la vida cotidiana en la totalidad de sus actos, desde los más trascendentes hasta los más pequeños. Todo ello está contenido en la actividad del diseño y sus articulaciones. Que, por otra parte, encarna el paradigma de la actividad del siglo XXI: tanto para profundizar el vínculo entre la industrialización, la tecnología y el diseño, como para repensar nuevas formas sostenibles de hacer lo mismo, un enfoque descuidado a lo largo del siglo XX, que propició una inercia de consumo indiscriminado de recursos no renovables.¹⁰¹

El contexto actual nos muestra una Argentina que apuesta a la ciencia, a la tecnología y a la industria a través del diseño y la innovación. Pero también cuán ausente está ese relato en los medios.¹⁰² Y esa ausencia de un enfoque particularizado y específico sobre el diseño no tiene que ver sólo con el boicot que las corporaciones mediáticas ejercen sobre el gobierno nacional. Más aún, esta ausencia se verifica en aquellos medios que apoyan la presidencia del gobierno de Cristina de Kirchner. Acaso si la coyuntura política fuera otra, sería evidente que igual habría una imposibilidad de lectura transversal de esta temática del diseño por parte de los medios. Esto se debe a que, en alguna medida, la ausencia de este relato se sustenta en una fuerte ruptura con la historia reciente de nuestro país, un hiato con el pasado, aquella coyuntura en la que la última dictadura cívico militar arrasó con la industria en su intento por sumir al país en la dependencia: la falta de autonomía científica y tecnológica para la industria argentina.¹⁰³

¹⁰¹ Nos remitimos a los planteos de John Thackara sobre la *Sustentabilidad*. Sensibilidad al contexto, a las relaciones y a las consecuencias que provoca el diseño, son aspectos clave del desarrollo en la actualidad, esta idea comprende lo que se conoce como *diseño responsable*. La clave de este planteo se sustenta en la ética y la responsabilidad como dimensiones que deben incorporarse a las decisiones de diseño sin restringir la innovación técnica y social. En, "Sustentabilidad", *In the Bubble. Designing in a Complex World*, op. cit.

¹⁰² Para justificar esta hipótesis se han relevado las noticias publicadas los días previos y posteriores a la inauguración de la muestra Tecnópolis, durante el mes de julio de 2011. Se han consultado los cuerpos centrales y los distintos suplementos de los diarios *Clarín*, *Página/12*, *La Nación* y *Perfil*.

¹⁰³ Seguimos la tesis de Jorge Schvarzer sobre la historia de la industria argentina y su lógica económica, véase *La industria que supimos conseguir*, op. cit.

Las áreas productivas que no lograron la recuperación en la década del 80, volvieron a ser jaqueadas con el modelo neoliberal de los años 90. Recién con la llegada de la crisis en 2001 y la necesidad de sustituir importaciones, la maquinaria productiva pudo ser puesta en marcha nuevamente. La forma en que esto sucedió, y cómo esta coyuntura se articuló con la investigación, con la sostenibilidad, los recursos y con el desarrollo científico, constituyen una cadena de lectura que se ha parcializado desde 2001 en adelante como una mirada mediática hegemónica que llega hasta la actualidad. Esta cadena es leída desde el campo de la economía o desde la política, o desde la estadística, de manera segmentada, con apoyo en un corpus de conocimiento tradicional que, a su vez, tiene cabida en la información mediática dentro de secciones específicas en periódicos y revistas y medios en general, que no han variado en los últimos 100 años. Esas articulaciones son obviadas por el interés informativo y su necesario tratamiento, sustentado en la transversalidad, se vuelve evidente (e insoslayable) si se quiere acceder a una minuciosa indagación de la época, en otras palabras, se impone considerar un “enfoque” que sea capaz de interpretar la situación tal como se presenta, atravesada por diversos campos como el científico, tecnológico, económico y político, donde el diseño juega, en la actualidad, un rol central como catalizador de estas tensiones.

En paralelo, se evidencia cierto analfabetismo tecnológico, “ignorancia debida”, como señala Marcelino Cerejido cuando aborda el problema de la dificultad de instalar una visión científica del mundo de la ciencia y de su escasa difusión.¹⁰⁴ También, se manifiesta una notable falta de registro y de conocimiento sobre otros momentos históricos semejantes que puedan acudir como explicación de fenómenos similares y antecedentes. Por caso, así como se evidencia la falta de un relato actual de la verdadera dimensión de lo que significa Tecnópolis, asimismo se ignora qué fue la Feria de América, celebrada entre 1953 y 1954, en la ciudad de Mendoza, a la que nos hemos referido. Precisamente, la Feria de América se trató de un evento de gran alcance que convocó a todos los países del continente americano para que exhibieran su producción industrial en el lapso de un año. El Parque San Martín de Mendoza

¹⁰⁴ Véase, Marcelino Cerejido y Laura Reinking, *La ignorancia debida*, op. cit.

fue acondicionado para el montaje de pabellones arquitectónicos, estructuras lumínicas y sonoras y escenarios con espectáculos. Allí, se patentizó la producción de un país pujante. Sin embargo, se trata todavía de un capítulo ausente en una historia que tampoco está escrita.

Hace 50 años, en 1962, el situacionista francés Guy Debord ponía en valor la dimensión de lo cotidiano como objeto histórico durante la conferencia que llevó a cabo el Grupo de Investigaciones sobre la Vida Cotidiana que organizara Henri Lefebvre en París. En ese mismo año, nacía en la Argentina la primera articulación oficial, sistemática y sostenida entre diseño e industria: el CIDI, Centro de Investigación del Diseño Industrial perteneciente a la constelación de centros del INTI, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Aquella experiencia pionera marcó el primer intento de la historia nacional por favorecer la unión estratégica entre diseño e industria en beneficio del acceso masivo a los bienes de consumo necesarios, orientados a la sociedad. Hasta 2009, se podría decir que CIDI fue la única experiencia desde la esfera estatal que logró articular diseño e industria. Ese año, se vislumbró el nacimiento del MinCyT (Ministerio de Ciencia y Tecnología) y la apertura de nuevas carreras de diseño en universidades nacionales (algunas de ellas nuevas también) donde se comenzó a recuperar aquella unión estratégica que, incluso hoy, también retomó el INTI.

Vincular estos dos momentos históricos sirvió para comparar la repercusión que ha tenido esta temática en relación a su difusión mediática en momentos clave de nuestra historia. El surgimiento del CIDI, en los años 60 así como la emergencia de las primeras muestra públicas donde se exhibía diseño industrial, generaron atención mediática y la incorporación, más o menos estable, de noticias relacionadas que no decantó en la construcción de un relato específico que abordara ni al diseño, ni a la industria argentina, a pesar de que en esa década el modelo productivo estaba fuertemente orientado a la industrialización. Esta situación, vuelve a darse en el presente, por ejemplo, como hemos señalado, en torno a un evento de envergadura masiva como Tecnópolis. Esta falta de un seguimiento especializado o de un tipo de difusión a la altura de la iniciativa, evidencia que la ausencia de este relato – precisamente en momentos donde el enfoque del gobierno privilegia y potencia

la industria, la ciencia y la tecnología— se relaciona con otra ausencia, en otras palabras, con un “tejido” que se ha roto por las políticas comandadas por los gobiernos de facto y neoliberales de las últimas décadas.

De este modo, concluimos en que se trata de una temática no comprendida, aún, en el seno de los medios masivos, todavía subestimada; un nicho editorial vacante, que no cobró relevancia como un área que ofrece una articulación de saberes y competencias que resultan decisivas para el siglo XXI. Y que se vuelven un poderoso prisma transversal para leer la realidad. Existiendo una situación atípica y única en la Argentina, donde los principales medios gráficos (diarios) tienen desde los años 70 secciones que han devenido suplementos y hasta revistas de Arquitectura —que tratan temas de diseño—, deducimos que la impermeabilización que éstos generaron dentro de sus propios medios, evitando el flujo de esa información a los cuerpos de diarios, a la información masiva y, en cambio, manteniendo la temática en un andarivel paralelo, tiene dos explicaciones. Por un lado, la falta de periodistas y comunicadores especializados que traten estos temas, donde abundan los arquitectos y periodistas en temas más generales y no específicos del diseño (por ejemplo el arte) ocupando la tarea. Por otra parte, el problema de la prensa gráfica actual presenta un fuerte contraste en relación a las primeras publicaciones temáticas argentinas, donde se consideraba al diseño un actor central e insoslayable de la cultura. La revista *Nueva Visión* inaugura, en los comienzos de la década del 50, en pleno peronismo, una nueva concepción del espacio, una problematización de aquello que hoy consideraríamos el “lenguaje visual” (llamado allí “cultura visual”) y la inquietante pregunta por la “forma hecha sentido”. Por este motivo, en la presente investigación, *Nueva Visión* se consideró el primer discurso “habilitante” del diseño en la Argentina.¹⁰⁵ Es importante destacar que entre las referencias regionales acerca de la incorporación de esta temática en los medios masivos, la columna dominical del periódico *Hoy* de Venezuela, fue pensada y realizada por un argentino, el arquitecto Alberto Sato Kotani, recopilada luego en el libro *Cotidiano*.¹⁰⁶ Lo interesante del abordaje de Sato se concentra en la siguiente afirmación:

¹⁰⁵ Sobre *Nueva Visión*, véase María Amalia García, “La ilusión concreta: un recorrido a través de *Nueva Visión*. Revista de cultura visual, 1951-1957”, op. cit.

¹⁰⁶ En, Alberto Sato Kotani, *Cotidiano, manual de instrucciones*, op. cit.

“Si todos los objetos materiales, como productos culturales, han tenido la intervención del diseño, cualquier acercamiento no utilitario a las cosas deberá interrogar sobre su diseño. Y así, el diseño es un asunto de orden público, como lo es opinar sobre la ciudad, no porque se trate de la administración de la ciudad, sino porque está inevitablemente presente en nuestro paisaje”.¹⁰⁷

Así, mientras la columna del periódico venezolano conforma una rareza de comunicación aislada, el fenómeno singular de suplementos temáticos que mencionamos respecto de la prensa gráfica argentina tiene en *Clarín* un caso paradigmático. El suplemento de Arquitectura, luego llamado *ARQ*, se planteó desde el inicio como “el modelo de divulgación” de la actividad, sustentado en la construcción de su propia necesidad, es decir, la de un periódico con cifras actualizadas semanalmente, con una mirada sólo para la matrícula.¹⁰⁸ En otras palabras, se trata de una publicación que no deja de ser *de gueto*: notas de portfolio que proveen los mismos estudios de arquitectura, por ejemplo, o cifras y precisiones técnicas relacionadas a los arquitectos y a su quehacer en el ámbito económico. Por falta de una visión periodística y una *mala praxis* comunicacional, este medio, en cuyo seno fue creada la revista de diseño *dni*, desperdió la oportunidad de permear un área temática que gana adeptos en el público general de información, mostrando de ese modo una incomprensión general de los propios temas que toca y el alcance real que tienen en términos históricos. El ejemplo que mejor sostiene a esta conclusión es una nota reciente en la que el editor del suplemento *ARQ*, el arquitecto Berto González

¹⁰⁷ *Ibidem*.

¹⁰⁸ El “modelo de divulgación” en los medios masivos ha sido abordado por Eliseo Verón, que señala un proceso creciente de polarización en los temas informativos experimentado por los diarios y periódicos de edición diaria. Esta demanda, que supone la generación diaria de contenidos específicos (culturales, arquitectónicos, económicos, femeninos) redundó en la conformación de publicaciones específicas de volumen medio, que acompañan al cuerpo central de los periódicos y que, en muchos casos, logran una gran afluencia de público lector, muchas veces mayor a la que concentra el cuerpo central del diario. Para abastecer la generación de estas pequeñas usinas informativas que pertenecen a la estructura mediática general, los periódicos (y los medios informativos en general) experimentaron cambios significativos, en especial, en la conformación de equipos de trabajo integrados por nuevos profesionales, periodistas expertos en un tema particularizado, que se adosaron como medianas áreas de trabajo dentro del equipo general de periodistas encargados de la redacción diaria. En la actualidad, *Clarín* cuenta con 12 suplementos especializados: *Arquitectura*, *Mujer*, *Informática 2.0*, *Autos*, *Ollas y Sartenes*, *Sil*, *Revista N*, *Countries*, *Rural*, *Zona*, *Económico* y *Viajes*.

Montaner, ofrece una visión parcializada y sin fuentes que, al enhebrar equívocos acerca del origen y del presente del diseño en la Argentina y su devenir en las últimas décadas, desinforma.¹⁰⁹

Si el ser social determina la conciencia, resulta oportuno preguntarnos qué determina o condiciona al “ser material”. Posiblemente, podemos concluir que, en el siglo XXI, el “ser material” sea el que determine la conciencia ambiental. Yendo más lejos en la responsabilidad, también se podría decir que el “ser material”, finalmente, determinará o condicionará al “ser secular”. La conclusión del filósofo alemán Peter Sloterdijk acerca de la importancia de la cultura material debería ser un llamado de alerta para los medios masivos acerca del urgente tratamiento que este relato ausente demanda.¹¹⁰ El *Habitar* (en mayúscula), siguiendo a Sloterdijk, no es sólo construir nuestro entorno sino, también, *construirnos* a nosotros mismos. Como hemos intentado señalar a lo largo de esta investigación, los temas de la cultura en el siglo XX han perseguido las problemáticas en relación al tiempo y a la temporalidad de los fenómenos sociales; por tanto, llegó el momento de “ocuparse del *espacio* y de las *cosas*”. Aplicada a nuestra realidad actual, resulta inevitable que aquella frase de Ortega y Gasset venga a la memoria. Allí mismo la mantendremos, porque mejor que decir es hacer. Y en eso estamos.

¹⁰⁹ En, *El diseño ya tiene su historia*, ARQ, diario *Clarín*, abril, 2012, disponible on-line, en: http://www.clarin.com/arq/urbano/Diseno-historia_0_688731235.html

¹¹⁰ Seguimos las consideraciones del filósofo Peter Sloterdijk propuestas en *Reglas para el Parque Humano*, op. cit. Allí el filósofo expone lo siguiente: “*Habitar* quiere decir construir y construirnos. Los temas de la cultura en el siglo XX han girado en torno al tiempo, ya es momento de ocuparse del espacio y de las cosas”.

Bibliografía

ADORNO, T., y HORKHEIMER, M., La industria cultural en *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1987

ALTAMIRANO, Carlos (ed.), *Términos críticos de sociología de la Cultura*, Buenos Aires, Paidós, 2002.

ARGUMEDO, A., *Los silencios y las voces en América Latina*, Ediciones el Pensamiento Nacional, Buenos Aires, 1993.

AUMONT, J., “El papel del dispositivo” en *La imagen*, Barcelona, Paidós, 1992.

BARBERO, Jesús M., *De los medios a la mediaciones. Procesos de comunicación y matrices de cultura*, México, Editorial Gili, 1988.

BARTHES, Roland, “La cocina del sentido”, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1992.

BARTHES, Roland, “Introducción al análisis del relato”, *Análisis estructural del relato*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970.

BAUDRILLARD, Jean, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1997.

BAUDRILLARD, *La crítica a la economía política del signo*, México, Siglo XXI, 1999.

BAUMAN, Z., *Pensando sociológicamente*, Bs. As., Nueva Visión, 1994.

BAUMAN, Z., *Vida de consumo*, Bs As, Forndo de Cultura Económica, 2007.

BENVENISTE, Émile, “El aparato formal de la enunciación”, *Problemas de Lingüística general*, México, Siglo XXI, 1996.

BERGER, John, *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili SA, 2001.

BERNATENE, Rosario, *Objetos de uso cotidiano en la Argentina 1940-1990 diseño, semiología e historia*, FBA-UNLP, 2000 y FADU-UBA, 2001.

BONSIEPE, Gui, *Del objeto a la interface*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1998.

BORGES, Adelia, *Designer Nao e personal trainer e outros escritos*, San Pablo, Rosari, 2002.

BOURDIEU, Pierre, *Creencia artística y bienes simbólicos*, Buenos Aires, Aurelia Rivera, 2003.

BOURDIEU, Pierre, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997.

BOURDIEU, Pierre, *Una invitación a una sociología reflexiva. El sentido social del gusto*, Santillana 1988.

BOURDIEU, Pierre, *La distinción, criterio y bases sociales del gusto*, Buenos Aires, Taurus, 1998.

BRAUDEL, *Civilización material, economía y capitalismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1985.

BURKE, *La revolución historiográfica francesa. La escuela de Annales (1929-1989)*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1994.

CALABRESE, Omar, "El lenguaje de la crítica de arte", en: *Cómo se lee una obra de arte*, Madrid, Cátedra, 1993.

CEREIJIDO, Marcelino y Laura Reinking, *La ignorancia debida*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2005.

CHAVES, Norberto, *El diseño invisible*, Buenos Aires, Paidós, 2005.

DE CERTEAU, Michel, *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.

DEVALLE, Verónica, "Hacia la síntesis de las artes. El proyecto cultural y artístico de la revista *Nueva Visión*", *Revista Questión* # 13, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), 13 de diciembre, 2009.

DEVALLE, Verónica, *La Travesía de la forma, Emergencia y Consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*, Buenos Aires, Paidós, Estudios de Comunicación, 2009.

DILNOT, Clive, "The Ethical Structure of Architectural Form", T. Donais (ed.), *Architecture + Culture*, Ottawa, Carlton University, 1992.

ECO, Umberto, "El lector modelo", *Lector in fábula*, Barcelona, Lumen, 1979.

ECO, Umberto, "Perspectivas de una semiótica de las artes visuales", *Revista de estética*, #2, Buenos Aires, Centro de Arte y Comunicación (CAYC), 1984.

- FABBRI, Paolo, *El giro semiótico*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- FERNANDEZ, Silvia (ed), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe, Industrialización y comunicación visual para la autonomía*, San Pablo, Editora Blucher, 2007.
- FLUSSER, Vilém, *Filosofía del diseño*, Madrid, Editorial Síntesis, 2002.
- FRYE, Northrop, "Introducción, Polémica, Conclusiones", *Anatomía de la crítica*, Monte Ávila, Venezuela, 1991.
- FOUCAULT, Michel, *Las palabras y las cosas / una arqueología de las ciencias humanas*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008.
- GARCÍA, María Amalia, "La ilusión concreta: un recorrido a través de *Nueva Visión*. Revista de cultura visual, 1951-1957", *Leer las artes. Las artes plásticas en ocho revistas culturales argentinas, 1878-1951*. Editorial Patricia Artundo y María Inés Saavedra, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte "Julio E. Payró", Universidad de Buenos Aires, 2002.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Las culturas populares en el capitalismo*, Buenos Aires, Sudamericana, 1987
- GENETTE, Gérard, *La obra del arte. La relación estética*, Barcelona, Lumen, 2000.
- GREIMAS, A. y J. Courtes, "Narratividad", *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1982
- GORELIK, Adrián, *Miradas sobre Buenos Aires: historia cultural y crítica urbana*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2004.
- INDART, Juan Carlos, Oscar Steimbreg, Eliseo Verón, *Revista Lenguajes*, "Medios masivos y política cultural", Buenos Aires, Nueva Visión, abril, 1974.
- LÉVI-STRAUSS, Claude, "La ciencia de lo concreto", *El pensamiento salvaje*, México, Fondo de Cultura Económica, 1964.
- LUHMANN, Niklas, *El arte de la sociedad*, México, Herder, 2005.

- LUHMANN, Niklas, *La realidad de los medios de masas*, Barcelona-México, Anthropos-Universidad Iberoamericana, 2000.
- MALDONADO, Tomás, *El futuro de la modernidad*, Madrid, Júcar, 1990.
- MARINCOLA, P., (ed), *What makes a great exhibition?*, Filadelfia, PEI, 2006.
- MATTELART, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 1997.
- MATTELART A. y NEVEU Erik, *Los cultural studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*, La Plata, EFPyCS, 2002.
- ORTIZ, R., *Pensar las ciencias sociales hoy*, ITESO, México, Guadalajara, 1999
- O'SULLIVAN, T., Hartley, J., Sanders, D., Montgomery, M. y Fiske, J. *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1997.
- PEIRCE, Ch. S., *¿Qué es un signo?* Traducción de Uxía Rivas, 1999.
- PEIRCE, Ch.S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión. Capítulos: "División de signos", "Icono, índice y símbolo", "Welby", "Glosario", "Noticia bibliográfica", 1974.
- PERELMAN, Ch., *El imperio retórico, Retórica y argumentación*, Norma, 1977.
- PLANTIN, Christian, *La argumentación*, Barcelona, Ariel, 2000.
- RIVERA, Jorge, *El periodismo cultural*, Buenos Aires, Paidós, 1995.
- SAINTOUT, Florencia, *Abrir la comunicación*, La Plata, FPyCS, 2003.
- SAINTOUT, F. Y DIAZ LARRAÑAGA, N., *Mirada crítica de la comunicación en America Latina*, La Plata Editorial FPyCS, 2003.
- SARLO, Beatriz, *La ciudad vista*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.
- SATO KOTANI, Alberto, *Cotidiano, manual de instrucciones*, Colección Actualidad, Debate, Caracas, Editorial Mondadori, 2005.
- SCHMUCLER, Héctor, *Un proyecto de comunicación/cultura*, México, Galerna, 1984.
- SCHVARZER, Jorge, *La industria que supimos conseguir*, Buenos Aires, Planeta, 1996.
- SENNET, Richard, *El artesano*, Buenos Aires, Anagrama, 2008.
- SEXE, Néstor, *Casos de comunicación y cosas de diseño*, Bs As, Paidós, 2007

SLOTTERDIJK, Peter, *Reglas para el Parque Humano*, Madrid, Ediciones Siruela, 2000.

SLOTTERDIJK, Peter, *En el mismo barco*, Madrid, Ediciones Siruela, 2008.

SMITH, Terry, *¿Qué es el arte contemporáneo?*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2012.

STEIMBERG, Oscar, *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires, Atuel, 1993.

STEIMBERG, Oscar y Oscar Traversa, *Estilo de época y comunicación mediática*, Buenos Aires, Colección del Círculo, Atuel, 1997.

THACKARA, John, *In the Bubble. Designing in a Complex World (En la burbuja. Diseñando en un mundo complejo)*, Londres, Paperback, 2006.

TODOROV, Tzvetan, *Crítica de la crítica*, Barcelona, Paidós, 1991.

VERÓN, Eliseo, *Efectos de agenda*, Barcelona, Gedisa, 1999.

VERÓN, Eliseo, *La Semiosis social, Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Buenos Aires, Gedisa, 1987.

VERÓN, Eliseo, "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación", en *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa, 2004.

WILLIAMS, Raymond, *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Barcelona, Paidós, 1981.

Periódicos y revistas:

Nueva Visión primeros números, año 1953-55

summa # 2, año 1962 y archivo Sociedad Central de Arquitectos

Clarín: (Suplemento ARQ, años 2003 a 2008; Revista Ñ, años 2005, 2007 y 2008)

Revista dni (#s 1 al 7, años 2007 a 2010)

Página 12 / Suplemento M2: desde año 2003 a 2008, ejemplares de los días sábados.

Revista Barzón: colección completa

Revista ramona: edición especial diseño # 79; abril de 2008.

Entrevistas realizadas por la autora*:

Arq Paola Antonelli
Lic. Marva Griffin Wilshire
Arq. Jorge Silvetti
DI Rosario Bernatene
DI Pablo Ungaro
Arq. Francisco Liernur
Lic. Adelia Borges
Arq. Jorge Mele
Lic. Luján Cambariere
Arq. Martha Levisman
Arq. Claudia Celaya
Arq. Miguel Jurado
Arq. Berto González Montaner

* Todas las entrevistas (salvo la de Claudia Celaya, Paola Antonelli y Luján Cambariere) fueron realizadas entre noviembre de 2008 y marzo de 2010.

Archivos consultados:

- 1- Archivo de ARCA, custodiado por Martha Levisman, contiene documentos de la OAM, Nueva Visión, etc.
- 2- Fundación del Interior, con documentos fundacionales de la carrera de Diseño en la UNCUYO y Feria de América.
- 3- Archivo Sociedad Central de Arquitectos, revistas Nueva Visión y summa
- 4- Archivo José A. Rey, Centro de Investigación del Diseño Industrial (INTI)
- 5- Colección de mobiliario urbano “Archivo: Diana Cabeza”
- 6- Colección de objetos jujeños “Archivo: Usos”

Colecciones / muestras*:

En el país del no me acuerdo, muestra de objetos de los desaparecidos y sus hijos, Pasaje Dardo Rocha, La Plata, 1987. Abuelas de Plaza de Mayo.

Material Nature, SFMoMA, San Francisco, 1995.

MoMA, colección permanente de diseño. Curador de área: Paola Antonelli.

(otras muestras visitadas en ese museo: *Workspheres* 2000, *Design & the elastic mind* 2008)

V&A Museum colección permanente de textiles y mobiliario, Londres, 1994. Curador de área: Judith Clark (otras muestras visitadas en ese museo: *Telling Tales / Fear and fantasy in contemporary design*, 2009, Curador: Gareth Williams; *In the praise of shadows*. Curadora: Jane Whithers)

Safety Nest, la seguridad en el espacio doméstico, Río de Janeiro, 2005. Curador: Nicola Goretti.

I Saloni, muestras de diseño en la Feria del Mueble de Milán (04, 06, 08). Curadora comunicacional: Marva Griffin Wilshire.

25/25 Celebrating 25 years of design, Design Museum, Londres 2008. Curador: Dejan Sudjic
Colección permanente del Design Museum de Londres y muestras varias.

Shock of the old: Christoffer Dresser, the revolution of design, Cooper Hewitt Museum, Nueva York, 2004. Curador: Dra. Barbara Bloemink.

ARGdis / Pasión del fin del mundo, envío de la cancillería argentina a Tokio, 2007. Curadores: Paula Lavarello, Julio Oropel.

Mate, la savia de los argentinos, Tokio, 2007, Curadora: Carolina Muzi.

Chocolate, 21/21 Design Sight, Tokio, 2007, Curador: Naoto Fukusawa

Guon! Colección de diseño mendocino moderno y contemporáneo, MAC, 2007, Mendoza. Curador: Wustavo Quiroga.

Museo de la Tecnología, Ciudad de Córdoba, 2010. Curador: Aquiles Gay

Tecnópolis: ayer es hoy; Muestra de la Ciencia, la Industria y la Tecnología argentina, celebrada a propósito del Bicentenario, Villa Martelli. Presidencia de la Nación.

* Breve itinerario de muestras que abonaron la mirada de la autora en relación a la cultura material y su comunicación museográfica.

