

ENTREVISTA A FABIÁN CARRERAS



Identidad gráfica argentina:

¿SER O PARECERSE?

por el Prof. Sebastián Gallo

Fabián estudió diseño gráfico en la Escuela Superior de Artes Visuales Martín Malharro de Mar del Plata en los 80. Es profesor universitario y afichista, con una vasta producción de carteles de diseño social.



PORFOLIO


WWW.FABIANCARRERAS.COM.AR

EL AFICHE ES UN EXCELENTE VEHÍCULO PARA NARRAR LOS ORÍGENES DEL DISEÑO EN LA ARGENTINA

Estudió diseño gráfico en la Escuela Superior de Artes Visuales Martín Malharro de Mar del Plata. Trabaja como diseñador gráfico freelance y docente universitario. Ha realizado conferencias y talleres en los principales eventos de diseño e instituciones de Argentina y Latinoamérica. Colaboró escribiendo artículos en diversas publicaciones como las revistas tpG y Crann. Es autor del libro “Sobre diseño” (2004, Editorial, Asunto Impreso) y “100 Afiches” en 2019 (Edit. UCES), entre otras publicaciones. En 1990 obtuvo el primer premio por la marca turística de Villa Carlos Paz. En 2011 obtuvo el primer premio por el cartel “Walls Down”, ADE/USIL Perú. Sus carteles fueron expuestos en Bolivia (Bienal BiceBé), Venezuela (Museo Cruz-Diez),

Italia (Social Design Poster), Francia (*Poster for tomorrow*), Japón (*Green+You*), Irán (*Museum of contemporary art*), Teheran (*Union of designers*), China (*Shenzhen International Poster Festival*), Moscú (*Bienal Golden Bee*), Polonia (*Retrovanguardia*), Jakarta (*World graphic designers*). En 2014 realiza su primera exposición de humor gráfico “Football en Metáforas” en la Galería Artis Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México. Desde el 2014 su trabajo forma parte de la colección del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires.

U: ¿Contanos cómo fueron tus primeros pasos en esta investigación?

F: Estudié diseño en la década de los ochenta y el estilo internacional dictaba los lineamientos de la enseñanza predominando las escuelas europeas. Los libros de diseño de Editorial Gilli eran una de las pocas bibliografías que llegaban a la Argentina traducidas al español.

En menor proporción la revista alemana *Novum* y las americanas *Print* y *US&L*, mostraban diversos diseños, algunos más personales como el caso de Milton Glaser o Herb Lubalin. A la vez, coexistían con la tendencia abstracta de Karl Gestner o Max Bill. Mientras tanto, la escuela de arte nos preparaba para ser armadores gráficos poniendo énfasis en el sistema de retículas. En las clases del maestro Potenza, se enfatizaba el bocetado y la búsqueda de la síntesis.

Recuerdo que en el 2003 o 2004 Rubén Fontana me comentó en un mail cómo estaba conformado el equipo de la agencia “*En Agens Publicidad, trabajamos unos cuantos. Te digo de los que*

me acuerdo: Alberto Potenza, jefe de arte, sustituido después por Pino Migliaso. Guillermo González Ruíz. Ronald Shakespear. Carmelo Camarano, Saúl Oscar Rojas. Roberto Alvarado. Alberto Di Mauro. América (Juan Carlos) Sánchez. Alfredo Rey. Martín Mazzei. Martín Lobos. Pablo Mesejian. Pepín Heredia. Nicolás Jiménez y yo”.

U: ¿Cómo fue pasar de la dictadura a la democracia?

F: Con la llegada de la democracia a la argentina y un incipiente destape editorial se destacan las revistas de historias, especialmente *Fierro*, *Metal Hurlant* y *Cimoc*. Las publicaciones europeas comienzan a mostrar el diseño español con estilo expresivo y gestual. La gráfica de las películas de Pedro Almodóvar diseñadas por el argentino radicado en España Héctor Gatti, mostraban una impactante libertad cromática.

El trabajo del diseñador Javier Mariscal y Oscar Mariné me conectaron con la expresividad de mi infancia y también me generó muchas dudas sobre lo aprendido del diseño racionalista. Una de las preguntas que hice fue ¿Por qué la historieta tenía una influencia tan fuerte en el diseño gráfico ibérico? ¿Por qué el diseño de los inmigrantes no tuvo una mayor relevancia en el ámbito académico sobre todo dentro de las aulas? ¿Cuáles fueron las razones por las que el diseño alemán y suizo se enseñó con mayor énfasis? ¿Cómo fue el diseño argentino antes del Instituto Di Tella?

Desde 1990 hasta el 2000 trabajé ininterrumpidamente en el diseño de identidad visual. La práctica cotidiana del oficio fue fluctuando entre el diseño racionalista y gestual.

Esta dualidad y contraste que generaba el uso de la abstracción y recursos expresivos más gestuales decantaron en una nueva pregunta. ¿El diseñador es anónimo o puede estar presente en la obra? Simultáneamente como emergente socio económico surge el perfil del diseñador emprendedor, creando productos con marca de autor.

U: ¿Cómo fue tu experiencia colaborando en la revista tipográfica y participando como ponente en los encuentros tipográficos de T-convoca?

F: Durante tres años investigué la vida y obra de Raúl Mario Rosarivo dando mis primeros pasos en la investigación sobre los orígenes del diseño en argentina. Me propuse dos metas escribir un artículo de historia en la revista tipográfica y denominar a la biblioteca de la Fundación Gutenberg (ex Instituto Argentino de las Artes Gráficas). Conjuntamente con la fundación denominamos a la biblioteca con el nombre Raúl Mario Rosarivo. Para dejar registrado este acontecimiento invité a Hermann Zapf para que diseñe la placa de mármol conmemorativa.

En 2004 participé del colectivo “T-Convoca”, su objetivo era la organización de charlas sobre tipografía y la creación de la Bial de Letras Latinas, organizado por Rubén Fontana. Participé con la ponencia *Epítome de la identidad tipográfica argentina*, en la cual formulaba nuevamente preguntas sobre la identidad gráfica argentina.

En el año 2004 el estado argentino diseña un brochure plan-

teando la necesidad de crear la marca país. El desafío de resumir en un símbolo o en un programa de comunicación nuestra argentinidad era una gran incógnita. Entrevisté al tipógrafo americano Doyald Young para hablar sobre tipografía. Le pregunté qué tipografía elegiría para describir la identidad argentina, a lo que contesta: *“Es una pregunta difícil. Nunca he visitado su país y me pregunto si conocerlo personalmente me ayudaría a definir cómo expresarlo. Sin entrar en detalles, podría expresarse de varias maneras: con una vibrante cursiva informal en negrita, o una fuerte sans serif condensada (la veo en mayúsculas y minúsculas con una altura de x especialmente grande), o se le podría dar un estilo romántico por medio de algunas formas decorativas que invoquen el patrimonio de sus inmigrantes.”*

U: También trabajaste como colaborador en la revista Crann. ¿Cómo fue tu participación?

F: En el año 2007 la revista tipográfica cumple su ciclo y su programado cierre. Me incorporo como columnista en la revista *Crann* para continuar con la línea de investigación, donde pude escribir nuevos artículos. Escribí *Emigré*, un artículo que trata sobre los diseñadores que llegaron de los entre guerras o exiliados, habla de la diversidad de proyectos materializados por los inmigrantes y su interacción en la trama social y cultural argentina (con un marcado espíritu didáctico), evidenció un compromiso y una reafirmación constante de la pertenencia con el país. Vertientes como la caligrafía, ti-

**EL USO DE LA ABSTRACCIÓN Y RECURSOS EXPRESIVOS MÁS
GESTUALES DECANTARON EN UNA NUEVA PREGUNTA:
¿EL DISEÑADOR ES ANÓNIMO O PUEDE ESTAR
PRESENTE EN LA OBRA?**

pografía, el grafismo o las artes gráficas aplicadas, aportaron cimientos necesarios para que el oficio de la comunicación visual, hoy sea entendido como diseño gráfico.

También en el artículo *Maestros del Gag* citaba que Argentina también tuvo sus pioneros como el caso del afichista Francés Mauzan que durante un corto período (1915-1930) desarrolló 2000 carteles en Buenos Aires. La ciudad supo tener el nombre del artista en una de sus calles. Actualmente su obra es exhibida en el *Musée Muséum Départemental, Gap* en Francia, siendo uno de los pioneros del diseño gráfico moderno. Paradójicamente su obra no es muy conocida en Argentina. El anonimato del diseñador inmigrante es un referente de que sucedió en todo Latinoamérica. Un caso análogo es el de Héctor Cattólica, diseñador argentino radicado en París en 1962, diseño tapas de revistas, libros y afiches. Fue protagonista activista del Mayo Francés creando carteles para las revueltas estudiantiles.

En el año 2006 por intermedio del calígrafo argentino Ricardo Rousselot, radicado en Barcelona le hace llegar a Norberto Chaves la conferencia *Epítome*.

Allí mencionaba que en el año 1860 se realizó el primer censo tipográfico a fin de establecer el número de tipógrafos que existieron en Buenos Aires. Se calculó que existían 24 imprentas, dos de ellas en campaña, y que el número de tipógrafos no llegó al centenar. En 1879 se realiza un nuevo censo donde se encuentra que hay 33 tipografías utilizadas...

U: ¿Cómo nacen tus inquietudes sobre el diseño social?

F: Recién tomé conciencia del diseño social en Argentina en el 2009 al ver el trabajo realizado por Nicolás Pizano y su proyecto *Postal Social* y le propuse dejarlo documentado con una entrevista.

U: El museo de arte moderno te invitó para realices una convocatoria para la organización de una nueva exposición del diseño argentino. ¿Como fue el contexto de esa organización y exposición?

F: En abril del 2004, tuve la oportunidad de ver la exposición de diseño industrial y gráfico *Colección de Diseño Argentino*, en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires. Entre los distintos trabajos exhibidos, vi una retrospectiva del diseño industrial argentino, allí se mostraba una línea tiempo de la historia de la silla. Con gran honestidad se indicaba el origen de cada una y también se señalaban las sillas faltantes, invitando a los asistentes a que realizaran una donación en el caso de que tengan alguno de los ejemplares buscados.

Más tarde, el Museo organizó *Diseño gráfico argentino*, exhibiendo trabajos pertenecientes al período 1950-2000. Encontré más respuestas en la agudeza de la convocatoria; pero todavía quedaban incógnitas sobre el período pre-Ulm.

Posteriormente recibí una invitación del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires para ser el nexo que conectara la obra de nuevas generaciones, invitando a 24 profesionales cuyos diseños se encontraran comprendidos en el período 2000-2014, a fin de concretar la segunda exposición de Diseño Gráfico Argentino. Para la denominación de la exposición propuse el nombre Emociones binarias, me pareció que el nombre de alguna manera definía el signo de estos tiempos donde la emocionalidad y lo digital estaban muy presentes en el SXXI.

La puesta en marcha del proyecto requirió la coordinación de varias reuniones con la dirección del museo, y luego la selección de obras que se incorporarían a un patrimonio que refleja el trabajo realizado durante décadas, consistente en el acopio del material de diseño gráfico, su clasificación y conservación por el equipo técnico de la institución. Cono-

cer la colección de diseño gráfico del MAMBA me permitió apreciar en profundidad la obra de muchos diseñadores del siglo XX. La curaduría estuvo a cargo de Ricardo Blanco, y la visión de fusionar el diseño con el arte le correspondió a la nueva dirección del Museo.

U: ¿Sacaste alguna reflexión o conclusión de esa experiencia?

F: Participar en la organización de la convocatoria me sirvió para sacar la conclusión que el afiche es un excelente vehículo para narrar los orígenes del diseño en la Argentina habiendo material para narrar una historia de 100 años. También es necesario continuar completando las colecciones con donaciones, crear nuevas líneas de tiempo, superponerlas, relacionarlas, desafiarlas y exhibirlas en nuevas exposiciones. Tuve la oportunidad de conocer las instalaciones de la Fundación I-D-A (Investigación en Diseño Argentino), que trabajan en la recuperación, conservación investigación y puesta en valor del diseño argentino. El acervo patrimonial de documentos y objetos sirve como testimonio del desarrollo y evolución del diseño en nuestro país.

Muchas de las dudas sobre la historia del diseño gráfico en la Argentina se fueron disipando al ver materializado el trabajo realizado por el MAMBA. También los trabajos de investigadores o publicaciones independientes que indagan sobre el origen del diseño argentino o nuevas organizaciones dedicadas a la recopilación y catalogación. Hoy con un poco más de perspectiva puedo ampliar nuevas reflexiones sobre la ausencia del diseño pre Ulm, compilando algunas de las frases más repetidas por algunos docentes dentro de las aulas.

En estas frases no hay documentos escritos que las acrediten pero sí forman parte de la memoria oral: el diseño no es arte. El diseño no es publicidad. El diseñador es anónimo

y no debe estar presente en la obra. La cocina no se muestra. Prohibido utilizar la tipografía Avant Garde. Los alumnos con inclinaciones artísticas eran derivados a la Escuela Panamericana de Arte.

Desde mi punto de vista este enfoque no permitió encontrar puntos de contactos entre las aparentes divisiones. Existen evidencias que el diseño gráfico profesional se manifestó de forma clara previo a la década del 50, como la relación constituida entre diseñadores e impresores. A modo de hitos gráficos, sólo por citar alguno puedo citar el caso Grete Stern, Horacio Coppola, Attilio Rossi, Jakob Hermelín y Luis Seoane.

Esta combinación entre diseñadores e impresores dejaron de forma manifiesta libros que documentan cómo el diseño gráfico se implementó de forma profesional realizando publicaciones editoriales de excelencia, validando su calidad estética en la exposición organizada por el MoMa: *From Bauhaus to Buenos Aires*, como resume el título de la exposición dedicada a Grete Stern y Horacio Coppola en 2015, en el Museo of Modern Art de Nueva York.

U: ¿Cómo fue tu participación en el libro “Así se imprime un libro”?

F: Internet permitió a compartir contenidos con otros colegas que desarrollan líneas de investigación similares en el reconocimiento de las personalidades destacadas de los pioneros del diseño y las artes gráficas, como el caso de David Carbajal con quien tuve el gusto de intercambiar correos electrónicos. En los mails comentaba que en el libro *Libro de tapas*, Luis Seoane menciona a una serie de grafistas e ilustradores que él engloba como una segunda generación de creadores que salieron tras la época dorada de la edición en los 40.

«...un núcleo de artistas destacan su gusto en la artesanía tipográfica (Silvio Baldessari, Bonomi, Cerdá Carretero, Cotta, Gonda, Alfredo Hito, Carlos Hirsch, Iaquinandí Maldonado, Méndez Mosquera, Lidy Pratto, Rebuffo, Rosarivo, etc.), y hacen posible, aún a pesar de ese estancamiento técnico, la distinción del libro argentino.»

En el intercambio de opiniones y el envío de su del libro *Cómo se imprime un libro*, pude identificar un dato que me parece sustancial para la identificación de los pioneros del diseño en argentina, y es resaltando un aspecto de la figura de Grete Stern como diseñadora de la Bauhaus implementando su formación profesional al servicio de la industria argentina.

U: ¿Cuáles son las líneas de investigación que te interesan o crees que hay seguir trabajando?

F: Pienso que hay que destacar la importancia de la historia del arte y las vanguardias y la influencia que generaron dentro del diseño. Por ejemplo Max Bill y Tomás Maldonado fundadores de la escuela Ulm fueron artistas del arte concreto, sus pinturas de abstracción geométrica funcionaron como un movimiento de fractura a la figuración, aportando al diseño el uso de los colores plenos y las tipografías de palo seco tan características en el diseño argentino.

Investigar sobre los protagonistas de las artes gráficas y los distintos artistas que participaron en la escena del diseño y sus colaboraciones es una manera de continuar con la identificación de los distintos estilos que van configurando nuestra identidad.

Los pueblos originarios, el mestizaje. Del lado de acá, del lado de allá. Los migrantes, los inmigrantes. Los que volvieron, Los dinosaurios, los desaparecidos, los exiliados, los auto exiliados, fueron delineando este cambalache hermoso en continua redefinición que se llama argentina.

100 AFICHES: 10 RECURSOS EXPRESIVOS

17

En general, las publicaciones dentro del universo bibliográfico del Diseño suelen ser agrupadas en dos conjuntos. Por una parte, se encuentran los textos dedicados a la investigación de distintos aspectos disciplinares. Por otra, numerosos textos adoptan un enfoque pedagógico desde el que se enseñan métodos y técnicas para la confección de distintos tipos de piezas gráficas. Son pocos los casos en los que ambas dimensiones se combinan en una misma publicación. Esto fue lo que nos motivó a incluir la presente obra en nuestra Colección de Diseño, siendo la primera publicación de autor de la misma.

Conocimos el trabajo de investigación de Fabián Carreras a través de la revista tipoGráfica y de sus columnas en la revista Crann. Posteriormente, gracias a su ponencia expuesta en las Jornadas de Investigación de nuestra Facultad en 2017, estudiantes y colegas pudimos tener un contacto directo con sus producciones.

En este libro, Carreras se centra en ofrecer un abordaje del afiche desde múltiples ángulos. Desde la creación, nos introduce en una selección de 100 afiches de su autoría. Desde la praxis, propone una taxonomía a partir de «diez recursos expresivos» y sugiere una serie de pasos para el diseño de un afiche.



Lic. Rut Vieytes

Decana

Facultad de Ciencias de la
Comunicación (UCES)

100 AFICHES

Repositorio Institucional UCES