

# Las colecciones y los archivos, según Rubén Fontana

---

By Fundación Ida

El diseñador gráfico y tipógrafo argentino repasa los íconos del diseño y evalúa el rol del Estado, las instituciones y los actores privados en la protección del patrimonio.



Rubén Fontana

### **–¿Cómo nació el diseño en Argentina?**

–Seguramente surgió como un reflejo del desarrollo que se produjo en Europa sobre las primeras décadas del siglo XX y a la luz de la escuela Bauhaus. En Argentina, la educación formal para el diseño fue tardía; el diseño se instaló durante las décadas del 50 y el 60 pero desde el oficio.

Sus protagonistas provenían de agencias de publicidad o eran egresados de escuelas de Artes o Arquitectura. Para esa época, se concretaron las carreras de la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo) y la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Veinte años después, cuando la Universidad de Buenos Aires (UBA) incorporó el diseño como carrera, pasó a ser definitivamente reconocido e instalado en la sociedad.

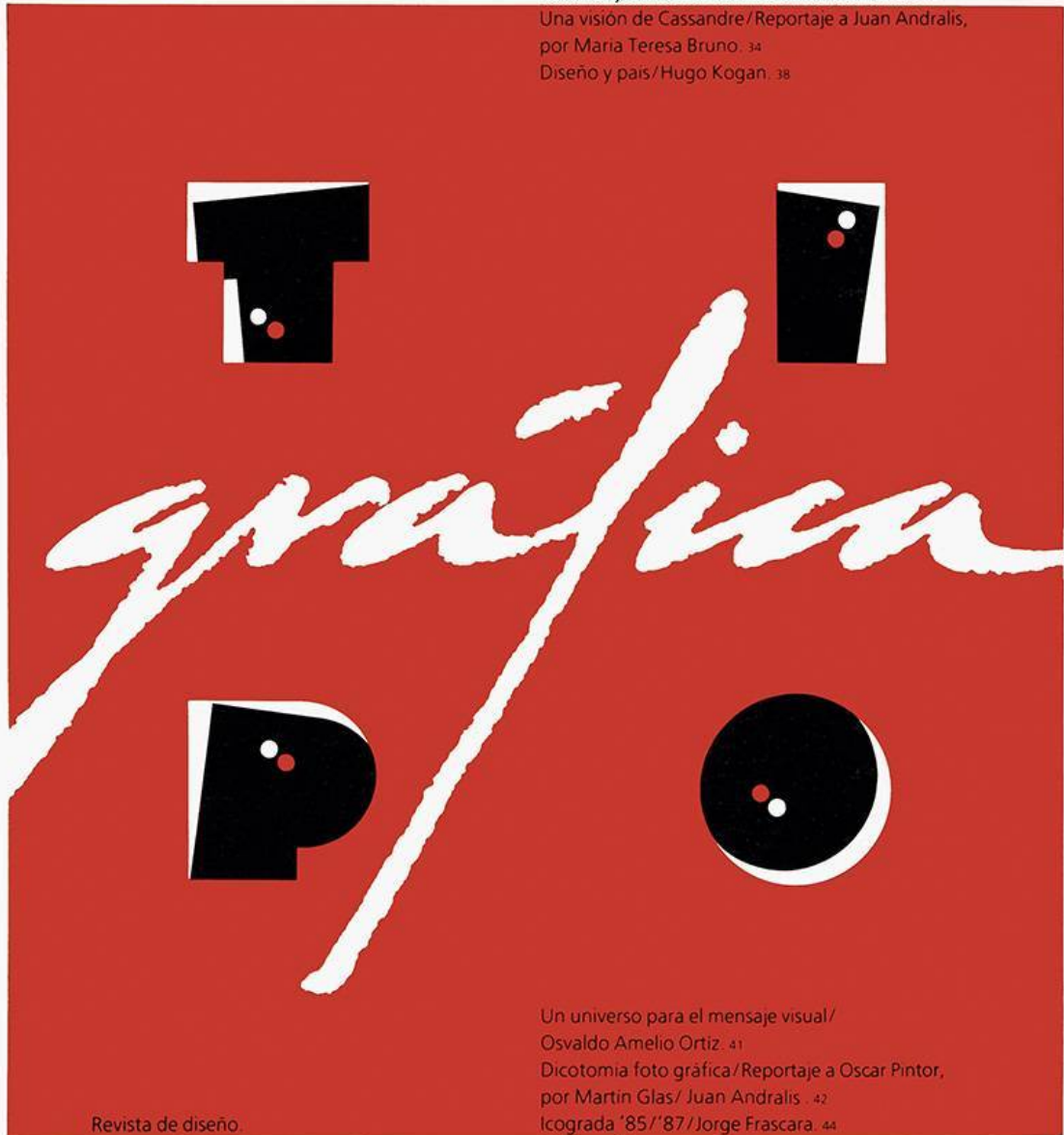
### **– ¿Cuáles son para usted los íconos del diseño argentino?**

–Para mí, los íconos son el grupo Arte Concreto-Invención y la revista Nueva Visión; el departamento de Diseño Gráfico del Instituto Torcuato Di Tella; Agens Publicidad; la revista tipoGráfica; una cantidad de actores que de manera individual y por vocación abrazaron el oficio en aquellos primeros momentos; las carreras de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la UBA; y otras universidades, escuelas o empresas que acompañaron su inserción.

TipoGráfica

comunicación para diseñadores

La carrera de diseño gráfico en la UBA/Reportaje a  
Guillermo González Ruiz/Con notas de alumnos. 4  
Reportaje a Claude Garamond/Rubén Fontana. 8  
Cuando el packaging es el producto/E. Cánovas. 12  
Las nuevas tecnologías de la imagen:  
esa vieja idea/N. Schnaith. 16  
El sentido de ser del diseño/Silvia Fernández. 18  
Diseño y moda/Norberto Chaves. 20  
La dieta llegó a la familia tipográfica/M. Mazzei. 20  
Retórica y comunicación visual/Cecilia Iuvaro. 32  
Una visión de Cassandre/Reportaje a Juan Andralis,  
por María Teresa Bruno. 34  
Diseño y país/Hugo Kogan. 38



Revista de diseño.  
Número 1, julio 1987, Buenos Aires.  
nueve australes

Un universo para el mensaje visual/  
Oswaldo Amelio Ortiz. 41  
Dicotomía foto gráfica/Reportaje a Oscar Pintor,  
por Martín Glas/ Juan Andralis. 42  
Icograda '85/'87/Jorge Frascara. 44  
Bibliográfica. 45  
Algunas reflexiones sobre La Gráfica/N. Jiménez. 46  
Informa. 47  
Suplemento TipoGráfica New York/  
Adrian Levin y Diego Vainesman. 21

Tapa de la Revista tipoGráfica Nº 1.

**tipoGráfica**

comunicación para diseñadores

Pequeña teoría del cartel/Norberto Chaves **1-1**

De la Helvetica a la Haas Unica/André Gürtler,  
Christian Mengelt y Eric Gschwind **1-1**

xxxv selección del Type Directors Club/

Coordinación: Diego Vainesman. Opiniones de:  
Robert Cox, Georgia Deaver, Karrie Jacobs, Robert  
Knecht, Klaus Schmidt, Rubén Fontana  
y Ed Benguiat **1-1**

Evolución de la página impresa (1)/Cecilia Iuvaro **1-1**

Refinamiento de espacios/Martin Solomon **1-1**



**Revista de diseño**

Número 9, noviembre de 1989, Buenos Aires.

Señal de diseño/Ronald Shakespear **1-1**

Identidad cultural y diseño/Ricardo Blanco, Mario  
Mariño y Arturo Montagú **1-1**

Joel-Peter Witkin/Coordinación: Humberto Rivas **1-1**

Informa **1-1** BiblioGráfica **1-1**

Tapa de la Revista tipoGráfica Nº 9.

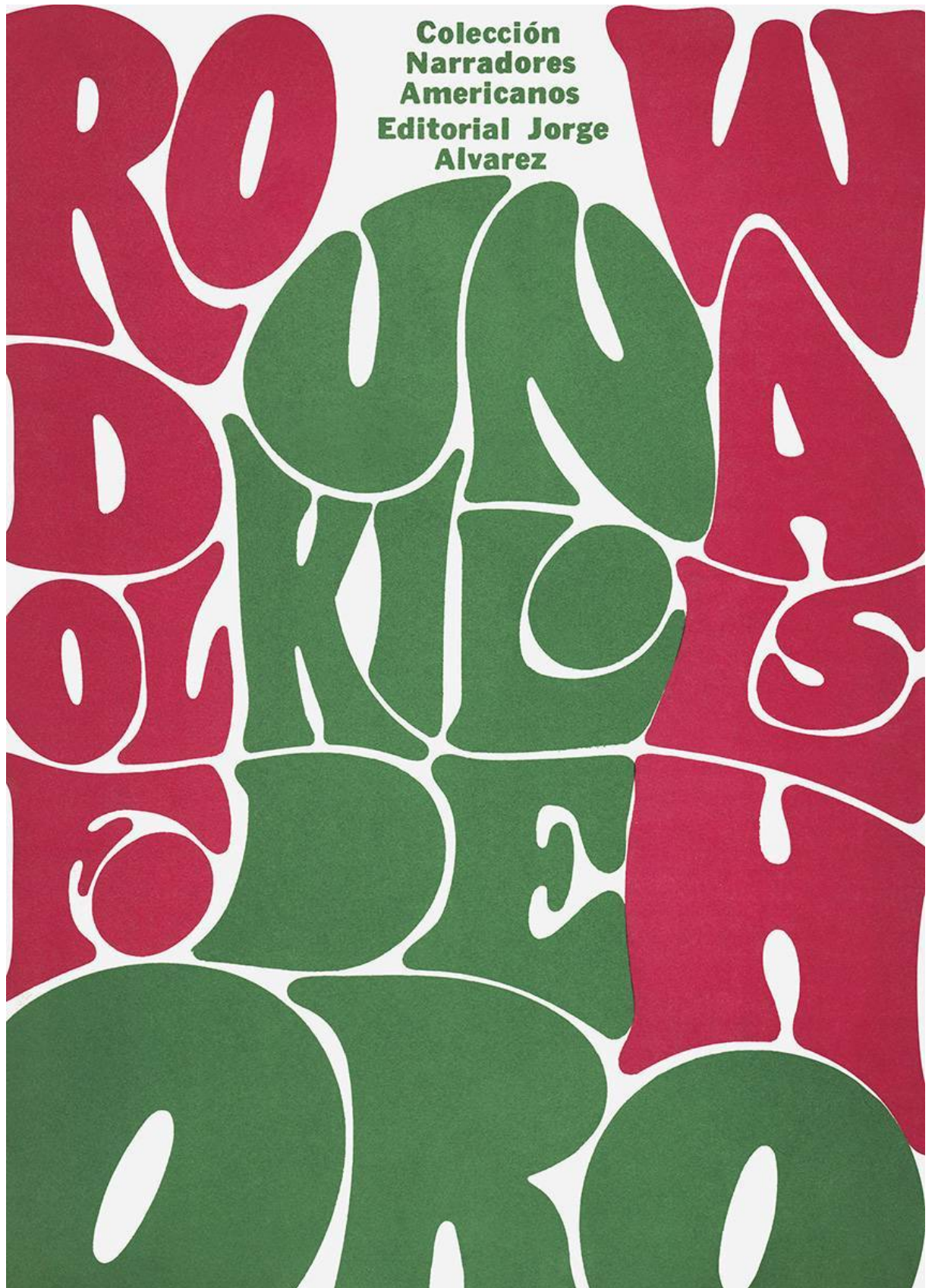
**—¿Cuán trascendente cree que es la conformación de archivos y de colecciones de diseño?**

–En el país los antecedentes son muy recientes y no del todo conocidos como para poder medir su trascendencia, pero los archivos y las colecciones conformados en el exterior ratifican la importancia de documentar el devenir de la profesión como factor cultural de una sociedad en desarrollo.

**–¿Qué condiciones debe tener una institución para resguardar la memoria del diseño?**

–La primera condición es ser confiable, tener un funcionamiento transparente, abrir su patrimonio a los sectores interesados –como alumnos, investigadores y periodistas– y buscar alternativas para ser útil a la sociedad en general. Como cualquier otra institución de bien público, debe procurar un funcionamiento abierto y utilitario.





Tapa del libro *Un kilo de oro* de Rodolfo Walsh, diseñada por Rubén Fontana.

# HAPPENINGS

**Oscar Masotta  
y otros**

con hechos y  
textos de:  
**Marta Minujin  
Alicia Páez  
Roberto Jacoby  
Eliseo Verón  
Eduardo Costa  
Madelá Ezcurra  
Raúl Escari  
Octavio Paz**

**Editorial  
Jorge Alvarez**

Tapa del libro *Happenings* de Oscar Masotta y otros, diseñada por Rubén Fontana.



### **–¿Necesita la comunidad un museo de diseño?**

–Una sociedad necesita un museo de diseño como necesita una biblioteca, una pinacoteca u otras formas de archivos que permitan reconocer, catalogar, organizar y exponer los saberes adquiridos, más cuando estos están directamente vinculados a su historia.

### **–¿Qué roles cumplen el Estado y los privados en la protección y la puesta en valor del diseño?**

–Las instituciones, en general, deberían proteger e impulsar el diseño por ser un factor vinculado al momento histórico. Así como están las que se ocupan de la educación, del mismo modo deben haber otras que protejan los antecedentes que nos condujeron al estadio actual y fomenten su aplicación práctica. Para concretarlo, también es necesario un proyecto de país cuyo desarrollo considere las distintas partes de forma integral, dado que sería difícil que el diseño instale sus valores independientemente de un contexto que lo demande.



Rubén Fontana

### **–¿Por qué considera que privados e instituciones internacionales tienen interés en el diseño histórico argentino?**

–Hay objetos y respuestas del diseño argentino de innegable valor que despiertan interés cultural específico en cualquier lugar del mundo, pero a veces este tiene que ver con la acumulación de valores, el coleccionismo, y ubica al diseño como un objeto mercantil y exótico: la intención podría ser, entonces, más que un registro cultural, un acopio de características lucrativas. Sin proyectos de investigación y de propuestas de utilidad



académica, una colección no tiene más valor que el especulativo, aquel que le aporta el mercado y la acumulación.

**–¿Qué trama institucional debe generarse para la investigación, la conservación, la puesta en valor y la difusión del diseño local?**

–Idealmente, debería existir una relación que vincule las casas de estudio con los investigadores, los historiadores, los curadores, los críticos especializados en la actividad, los alumnos de las carreras de grado y los profesionales, que son los que detectan en el accionar cotidiano su evolución.

**–¿Qué papel juegan los medios de comunicación en la concientización sobre el patrimonio del diseño?**

–No estoy seguro de que, en este momento, los medios de comunicación tengan claridad conceptual sobre el tema para hacer un aporte ni que las condiciones generales actuales de nuestra sociedad permitan comunicar la potencialidad del diseño. Una institución dedicada a proteger el patrimonio debe transmitir, con transparencia, sus objetivos a mediano y largo plazo a los comunicadores para que estos y la sociedad toda pueda relacionar la actividad vinculando indivisiblemente diseño-país-desarrollo y, de esa manera, se reconozca la credibilidad y la identidad de cada propuesta.



*50 años de alfombras argentinas.*

Published on 20/07/2021



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/las-colecciones-y-los-archivos-segun-ruben-fontana>

