

Estilo Tipográfico Internacional en Argentina

En el año 1954 los arquitectos Carlos Méndez Mosquera, Hardoy y Rey Pastor, fundaron en Buenos Aires Cícero Publicidad. De la agencia Cícero son remarcables las campañas gráficas para la empresa Fate, desde el logo hasta sus avisos y sus logrados calendarios. Méndez Mosquera explicaba que: "Fate era y es la compañía de neumáticos argentina, la única compañía argentina. Sus competidores son todos extranjeros: Goodyear, Firestone, US Royal, Pirelli, etc.". Fate se posicionó desde 1963, a través de estas campañas publicitarias, como el neumático argentino.



En los comienzos de los '60 se produce un cambio generacional y conceptual en el diseño gráfico argentino, no sólo en lo formal, sino que hay una evolución desde los principios del concretismo, pasando por la gráfica suiza.



Agens Campaña publicitaria para SIAM, 1963-1968. El texto dice: "Tres constantes Siam: Diseño. Producción en serie. Control de calidad". Los tres conceptos han sido representados a través de la marca. Una resolución muy sencilla para transmitir las cualidades de la empresa SIAM.

En 1961, consciente del valor del logo de una empresa, Guido Di Tella organiza un concurso para generar la marca de la empresa SIAM Di Tella y resulta ganador el proyecto del Estudio Onda. Este estudio, integrado por los arquitectos Rafael Iglesia, Carlos Fracchia y Lorenzo Gigli, fue autor del logotipo de SIAM y su manual de normas para su utilización. El manual explicaba la implementación de la marca en toda la producción de la familia Di Tella. Allí se señalaban los valores que SIAM recuperaba: calidad, confiabilidad, industria argentina, proyectos pioneros. El trabajo fue acompañado por un estudio que buscaba medir la recepción de la nueva marca en el público consumidor de productos SIAM. Este fue un trabajo pionero de imagen empresarial en la Argentina.

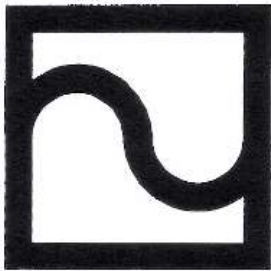
Paralelamente, Basilio Uribe –director del CIDI (Centro de Investigaciones en Diseño Industrial)- hace lo mismo para la marca Colorín, y el concurso vuelve a ser ganado por el estudio Onda. En aquella ocasión, se efectúa además un estudio cualitativo para comprobar el impacto de la marca en los consumidores. De alguna manera, se iniciaba un recorrido para el diseño gráfico, comprendido como un factor de la producción, cuya principal referencia era la línea de productos Braun –que había sido desarrollada precisamente en la HfG de Ulm-.

Ese mismo año, tomando a Braun y Olivetti como precursoras, Guido Di Tella decide la creación de una agencia que atendiera toda la publicidad del holding SIAM. Para ello convoca al arquitecto Poyard. Así nace Agens. En 1963, invitado por Guido Di Tella y Poyard, asume la reorganización de Agens Carlos Méndez Mosquera.

Fue allí donde participaron o se iniciaron varios diseñadores gráficos como Nicolás Jiménez, Carlos Rolando y Pino Milás. También Rubén Fontana, José María Heredia, Juan Andralis, Roberto Páez, Rogelio Polesello y Rómulo Macció, quienes realizaron campañas publicitarias. Para Agens también realizaron trabajos Ronald Shakespear y Guillermo González Ruiz.

Si bien son destacables los avisos que realizaron estos últimos, la imagen gráfica de SIAM, tuvo una coherencia y calidad muy diferenciada de otras similares, respetando siempre las pautas de comunicación previamente establecidas.

En 1962 Carlos Méndez Mosquera funda Summa, la revista decana de la arquitectura y el diseño en Argentina. En ella participó en el área gráfica, Lala Méndez Mosquera quien fue directora por muchos años, también fueron diseñadores de Summa Sara Torosian, Nicolás Jiménez y Eduardo López. Los números 1 al 6 de la revista tuvieron un tratamiento gráfico que retomaba ciertos paradigmas de la gráfica suiza. La N°1 está realizada con sólo el nombre en negro en vertical en helvética, este contraste se reforzaba con los brillos de la cubierta de celofán. El rigor que mostraba en la tapa, se reforzaba en el interior y sobre todo en el tratamiento y ubicación de los avisos. Summa fue una expresión acabada de alto nivel gráfico. En esos años el diseño gráfico se instaló en las agencias de publicidad.



Carlos Fracchia Marca del Estudio Onda (estudio de arquitectura, diseño industrial y comunicación visual).



Carlos Fracchia Isotipo del Instituto Di Tella, basado en un motivo medieval de tres barras paralelas, que sugieren el concepto de intelecto activo.



Carlos Fracchia Marca Colorín, industria de pinturas y materiales sintéticos. Recuperación de la elipse de la anterior marca y reiteración de la letra "C".

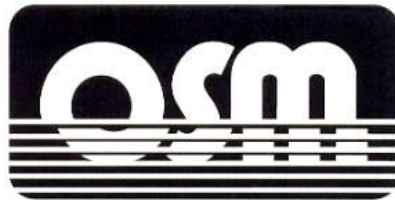


Carlos Fracchia Marca de Electrodinie, industria eléctrica pesada y transporte de energía.

Mendoza también ha sido testigo de la influencia del Estilo Tipográfico Internacional a través de las marcas diseñadas por destacados profesionales de nuestro medio, quienes además, se han desempeñado como docentes en la carrera de Diseño de la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo.



Luis Sarale Isotipo Secretaría de Turismo de Mendoza, 1981



Gladys González y María Inés López
Marca de Obras Sanitarias Mendoza 1981 Los caracteres de la sigla OSM, han sido utilizados para representar la refracción que produce el agua, aludiendo mediante este recurso a las piletas de purificación.



Ricardo Colombano Marca del complejo turístico de alta montaña "Ayelen". La representación de la montaña conformada por las pistas de esquí, da origen a la letra "A".

Bibliografía:

Devalle, V. (2009). La travesía de la forma: emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984). Buenos Aires: Paidós.

Méndez Mosquera C. (2015) Diseño gráfico argentino en el siglo XX. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Academia Nacional de Bellas Artes (2005). Historia General del Arte en la Argentina. Tomo X. Buenos Aires: La Stampa.