

Ilustraciones

GRAFEN

INTERN

INGER

along with you.

MYTHOLOGY

DIE

ATIONALE

E IMPORTADOS

LOISES

CO

MERCREDI

MING IN

ADG

NUMERO 6 AÑO 1 DIC. 1991





DEL CREATIVO
A LA IMPRESORA...
UN SOLO PASO



Av. Uruguay 1529 - Tels.: 40 91 91 al 93
Fax: 40 91 94 - CROMODATOS: 40 91 95
MONTEVIDEO - URUGUAY

ADG

"ASAMBLEA TEATRAL"

El pasado 7 de Diciembre, en fecha que ya era histórica, se reunió la Primera Asamblea General Ordinaria de la Asociación de Diseñadores Gráficos Profesionales del Uruguay. ADG fué fundada hace un año, y la integran actualmente 150 diseñadores gráficos. La función tuvo lugar en el Teatro del Centro, en pleno escenario, y bajo los spot se instaló la mesa de la Comisión Directiva. Desde las butacas de la platea, los diseñadores gráficos evaluaron y debatieron los temas formulados en el orden del día.

El Presidente Arteaga propuso la aprobación del Acta Fundacional (1990) que registró los estatutos y la integración de las primeras Comisiones Directivas y Fiscales, lo que se votó afirmativamente. Seguidamente, Arteaga desplegó el informe anual y fue dando la palabra a quienes desarrollaron los asuntos planteados.

Prieto dió cuenta del tema educación, planes de estudio y futuro título de diseñador gráfico. Asimismo evaluó los niveles actuales en carreras que se realizan en UTU, Centro de Diseño Industrial, UCUDAL y ENBA. Ferreira recalcó la necesidad de promover el debate público en torno al tema, y que se rescate la educación del discurso cerrado.

Bellagamba hizo referencia a la situación financiera de la institución.

El Balance Anual, informado favorablemente por la Comisión Fiscal - Alvarez, Fuentes, Lowy - fue aprobado por la Asamblea.

El boletín mensual de ADG del que se han publicado cuatro números y serán seis antes de fin de año, dió lugar a buen cambio de ideas entre los asambleístas. Sayagués opinó que el boletín ya tiene mejor nivel que el que se publica en Buenos Aires.

Seguidamente, se consideró el proyecto de Aranceles que fue exhaustivamente planteado y analizado por Larghero, quien expresó que se trata de una base referida a los tiempos y los rubros. Se refirió a la hora creativa su característica espacial y elástica.

Hubo acuerdo en que se trata de valores mínimos. Lowy manifestó que la propuesta es un "referente" que protege "de abajo hacia arriba", sobre todo a los diseñadores gráficos que se inician. Detalladamente se habló de sellos postales (Alvarez); valores, billetes, acciones (Larghero) y packaging. Esto último dió lugar a consultas de Ardemagni.

También se abordaron los temas referidos a bocetos y avisos de prensa. Acquistapace planteó la necesidad de crear contratos tipo y la posibilidad de establecer un "clearing de clientes". Russo se refirió a la necesaria docencia hacia los clientes. Lavecchia y Hernández dieron su opinión sobre los precios que establece el Arancel propuesto, y Ardemagni hizo el paralelo entre lo que puede, por ejemplo, cobrar un fotógrafo y un diseñador gráfico. Emmeneger y Fuentes expresaron que la defensa del Arancel es la defensa de la profesión. Recalcó Fuentes: "a un médico nadie le discute un apéndice o un resfrío"... También Fló dió su opinión en el sentido de que el Arancel debe ser una guía y no una imposición. Lowy recordó el "narcisismo" que a veces afecta a los "obreros del lápiz". Finalmente se aprobó el Arancel propuesto, con la aclaración de que se solicite a los que no asistieron la aprobación o el planteo de sus observaciones. Larghero resumió el tema: "Los diseñadores gráficos deben saber vender su trabajo". El Arancel aprobado es el de los precios que vale como base para los asociados de ADG. Se estudiará el caso de quienes trabajan como diseñadores gráficos asalariados.

Ya pasado el mediodía - la asamblea había comenzado a las 10 de la mañana - entre sandwiches y refrescos que aportó Laura, se entró a considerar el proyecto de Código de Etica. Este fue informado por Fuentes, quien expresó que se había trabajado en base a documentos de ICOGRADA ya

ADG

Asociación
de Diseñadores Gráficos
Profesionales del Uruguay
Miembro Corresponsal
de ICOGRADA

Nº6 AÑO 1 DICIEMBRE 1991

Plaza Cagancha 1356/204, CP 11100,
Montevideo-Uruguay, Casilla de
Correo 945 Tels.: 90 42 56 - 90 23 38,
Fax: (5982) 90 33 39.

Consejo Editor: DG Domingo Ferreira,
DG Rodolfo Fuentes,
DG Marcos Larghero.
Secretario de Redacción: Juan Prieto.
Fotomecánica: Cromograf.
Impreso: Intergraf. DL: 247700/91

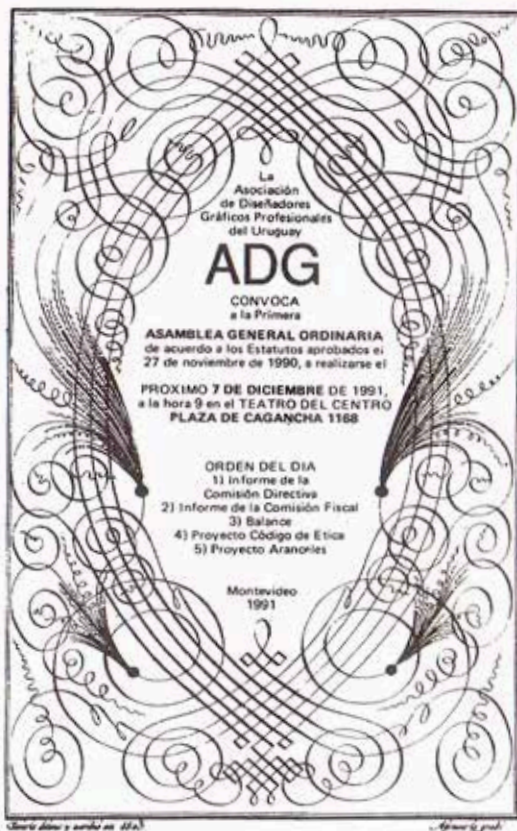
Los editores no se hacen responsables
por las opiniones vertidas por los autores
de las notas firmadas.

En tapa: Ilustración inédita, Domingo
Ferreira, técnica mixta.



Aviso aparecido en "La Razón" de 1885
anunciando las actividades, posiblemente,
de la primera agencia de publicidad en el
Uruguay.

LIBROS Y PUBLICACIONES
DE DISEÑO GRAFICO,
DISEÑO, FOTOGRAFIA,
COMICS, PUBLICIDAD
Y ARQUITECTURA



que ADG es Miembro Corresponsal de esa entidad internacional. A esta altura se adoptó una postura reflexiva sobre si convenía aprobar o provisoriamente tomar conocimiento del código. Como dijo Lowy "que la gente se bañe de lo que se dice"...


Prieto recalcó la necesidad de aprobar el documento, para poder desde ya elaborar los contratos tipo, que son el medio para aplicar con eficacia comercial los Aranceles. Se consideraron en particular todos los artículos del Código y se incorporaron algunas modificaciones y aclaraciones. Rodríguez mocionó para que "se apruebe el proyecto de Código de Ética con las enmiendas propuestas y que a la próxima Asamblea General Ordinaria se planteen otras enmiendas si las hubiera". Se votó afirmativamente.

La última hora de la Asamblea fue dedicada a tratar el tema de la Propiedad Intelectual y los Derechos de Autor. Arteaga y Prieto explicaron a los asistentes lo actuado ante asesores especialistas en la materia. También se refirieron al trabajo de la Comisión Especial de la Cámara de Representantes que tiene a estudio este asunto. Aclararon que Uruguay estuvo representado en el Congreso Mundial realizado en España. Prieto aclaró que el objetivo es conseguir que ADG tenga la tutela de la propiedad intelectual de sus asociados y que, eventualmente, pueda actuar como lo hace AGADU, en su campo específico. Próximo a las 4 de la tarde, en un clima cordial, se levantó la Asamblea. Los diseñadores gráficos sospechan que próximamente los actores teatrales se reunirán en alguna imprenta.

ADG agradece a Teatro del Centro, el préstamo de su Sala, Escenario y Platea. Promete volver a reunir su Asamblea en forma "teatral" el año que viene.

DG Jorge Rodriguez

COLONIA 883
TEL. / FAX (5982) 92 29 76

REPRESENTANTE EXCLUSIVO  ROTOVISION

DO"MINGO" FERREIRA

Nació en Tacuarembó, en 1940.

Es autodidacta. Desde 1963 ha dibujado en semanarios y diarios de Montevideo. Aquí y en Buenos Aires, ha diseñado carátulas de libros para varias editoriales.

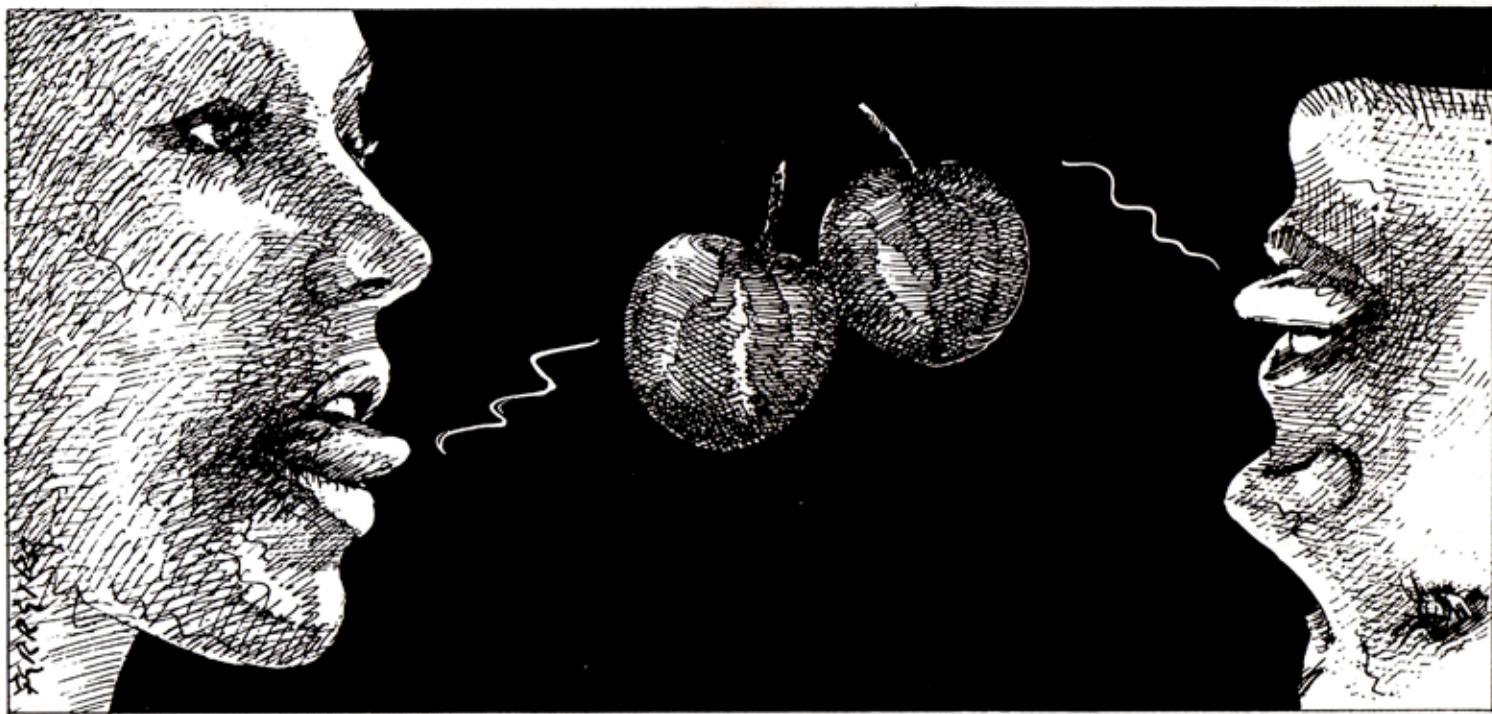
- Mingo, tu carrera la comenzaste como ilustrador, luego te has ido orientando más hacia el diseño gráfico... ¿Cómo y por qué ha sucedido esto?

- Mi relación con el diseño gráfico es posterior a la que tengo con la ilustración; ella ha tenido sus encuentros y sus desencuentros. Te diría que me sigue interesando la ilustración, y me interesa el diseño gráfico con su amplio espectro en el que la anterior está incluida.

Cabe puntualizar que, en un país donde la crisis económica forma parte de la realidad cotidiana desde que yo comencé a trabajar, es muy diferente definir el diseño gráfico de lo que puede serlo en un país desarrollado. Lo que nosotros entendemos por diseño gráfico, es la creación de ciertos códigos visuales que van de la mano del desarrollo. En el tercer mundo no creamos diseño gráfico, más bien lo vivimos como una parte de esa cultura tecnológica que nos llega.

- ¿Me estás diciendo que el diseñador gráfico funciona como una especie de central de retransmisión, que se limita a adecuar determinados códigos para luego difundirlos?

- El tema es complejo. Por mi experiencia de trabajo, en este medio y en la Argentina, digo que el tema del diseño gráfico es aquí algo muy reciente como elemento dentro de la cultura. Estamos en el sólo un pequeño grupo a quienes nos atañe



FOTOCOMPOSICION

(BUENOS TIPOS)



CIUDADELA 1418 - ESC.6 P.B.
TELS. 98-2065 / 98-2226 / TEL./FAX : 90-2337
11100 MONTEVIDEO / URUGUAY

directamente, y que somos los que intercambiamos información al respecto. Nosotros nos apoyamos, nos prestamos publicaciones, nos hacemos críticas mutuas pero, en definitiva, las referencias importantes están siempre afuera. A través de los medios de masas o de publicaciones, recibimos un flujo muy pesado de información, que se convierte en una influencia inevitable. Un problema serio aquí es acceder a trabajos en los cuales uno sienta que efectivamente está creando. Este tipo de trabajos, quizás no supere el 20% de lo que se debe realizar; estamos muy condicionados.

- ¿Cuál debe ser el rol del diseñador gráfico en Uruguay?

- En primer lugar, y aunque resulte muy genérico, se trata de ser honesto consigo mismo. Por otro lado, hay una responsabilidad compartida entre el diseñador gráfico y un mercado que debe tener cierta iniciativa. Yo, más que de un rol, hablaría de los roles del diseñador: Uno, en la relación con su propio trabajo. Otro en su relación con el medio, para difundir los criterios de lo que entiende por un buen diseño gráfico. En este sentido, considero fundamental la formación de ADG. La Asociación nuclea por primera vez a gente de nuestra actividad para crear un perfil profesional que antes no existía. Volviendo a una pregunta anterior, acerca de mi relación con la ilustración y el diseño gráfico, quiero decirte que más allá de la conflictiva que pueda tener cualquier creador, hay un conflicto con el medio. Yo no trabajo en ilustración, que me interesa mucho, por una falta de mercado. Cuando hablamos de diseño gráfico, no podemos ignorar las conexiones de ese concepto con la realidad; esa conexión es conflictiva y, en muchos casos, frustrante. Algunos han logrado insertarse mejor que otros en nuestro pequeño mercado pero la realidad general es bastante evidente. En mi caso personal, siempre quise desarrollarme dentro de la ilustración. Esto implica trabajar para periódicos o para la industria editorial. En el caso de los periódicos encontramos que las ilustraciones funcionan como un elemento de relleno que, casi siempre, es saboteado por una diagramación inexistente o que se maneja con criterios de 40 o más años de antigüedad. Creo que único diario con una concepción actual de

diagramación es "El Observador". Si consideramos a la industria editorial también nos encontramos con ese enorme atraso y, sólo excepcionalmente sucede que una tapa de un libro, por ejemplo, permite cierta creatividad. Es decir, es encargada con el tiempo y la remuneración necesarios para que el trabajo se encare creativamente. Esta es la causa del desnivel que se nota al comparar los libros editados en Uruguay con los que vienen del exterior. En fin, no quiero pintar un panorama totalmente negro, pero si se quiere cambiar la realidad es necesario saber donde estamos parados.

- En Uruguay no existe la carrera de Diseñador Gráfico ¿Cómo se llega a ser un profesional en nuestro medio?



- Mi experiencia, que puede parecerse a la de otros, pasa por el descubrimiento de los anuarios de diseño gráfico que venían de Alemania o EE.UU.; por el descubrimiento de tremendos ilustradores, que conocí a través de anuarios de ilustración, y por el descubrimiento de la revista "Graphis" que anualmente presentaba al núcleo más importante de diseñadores gráficos de Europa. Es entonces, y hablo de la década del 60, que sucede una revaloración de los criterios que establecían una separación entre la plástica, en el sentido tradicional del término, y la cultura de las historietas, los posters o el dibujo animado. Así llegamos a lo que hoy sucede en cuanto a que ya nadie duda de que una historieta o una ilustración pueden tener mucho más valor creativo que una exposición de cuadros en una galería. Para los que estamos en el diseño gráfico esto es un estímulo y un desafío que siempre tenemos presente. Luego debe confrontarse ese desafío con las condiciones que la realidad impone.

- Si pudieras formar a los diseñadores gráficos bajo tus propias condiciones, ¿Por dónde comenzarías?

- Comenzaría por la escuela primaria. Vería ahí de crear una conciencia del diseño gráfico como una expresión fundamental de la cultura contemporánea. Los medios masivos hacen que la gente reciba constantemente un caudal enorme de información. Eso constituye un fermento considerable que, sin embargo, llega en forma desordenada y sin posibilidades de aplicación. En mi caso, me ha costado mucho crear líneas expresivas con las que

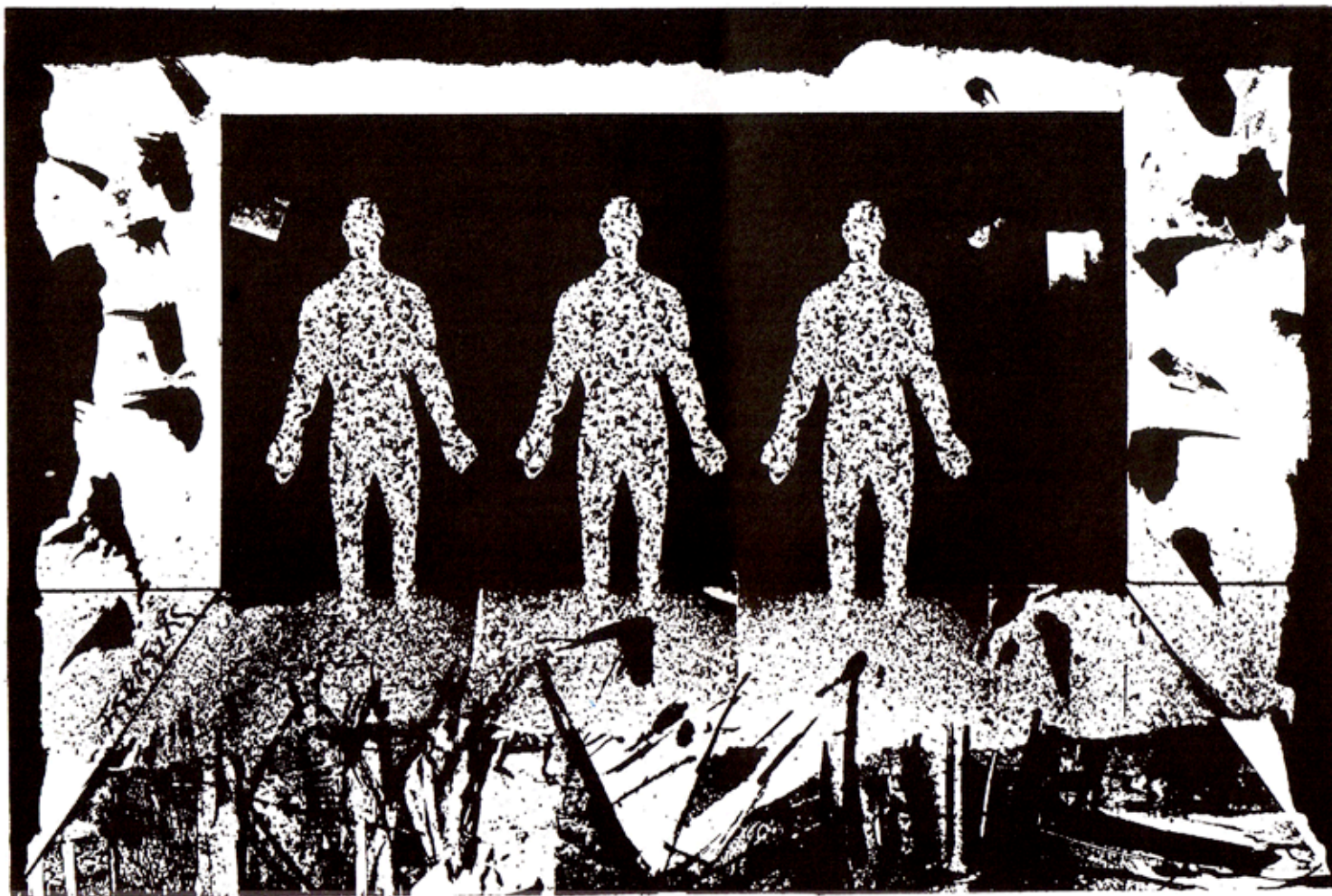
me identifique; en todo caso, es también una ventaja, ya que significa una búsqueda constante.

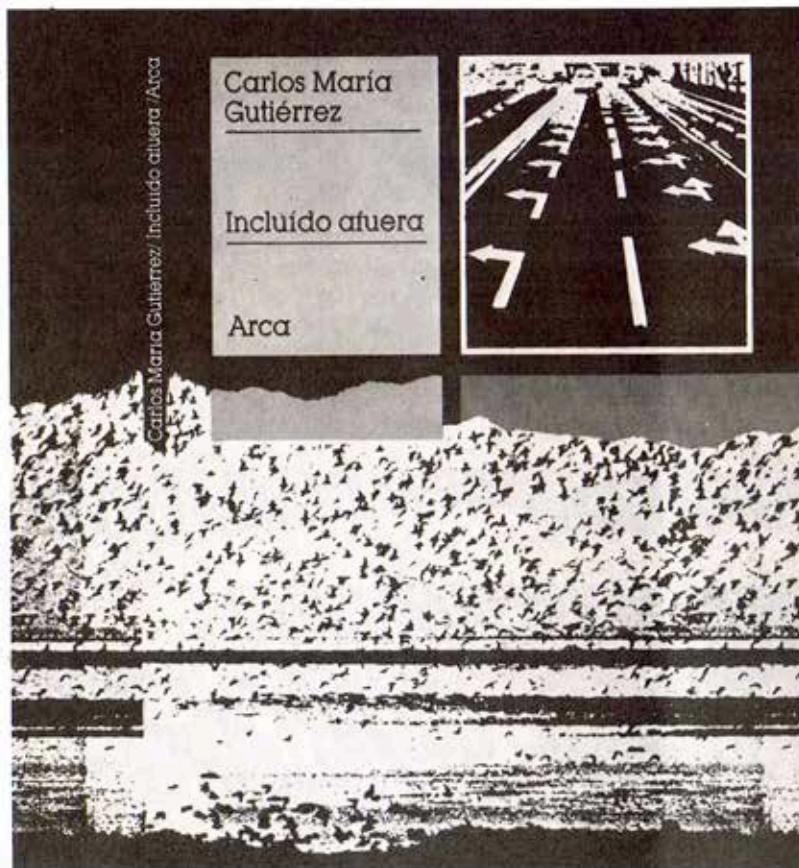
- ¿Existe el diseño gráfico uruguayo?

- No. Por lo menos no como algo integrado y funcionando dentro de nuestras formas culturales. Para llegar a eso queda mucho por recorrer.

- ¿Qué puede hacer ADG en este contexto?

- Difundir y afirmar el buen diseño gráfico y, en cierto momento, comenzar a formar diseñadores





- ¿Cuál es la rama del diseño gráfico que profesionalmente más te satisface?

- Lo que más me interesa como trabajo es el diseño editorial, donde existe una vinculación entre la parte tipográfica y la ilustración. Esto me hace recordar a un diseñador gráfico brasileño que considero muy importante: Mirán, quien ha hecho en Curitiba un trabajo interesantísimo. En su caso se unen un buen diseñador gráfico y un buen dibujante, cosas que no siempre van de la mano. Mi ideal es poder reunir estos dos aspectos lo cual, por otra parte, es bastante difícil.

- Me he sorprendido de no ver una sola imagen en tu casa. ¿A qué se debe esa voluntad de tener las paredes totalmente blancas?

- Me gusta tenerlas así. Una pared blanca es también un buen diseño, un diseño al revés, un diseño por ausencia.

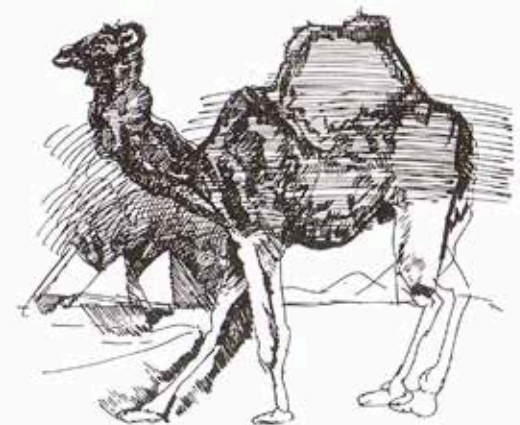
Entrevista Juan Prieto

8

gráficos. Debemos además conocernos, dejar un poco la chacrita para así sacar provecho del nucleamiento. El crecimiento de nuestro núcleo, será el crecimiento del diseño gráfico.

- Volviendo a lo personal, contáme ¿quiénes han influido más en tu vida profesional?

- Me siento identificado con la óptica de la sociedad contemporánea que tienen algunos ilustradores que, a veces, son también diseñadores gráficos. Un ejemplo es Heinz Edelmann, otro es Alan Cober quien, curiosamente, no es un tipo muy conocido, pero posee una capacidad de síntesis y una dramática expresividad que nunca pierden vigencia. Podría nombrar a otros, pero ellos dos son para mí puntos de referencia permanente.



JUAN ACHA

SOBRE EL DISEÑO

(continuación)

El proceso tecnológico-industrial nos viene a evidenciar que los diseños han de cumplir con cuatro condiciones para existir, cada una de tiempos, modos y duraciones distintas:

1- Un avance tecnológico, capaz de suscitar una división técnica del trabajo y apareja una nueva especialidad o diseño. El avance puede ser la invención de procedimientos o productos, así como la transformación o abolición de algún producto o actividad.

2- La industrialización masiva del avance anterior. Esto sucede cuando aparece la electricidad y cuando las masas exigen la producción industrial masiva. Los diseños van unidos a ésta de una manera inevitable.

3- La toma de conciencia de la necesidad de estetizar los productos industriales, para instituir y difundir por vez primera en la historia, el concepto de objeto bello por su funcionalidad práctico-utilitaria o, lo que es lo mismo, por su elementalidad geométrica. Antes lo artístico era, por definición, lo ornamentado.

4- La sistematización del aprendizaje de las actividades del diseñador, centrada en la geometría (punto, línea y plano). Es cuando en la Bauhaus y en el Vjutesmas y el Injuk, confluyen los artistas, con el fin de promover la transformación de las artes y la consolidación de los diseños, por medio de una nueva pedagogía superior común a unas y otros.

Las dos últimas condicionaes incunben directamente a los diseños, esto es, al embellecimiento de los productos industriales, tachados de feos por los románticos decimónonicos. Primero se propusieron soluciones del pasado o sea

artesanales, tal como lo hizo W. Morris y más tarde el **Art Nouveau**. Si vemos bien, la toma de conciencia de la necesidad de embellecer los objetos fue contemporánea de la exaltación de la belleza a mediados del XIX. Baudelaire encabeza el culto a la belleza; son los años de **el arte por el arte**. Parte de este culto en sus aspectos formalistas, fue el salto que dio Paul Cezanne del plano semántico al sintáctico.

Después los constructivistas (1912-1940)- y esto según la estudiosa germano-oriental Karin Hirdina-, desarrollaron la belleza de la elementalidad geométrica, en beneficio de la industria, al confundir los formatos de sus productos con los industriales. Si el montaje como táctica de producción masiva, hizo tomar conciencia de la elementalidad **anti-individualista, la elementalidad geométrica de los productos del constructivismo y de la industria masiva, adquieren belleza como sinónimos de pureza y universalidad, funcionalismo y anti-individualismo** este último iba contra el **egoísmo selectivo del burgués decimónonico, para reemplazarlo por el individualismo masivo, mientras la funcionalidad era bella en los productos industriales y puramente artística en las obras constructivistas**. Los artistas mismos (Kandinsky, Klee, Van Doesburg) colaboraron en la consolidación de los diseños, mediante lo ya dicho: la sistematización de la enseñanza superior de las artes y de los diseños sobre las mismas bases geométricas y elementales.

La industrialización vino a incrementar la concentración humana en las ciudades y aparecieron las masas. Aparecieron, no como asonadas que siguen instintos primarios, el borreguismo o la violencia entre ellos, eran aglomeraciones humanas de fines consumistas. **El fenómeno era nuevo. Antes de la industrialización, todo hombre tenía sus preferencias profesionales y de clase social y consumía los bienes culturales por él elegidos con buena información y sentido crítico. Luego la industrialización llevó los bienes culturales al hombre común y lo presionó para que los consuma,**

ENCUENTRE LA DIFERENCIA

En su versión blanco y negro, estos dos isotipos son, a primera vista, idénticos, sin embargo cada uno de ellos tiene una particularidad que los diferencia del otro.

¿Se anima a encontrarlas en menos de un minuto?



arqu. PINTOS RISSO s.a.



A: Isotipo de Rafael Quartino srl. Aviso publicado en "El País". Domingo 22 de setiembre de 1992.

B: Isotipo de Arquitecto Pintos Risso S.A., aviso publicado en el mismo medio, el mismo día.

sin ellos solicitarlos ni necesitarlos. Pero debía tomar posición entre bienes no solicitados y desconocidos, cayó en el consumo masivo, esto es, imitó a los demás.

En la actualidad los diseños tienden a tomar el camino contrario a la elementalidad y comienzan a echar mano de la ornamentación. El menos es más del constructivismo, deviene aburrido para la sensibilidad actual. He aquí otra prueba de que el arte y lo estético no son autónomos. Las artesanías, las artes y los diseños son sistemas, pero abiertos.

En los países latinoamericanos, la cultura de los diseños, hállase poco desarrollada. Los diseños industriales, los audiovisuales y los icóno-verbales son importados en su gran mayoría. El gráfico, el urbano y el arquitectónico, mientras tanto, son practicados localmente en su totalidad, aunque con fuertes influencias foráneas. En realidad, abundan entre nosotros los productos diseñados, sea de procedencia foránea o local, y dominan las culturas estéticas populares. Se dirigen a la cotidianeidad del hombre común y complementan o contrabalancean así la excepcionalidad de las artes. Los diseños, en rigor, son parte de nuestra actualidad y no pueden ser ignorados por los productores de arte y éstos han de saber que se dirigen a conciencia ocupadas por los diseños; es decir, las artes han de competir con estos y han de compartir la conciencia del hombre actual.

Esperamos que este rápido recorrido por los tres sistemas, haya puesto en claro las ventajas que, para los estudiosos y aficionados, ofrece la diferenciación de cada uno de tales sistemas, **como tres variantes históricas de la cultura estética de Occidente. Si ésta universalizó sus artes con el objeto de imponerlas al mundo como las única válidas o las mejores, nosotros los del Tercer Mundo hemos de particularizar las manifestaciones estéticas concretas, con el fin de poder liberarnos sensitiva y conceptualmente de las presiones estéticas de Occidente. Esto, como parte del ejercicio de nuestra soberanía conceptual. Por lo demás, diferenciar los tres sistemas estéticos de la cultura estética de Occidente, complicado hecho, responden a la realidad histórica, sin ser ésta la única ventaja.**

Si bien las artesanías, las artes y los diseños se diferencian entre sí por alguno o algunos componentes, su diferenciación es estructural. No en vano constituyen sistemas; sobre todo son procesos que van cambiando con la historia y por tanto son indefinibles; tan indefinibles como nosotros los hombres, pues ¿cómo definirlos: cuándo teníamos 2, 5, 9, 16, 25, 40 o 60 años? Cada etapa se diferencia de las otras y hasta las contradice.



Anónimo; Caja de habanos, fin del siglo XIX, Cuba.

CONCURSO PEMAI-ADG

Del jurado:

En el entendido que un primer premio para el concurso que nos ocupa, implica un reconocimiento a la correcta interpretación, y ponderada solución de los fines que le dieron origen, juzgamos que ninguno de los trabajos reunía tales premisas. Sin embargo, dentro del marco de lo presentado, son dables a señalar los siguientes envíos:

1er. premio
desierto

2do. premio
Roberto Cancro

1ra. mención
Fernando Algorta

2da. mención
María Noel Leidenkar
y Gustavo Garabelli

3ra. mención
desierto

Observación: Estima el jurado la recomendación del uso de seudónimo para concursos de estas características.

DG Fidel Sclavo
DG Thomas Lowy
DG Ignacio González

BIENVENIDOS

Nuevos socios

Gustavo Laurenzano
Rafael Ordóñez

CON FE Y SIN RATAS

En la Linotronic se nos desapareció el final del artículo "Vinci, vini, vidi" publicado en el N° 5, de ADG.

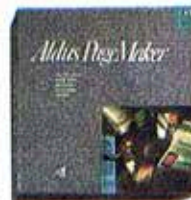
*El corrector, que no lo notó, presenta sus disculpas a los lectores y al autor de la nota, el salteño **Don Daniel Emmenegger Calistro**.*

Aquí publicamos pues el trozo omitido:

"Estamos en camino

Del visitante, quedó la mejor impresión, gran profesional con las cosas claras en lo técnico en lo conceptual y en lo humano; generoso en anécdotas y con sus colegas franceses nos dibujó una imagen clara de sus país en lo gráfico y en lo artístico, somos mundos diferentes y con **otros problemas y otras ventajas**.

De la conciliación entre unos y otras saldrá la mejor ecuación, visitas de ese calibre nos hacen bien a todos por lo propio y por su reflejo; **ojalá que se repita."**



El Desktop Publishing (autoedición) está por ver la luz de un nuevo día con Aldus PageMaker 4.0 para Windows. Unalos y podrá producir la más amplia gama de documentos que jamás haya imaginado, más rápido, fácil y eficientemente que

nunca.

Para documentos largos, PageMaker le brinda numeración de páginas, indexado y tabla de contenidos automáticamente.

Además con el manejo de vínculos, puede actualizar sus documentos con las últimas versiones de textos, planillas electrónicas, bases de datos y toda clase de gráficos y dibujos, automáticamente.

Los archivos de PageMaker son compatibles a través de plataformas Macintosh, DOS y OS/2.

El nuevo PageMaker también incluye un procesador de textos, corregir ortografía y búsqueda y sustitución de palabras.

Nuevas ventajas para el tratamiento de gráficos acompañan al nuevo PageMaker, expansión, compresión de letras, rotación de texto a 90°, contorneo alrededor de figuras irregulares y un PANTONE de colores, con la posibilidad de creación de colores con opciones para diferentes estilos de impresión.

Para cambiar el curso de la vida de su PC, comuníquese con NAMER SA al 907160.



PageMaker 4.0 para Windows.
Hoy es el primer día del resto de la vida de su PC.