

LATE. LA FIGURITA DIFÍCIL
Alan Neumarkt
Tableros (N.º 8), pp. 13-23, octubre 2017. ISSN 2525-1589
Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

LATE. LA FIGURITA DIFÍCIL

Alan Neumarkt

alanneumarkt@yahoo.com.ar

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires

Instituto de Tecnología ORT. Argentina

RESUMEN

A lo largo del texto se describirán y se analizarán unas imágenes que construyen, de manera totalmente visual, la narrativa de un momento histórico fundamental del Diseño Industrial argentino. Para ello se analizarán, entre otros, los casos de SIAM y de la plancha Futura.

PALABRAS CLAVE

SIAM Di Tella; plancha Futura; Frank Memelsdorff; Agens; diseño industrial argentino



Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercialSinDerivar
4.0 Internacional



«Las imágenes pueden servir como representaciones o como símbolos.»
Rudolf Arnheim (1986)

«Late», no por la conjugación del verbo latir, sino como apócope de «la tengo». Todos los que hayamos pasado por un patio escolar en edad primaria hemos jugado a las figuritas. Pequeñas siluetas de cartón de formas geométricas con imágenes que representan las más variadas temáticas, personajes de alguna película o de algún programa de televisión del momento, o asociadas al mundo del deporte (casi siempre fútbol) con el rostro de los jugadores de cada equipo del campeonato local o del torneo mundial en disputa. Develaría mi edad si dijera que también las hubo de chapa pintada, un latón de forma circular con impresos de automovilismo.

El siglo XXI aún mantuvo el juego y la comercialización del sobre de *figus* en los quioscos. Pero evolucionó en la síntesis del idioma hablado. *Late* o su opuesto *nola* son las abreviaturas de *la tengo* o *no la tengo*. Confieso que lo aprendí de mis hijos y que me gusta la facilidad de comprensión de los términos.

Escribiré, entonces, sobre unas *figuritas*, unas imágenes de una investigación en curso que estoy realizando. Estas imágenes construyen de manera totalmente visual — hecho no menor en las disciplinas proyectuales— la narrativa de un momento histórico fundamental del Diseño Industrial argentino [Figura 1].

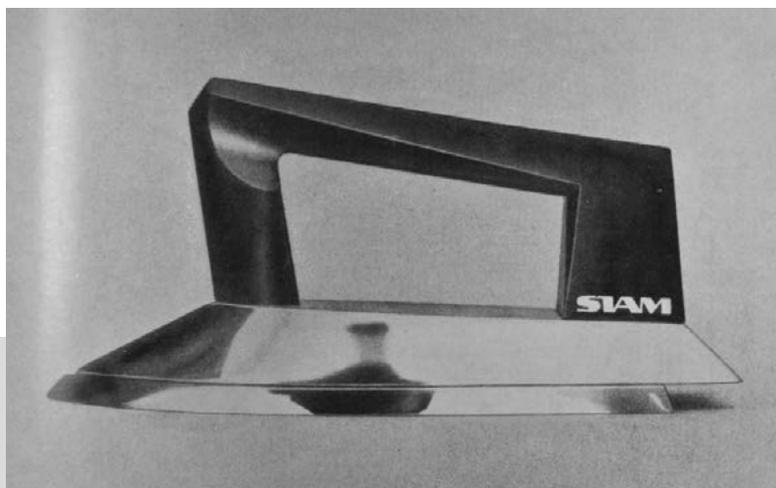


Figura 1. Plancha SIAM Futura. Foto publicada en *Summa* N.º 2 (octubre de 1963)

En el libro *Visto y no visto* dice Peter Burke:

Son relativamente pocos los historiadores que consultan los archivos fotográficos, comparados con los que trabajan en los depósitos de documentos manuscritos o impresos. Son relativamente pocas las revistas de historia que contienen ilustraciones y cuando

las tienen son relativamente pocos los autores que aprovechan la oportunidad que se les brinda. Cuando utilizan imágenes, los historiadores suelen tratarlas como simples ilustraciones, reproduciéndolas en sus libros sin el menor comentario. En los casos en los que las imágenes se analizan en el texto, su testimonio suele utilizarse para ilustrar las conclusiones a las que el autor ya ha llegado por otros medios, y no para dar nuevas respuestas o plantear nuevas cuestiones (2001: 12).

El especialista en historia de la cultura, Jacob Burckhardt, calificaba a las imágenes, los monumentos y los objetos de «testimonios a través de los cuales podemos leer las estructuras de pensamiento y representación de una determinada época» (Burckhardt en Burke, 2001: 13).

El diseño industrial es un territorio fascinante ya que se puede abordar desde su plano visual y operacional (con la idea «la forma sigue a la función», como lo hace Louis Sullivan), desde su gramática (de la idea rectora a la propuesta a partir de la geometría descriptiva o de la tecnología de producción) o desde sus niveles de *profundidad*, la semántica (que va de Jung a Krippendorff) o la filosofía (como lo hacen Marcuse, Pierce, Simondon, Sennett y varios más). Las universidades enseñan los dos primeros. La semántica y la filosofía requieren *horas de vuelo*; muy poco se hace en posgrado y hay un territorio aún muy inexplorado (el arte ha hecho más que el diseño en este campo).

FRANK

Escribiremos a partir de aquí sobre Frank Memelsdorff y su relación con SIAM. La investigación en curso que estoy realizando como tesis doctoral lo tiene a Frank como uno de los protagonistas. No estoy descubriendo su existencia, algo se sabía en el *mundillo* del diseño local, aunque muy pocos del ambiente académico lo nombran. Sí hay una referencia a su trabajo en dos publicaciones: una de época —la revista *Summa* N.º 2 (1963)— y otra en *Crónicas del diseño industrial en Argentina*, con autoría de Ricardo Blanco, publicado por Ediciones FADU (Blanco, 2005).

En este libro, Ricardo Blanco dedica un capítulo denominado «El diseño en la empresa» a la descripción de cómo el diseño se instaló en el pensamiento de las empresas:

Estas comprendieron que no podían avanzar en dicha área —que agregaba valor a los productos— sin contar con el auxilio de un profesional específico.

[...] Siam Di Tella desarrolló cantidad de productos que se impusieron por su calidad y diseño. Cocinas, heladeras, estufas, ventiladores, planchas, televisores fueron aportando novedades tecnológicas e introduciendo la imagen del buen diseño en el mercado argentino. Los productos de SIAM recurrieron a la imagen del llamado Buen Diseño y marcaron el nivel al que otras empresas intentaron llegar (2005: 96).

En el primer capítulo de *La educación puerta de la cultura* denominado «Cultura, mente y educación», Jerome Bruner describe algunos postulados referidos a la educación. Transcribo del postulado perspectivista —buen nombre para un análisis proyectual— las siguientes ideas:

[...] El significado de cualquier hecho, proposición o encuentro es relativo a la perspectiva o marco de referencia en términos del cual se construye. [...] Entender algo de una manera no evita entenderlo de otras maneras [...]. Las interpretaciones de significado no sólo reflejan las historias idiosincráticas de los individuos, sino también las formas canónicas de construir la realidad de una cultura. [...] La vida en la cultura, entonces, es un juego mutuo entre las versiones del mundo que la gente forma bajo su oscilación institucional, y las versiones que son producto de sus historias individuales (1997: 32-33).

De las imágenes obtenidas de fuentes primarias, de las imágenes rescatadas de viejas —pero indispensables— publicaciones convertidas en documentos de investigación o en fuentes secundarias y de las imágenes testimoniales producidas *ad hoc*, puedo narrar la historia de Frank, bucear dentro de la historia de SIAM y poner en valor sus acciones, su *pragmatismo* y su aporte a la historia del diseño industrial argentino. Y, entonces, interpretar su *razón de ser* proyectual.

Frank, nacido en Berlín y emigrado al sur del Gran Buenos Aires en 1937 a los siete años, tenía buenas habilidades para el dibujo y en los veranos de su adolescencia integraba un grupo de andinistas. Se convirtió en uno de los primeros cartógrafos de alta montaña que hubo en el país. Como consecuencia de estas actividades fundó, junto con otros inmigrantes europeos, el Club Andino de Buenos Aires.

Con respecto al interés y al talento, Seymour Sarason explica: «En las artes de representación, el interés y el deseo de convertirse en artista suelen manifestarse a temprana edad, por lo general antes de la adolescencia» (Sarason, 2002: 49). Perfectamente podemos reemplazar las palabras *artes de representación* por *dibujo o diseño* y la palabra *artista* por *diseñador*. Frank fue el diseñador contratado por el ingeniero Guido Di Tella para conformar el Departamento de Diseño de Productos Industriales de la empresa. El momento coincidía con esa primera mitad de los años sesenta del siglo XX, en que la reorganización de la empresa se profundizó. Guido había asumido el control tras la muerte de su padre, Torcuato Di Tella, y transformó una cultura empresarial familiar en una de mayor profesionalismo. Dentro de estos nuevos *tecnócratas* contratados para gerenciar, Frank —cuya carrera de base era la ingeniería— supo asumir el importante cargo de Director de Diseño (Cochran, 1962). La combinación de su pasado como cartógrafo con su formación técnico-profesional lo transformó en un diseñador idóneo para la tarea. Vale aclarar que la formación en Diseño Industrial dentro de la universidad era aún un proyecto y recién para 1963 fueron creadas las primeras carreras específicas en la Universidad de La Plata

y en la Universidad de Cuyo. Como consecuencia de esto hubo profesionales universitarios egresados a partir de 1968 (Devalle, 2009).

Luego de un intercambio de notas, logré el punto de encuentro con Frank y lo entrevisté. Fue una mañana, bastante temprano, de un incipiente otoño de 2014, en un café de una esquina del barrio de Palermo en Buenos Aires. No nos conocíamos y me sorprendí al ver su destreza al caminar a pesar de su avanzada edad. Rondaría los ochenta y tres años. Su hablar era mucho más pausado, pero su memoria estaba intacta. La entrevista duró dos horas y las fotografías se realizaron con su consentimiento. La intención de las fotos fue obtener la *naturalidad del diálogo*. A pesar de nuestras diferencias generacionales, fue una conversación entre diseñadores [Figura 2].



Figura 2. Imagen testimonial: Frank Memmelsdorff entrevistado por Alan Neumarkt, junio de 2014. Foto: Julieta N. Fernández

De la entrevista surgieron datos muy valiosos —inéditos en varios temas— y él argumentó que nunca le habían hecho algunas de las preguntas. La entrevista estaba pautada, pero constantemente aparecen la repregunta y la deriva.

EL HALLAZGO RECIENTE

La fotografía presentada de la oficina técnica SIAM forma parte del archivo encontrado por el hijo del fotógrafo, el egipcio Sameer Makarius, quien trabajó para Torcuato Di Tella como biógrafo visual de las actividades de la empresa. Este hallazgo, del que las fotografías son la prueba documental de toda una época y de toda una industria, recién se hizo visible hace apenas unos meses. Sameer Makarius falleció en 2009 y el periodista de *Clarín Arq*, Juan Décima, lo hizo público.

Según el recuerdo de Karim Makarius, hijo de Sameer y responsable de su legado y colección, el encargo de retratar lo que ocurría dentro de las fábricas llegó debido

Late. La figurita difícil | Alan Neumarkt

a que su padre se acercó hasta la sede de la empresa con la intención de adquirir algunos electrodomésticos, pero sin el dinero suficiente para comprarlos. «Entonces, mi padre llegó a un acuerdo: las fotos en intercambio por los electrodomésticos. Así fue que adquirimos la gran mayoría de los aparatos que tuvimos en mi casa, incluida la heladera Siam que hasta el día de hoy sigue funcionando» (Décima, 2016). En total, conserva dos mil negativos, la mitad en blanco y negro de 35 mm (la mayoría realizados con una cámara Leica) [Figura 3].



Figura 3. Departamento de Diseño SIAM (1963). Foto: Sameer Makarius

Hace muy pocos meses se realizó en el Petit Palais de París una gran muestra de fotografía denominada *En el atelier*. Se exhibieron cerca de cuatrocientas fotografías de los ateliers de artistas, incluyendo a pintores de la talla de Jean-Auguste-Dominique Ingres, Henri de Toulouse-Lautrec y Pablo Picasso. Dice la crónica escrita por Nathalie Kantt publicada en *La Nación*: «Son espacios de trazos y objetos que tanto nos dicen sobre el espíritu de la creación. El manejo del contraluz en la fotografía de Makarius del *atelier* de SIAM, transmite esa misma sensación» (2016).

A partir de Frank, mencionaré también la última página de *casi* la primera revista. Y hablaré sobre el *primer* producto. Voy a aclarar con mayor precisión: hablo de un aviso publicitario publicado en la última página del segundo número de la revista *Summa*, revista de *arquitectura, tecnología y diseño*, como aclara en su blanca portada del mes de octubre de 1963. El producto es una plancha.

En 1882 se patentó la primera plancha eléctrica en Nueva York, pero hubo que esperar a que se difundiera la red eléctrica hogareña para que el producto triunfara masivamente. Para 1924 ya estaba ampliamente difundida en Estados Unidos y había sido perfeccionada con un termostato.

Muy poco tiempo después, sucedía lo mismo en la Argentina. Torcuato Di Tella ya había constituido y consolidado su empresa SIAM y la producción en serie bajo licencia Westinghouse era masiva. De la misma forma, los gobiernos sucesivos desde 1945 habían generado políticas de ascenso social. Una década después, el consumo de productos hogareños vinculados al confort estaba establecido. No se hablaba aún de impacto ambiental, ni de huella de calor. Todo era progreso y, como consecuencia, había un aumento exponencial del uso de la energía.

Durante el año 1963, a instancias de un llamado del arquitecto Edgardo Poyard y del ingeniero Guido Di Tella, Carlos Méndez Mosquera asume la reorganización de *Agens*, la agencia de publicidad del *holding* SIAM que había sido creada dos años antes (Méndez Mosquera, 2015). Por *Agens* pasaron diseñadores de la talla de Guillermo González Ruiz, Ronald Shakespear, Nicolás Jimenez y Rubén Fontana. Dos años antes, en 1961, bajo la dirección de Jorge Romero Brest, se había creado el *Centro de Artes Visuales del Instituto Di Tella*, con la figura relevante de Juan Carlos Distéfano, y comenzaba una renovación del diseño gráfico argentino.

Fue también en 1963 cuando Méndez Mosquera fundó la revista *Summa* y cuando las Universidades Nacionales de La Plata y Cuyo crearon las dos primeras carreras de Diseño (en las facultades de Bellas Artes de ambas universidades). También se realizó la *Primera Exposición Internacional de Diseño Industrial de Buenos Aires* y se dictaron en la ciudad los seminarios del diseñador finlandés Ilmari Tappiovaara y del presidente del ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) en ese momento, el británico Misha Black.

Traspolaré aquí un concepto de Edith Litwin descripto en el libro *El oficio de enseñar* (2011). Aunque el libro se refiere al estudio de las prácticas de enseñar, podemos utilizar su definición para las biografías: «En el método biográfico se utilizan diferentes fuentes: biografías, historias de vida, relatos de viaje, autobiografías, diarios, cartas. Estas fuentes conforman el género narrativo, que es utilizado en las ciencias sociales como método de investigación» (Litwin, 2011:131).

EN EL PRINCIPIO FUE EL DISEÑO

El aviso fue publicado en octubre de 1963, es la última página completa de la revista *Summa* N.º 2. Corresponde al lanzamiento al mercado comercial de la plancha SIAM, modelo *Futura*. El aviso es un negativo blanco y negro. El término *negativo* en lenguaje del diseño gráfico indica fondo negro, tipografía e imagen caladas en blanco —casi toda la revista es en blanco y negro, pero solamente otro aviso en el interior del ejemplar fondea en negro— [Figura 4].

Figura 4. Revista *Summa* N.º 2
(octubre de 1963)



Según el paradigma funcionalista donde todo debe ser útil, el aviso impacta. El diseño (en este caso de la pieza gráfica) debe ser claro y eficiente. La tipografía de la denominación del producto está en primer plano de lectura y prácticamente ocupa el 60 % de la página (en una medición perceptual). Es, además, una tipografía minúscula pero que *grita*, por su exagerada dimensión y por su *movilidad*, ya que está curvada en ascendente e intenta fugarse del plano. También se apoya en la imagen lateral del producto, que por su tipología es su vista principal.

Los productos anteriores eran muy característicos de los años cincuenta. Como mencionamos, correspondían a licencias norteamericanas. La *Futura* logró imponer su *buen diseño*, término que define a la década del sesenta —de neta influencia de la Escuela de Ulm— y que hace de la geometría su representación.

Hay total coherencia entre objeto y aviso. Ambos nos transmiten claridad y eficiencia en el mensaje. La comunicación de producto y de la gráfica es una construcción de imaginarios de época. El aviso y, por lo tanto, el producto —pero también el producto por comparación con su competencia— *invitan* al usuario al deseo: progreso, mundo mejor, avance, modernidad, futuro (*Futura*).

El diseño, en ambos casos (aviso y objeto), es totalmente acorde a los lineamientos internacionales de la época en cuanto a morfología y está absolutamente *argentinizado* en cuanto a su resolución final. El aviso aprovecha la fuerza de la limitación del blanco y negro y hace de la dificultad una virtud. De la misma manera, el producto, que ahorra en tiempos de producción y cantidad de partes con respecto al modelo anterior, demuestra *modernidad con austeridad*, característica intrínseca del diseño industrial argentino.

El copete de texto del aviso en la parte superior de la página dice:

En el principio fue el diseño porque los hombres que han creado la nueva Plancha SIAM FUTURA saben que nuestro tiempo exige productos nacidos en la mesa de trabajo del diseñador industrial. Al lanzar su Plancha SIAM FUTURA, los fabricantes han respondido a esta exigencia (*Summa*, 1963).

Es toda una declaración de principios profesionales. Pone al diseñador en un lugar institucional dentro del sistema de poder industrial y, frente a esa tensión, la empresa responde. El diseño concretiza su lugar y se define (Maldonado, 1977). El producto condiciona al usuario a la modernidad, marca un antes y un después. Y la empresa SIAM, símbolo de industria nacional, representa el capitalismo como ideología racional instituida e indiscutible (Castoriadis, 2005; Rougier & Schwarzer, 2006) [Figura 5].



Figura 5. Imagen publicada: *Summa* N.º 2 (1963). Imagen primaria: Col. Fundación IDA

LA REVELACIÓN

Investigar a Frank y SIAM me abrió puertas profesionales y una revelación. La Fundación en Investigación en Diseño Argentino (IDA), de reciente creación, se dedica a preservar los archivos profesionales de los primeros diseñadores. La Fundación me convocó para entrevistar a los miembros históricos de *Agens*: Rubén Fontana, «Pampín» Heredia y Martín Mazzei [Figura 6]. Entre las reflexiones de la entrevista, Rubén Fontana comentó que Alberto Ure y Paco Urondo fueron quienes escribieron el texto publicitario sobre la plancha *Futura*.

Late. La figurita difícil | Alan Neumarkt

Figura 6. Rubén Fontana, Martín Mazzei y José M. Heredia entrevistados por Alan Neumarkt (septiembre de 2015)



Como dijo Carlos Méndez Mosquera, Director General de la revista *Summa*, en el prólogo a ese número dos: «Es necesario crear nuevas formas para tiempos nuevos» (1963: 21). Esa idea de progreso, de industria, de diseñador y de diseño reconocido, producto del mercado masivo y la agencia comunicando, hacen de la plancha Futura una suma total.

Como describe Peter Burke: «Incluso los especialistas en historia de la cultura difieren unos de otros en el empleo que hacen de los testimonios visuales [...] otros historiadores analizan las imágenes para encontrar pistas que permiten entender pequeños detalles de la vida» (2001: 237). Por lo tanto, los iconógrafos debemos prestar atención a los detalles, narrar la historia y dar testimonio. El diseño industrial argentino lo necesita.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnheim, Rudolf (1969). *El pensamiento visual*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Blanco, Ricardo (2005). *Crónicas del diseño industrial en Argentina*. Buenos Aires: FADU.
- Bruner, Jerome (1997). *La educación puerta de la cultura*. Madrid: Visor.
- Burke, Peter (2001). *Visto y no visto*. Barcelona: Cultura Libre.
- Castoriadis, Cornelius (2005). *Figuras de lo pensable*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Cochran, Thomas; Reina, Ruben (1962). *Torcuato Di Tella y SIAM*. Buenos Aires: Lenguaje Claro.
- Devalle, Verónica (2009). *La travesía de la forma*. Buenos Aires: Paidós.

Litwin, Edith (2011). *El oficio de enseñar*. Buenos Aires: Paidós.
Maldonado, Tomás (1977). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.
Méndez Mosquera, Carlos (1963). *Revista Summa (2)*. Buenos Aires: Summa.
Méndez Mosquera, Carlos (2015). *Diseño gráfico argentino en el siglo XX*. Buenos Aires: Infinito.
Rougier, Marcelo; Schvarzer, Jorge (2006). *Las grandes empresas no mueren de pie*. Buenos Aires: Norma.
Sarason, Seymour (2002). *La enseñanza como arte de representación*. Buenos Aires: Amorrortu.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Décima, Juan (2016). «Autos, heladeras y operarios, las fábricas de Siam Di Tella en el recuerdo». En *Clarín Arquitectura* [en línea]. Consultado el 12 de junio de 2017 en <https://www.clarin.com/arq/disenio/autos-heladeras-siam-di-tella_0_EJTRaVaNZ.html>.
Kantt, Nathalie (26 de junio de 2016). «Una visita a los talleres de los artistas». En *La Nación* [en línea]. Consultado el 11 de junio de 2017 en <<http://www.lanacion.com.ar/1912186-una-visita-a-los-talleres-de-los-artistas>>.