

# Culturas do Design visual ibero-americano no século XX: desiguais, intrincadas, fascinantes

*Culturas del Diseño Visual Iberoamericano en el siglo XX: desiguales, intrincadas, fascinantes*

*Ibero-American Visual Design cultures in the 20th century: uneven, intricate, fascinating*

O século 20 testemunhou o amadurecimento do Design, e do Design visual como um de seus ramos mais significativos. O papel central da visualidade e dos processos comunicativos ganhou força ao mesmo tempo em que o Design passou a ser reconhecido como um campo de prática, de estudos e de conhecimento. O Design visual (também conhecido como Design gráfico ou de comunicação) tornou-se uma disciplina consolidada e identificável, ajudando a configurar o que autores como Victor Margolin ou Richard Buchanan definiram como o “mundo artificial”. A onipresença de artefatos projetados em nossas vidas diárias inevitavelmente conectou o Design e a cultura. O termo ‘cultura do Design’ é adotado aqui em dois sentidos básicos. O primeiro reconhece a especificidade de cada região, de cada nação e, eventualmente, de cada país, através dos modos e tradições assimilados ao Design visual aí praticados (tendências, referências, associações, práticas, especialidades, protagonistas). O segundo reafirma a pertinência de considerar a cultura de cada região, nação ou país, como matriz interpretativa do Design —o que implica compreender o Design como manifestação cultural.

Seja como for, as culturas de Design, entendidas enquanto conjuntos compartilhados de referências, significados e valores relacionados ao Design, não se estabeleceram da mesma forma e no mesmo ritmo em todas as regiões do mundo. Há diferenças importantes no papel desempenhado pelo Design e pelos artefatos projetados em países industrializados em maior ou menor grau, em diferentes ritmos e em diferentes momentos. Isso levou à percepção de que a industrialização por si só —tradicionalmente considerada a força motriz dos processos de modernização— não pode explicar a presença e disseminação do Design e das culturas do Design em todas as partes do mundo.

Questões sobre a natureza do Design e sua relação com a sociedade em geral e com culturas locais foram colocadas por autores como Anne-Marie Willis e Arturo Escobar, e discutidas em edição anterior deste periódico (Vol. 7 Núm. 12, 2022). A narrativa clássica que associa a consolidação do Design aos processos industriais modernos não acomoda a especificidade e a riqueza das culturas do Design que se desenvolveram em Portugal, na Espanha e em praticamente todos os países da América Latina. Em muitos desses lugares, o Design não é (ainda?) uma força econômica central plenamente incorporada

**Cómo citar:** Farias, P. (2022). Editorial: Culturas del Diseño visual iberoamericano en el siglo XX: desiguales, intrincadas, fascinantes *RChD: creación y pensamiento*, 7(13), 1- 9  
<https://doi.org/10.5354/0719-837X.2022.68987>

*Revista Chilena de Diseño,*  
*rchd: creación y pensamiento*  
Universidad de Chile  
2022, 7(13).  
<http://rchd.uchile.cl>

aos processos industriais, mas é um fenômeno cultural indiscutível. Nessa condição, o Design faz parte de debates culturais relevantes, como a busca por identidades, o reconhecimento de diferenças ou a dinâmica entre culturas dominantes e subordinadas.

No cerne desses debates está a necessidade de considerar a diferença, ou a pluralidade. As concepções de 'moderno', 'modernidade' e 'modernismo' não têm significado único, unívoco e fixo em todas as partes do mundo, e nem mesmo entre os países ibero-americanos. Uma vez que a condição essencial do 'moderno' está ligada a mudanças ao longo do tempo, seu significado também está sujeito a mudanças. Isso explica as várias concepções de 'modernismo' (quer isso se refira a versões peninsulares da Art Nouveau, movimentos europeus do início do século XX, tendências de Design de meados do século XX ou desenvolvimentos posteriores) ou melhor, 'modernismos', no plural. Da mesma forma, é mais correto falar de tradições locais no plural. O mesmo é verdadeiro para a noção de 'ocidente', que tende a misturar grosseiramente certas facetas das culturas do noroeste europeu e do norte das américas em oposição às tradições 'orientais', deixando no limbo o sul da Europa e todos os países americanos ao sul dos EUA. No caso das culturas de Design da comunicação visual ibero-americanas, 'moderno' é algo que vem 'daquele' ocidente.

A chamada para este número especial sobre as culturas do Design visual ibero-americano no século XX convidava autores a participar de um debate, inaugurado por uma equipe de pesquisadores da Argentina, Brasil, México, Portugal e Espanha, sobre coincidências e divergências entre culturas do Design e processos de modernização no contexto mais amplo da América Latina e da Europa durante o século passado. Apoiada por recursos de um edital da UIU (Unión Iberoamericana de Universidades), a pesquisa teve como objetivo realizar investigações exploratórias sobre vários aspectos do Design visual e, por meio de uma série de estudos de caso, lançar luz sobre as relações entre modernismos e tradições locais que moldaram as culturas do Design visual ibero-americano, influenciaram e ainda influenciam o mundo do Design. A chamada estimulou a submissão de artigos discutindo aspectos da cultura do Design visual sob diferentes perspectivas, incluindo o reconhecimento de características distintivas do Design visual de diferentes partes do mundo, estudos comparativos de culturas do Design, estudos sobre a cultura como matriz interpretativa para o Design e sobre o Design enquanto manifestação cultural.

Dois dos artigos selecionados para este número especial abordam a questão do Design visual e da modernidade a partir de uma perspectiva mais ampla, levando a reflexões sobre práticas atuais e futuras. Em 'Tecnología Gráfica y Modernidad. Una Propuesta de Relectura Para el Siglo XX' ('Tecnologia Gráfica e Modernidade. Uma Proposta de Releitura para o Século XX'), Enric Tormo e Sheila Gonzalez-Mardones, professores da Universidade de Barcelona (Espanha) propõem uma releitura da história da impressão enquanto busca pela modernidade, concluindo com uma série de questões pendentes envolvendo o papel das tecnologias digitais. Em 'Hay Diseño de información si sabes donde buscarlo' ('Há Design de informação se você souber onde procurar'), Josefina Bravo Burnier e Barbara Urrutia-Badilla,

Designers chilenas que atuam como docentes nas universidades de Reading e Leeds (Reino Unido) traçam a história do Design da informação a partir do final do século 20 e descrevem exemplos de sua aplicação no Chile no início do século 21, sugerindo que isso pode ter um papel importante em esforços futuros para a participação cidadã regional e para o desenvolvimento comunitário.

Outros dois artigos examinam as interações entre diferentes culturas do Design. Em 'Diseño de letras al estilo japonés para publicidad en Sudamérica a principios del siglo XX', Eduardo Araújo, doutorando da Universidade de São Paulo (Brasil) analisa o Design de letras em estilo japonês em jornais publicados na Argentina, Brasil e Peru no início do século XX, encontrando evidências de um gosto comum no Design visual, fortemente relacionado a ideais de modernidade, circulando entre leitores de japonês na América do Sul. Em 'El Diseño gráfico en Brasil y Argentina en los años 50', os professores Marcos Braga (Universidade de São Paulo) e Verónica Devalle (Universidade de Buenos Aires, Argentina) examinam a institucionalização de uma concepção modernista do Design gráfico no Brasil e na Argentina entre o final dos anos 1950 e início dos anos 1960, localizando suas origens nos ambientes da vanguarda concretista local estabelecidos nos anos 1940 e início dos anos 1950, e reconhecendo também a influência das artes gráficas norte-americanas.

Os quatro artigos restantes se concentram em culturas locais do Design visual. Verónica Devalle e Andrea Gergich, professoras da Universidade de Buenos Aires, analisam o Design de revistas dedicadas às artes gráficas e visuais na Argentina em 'Tensiones entre tradición y modernidad en el primer Diseño gráfico argentino (1910-1950)' ('Tensões entre tradição e modernidade no início do Design gráfico argentino (1910-1950)'). Em 'Flora tipográfica catalana, 1930-1960' ('Flora tipográfica catalã, 1930-1960'), Oriol Moret, professor da Universidade de Barcelona, examina as propostas tipográficas originais e expressivas feitas por três Designers catalães (Velo, de Joan Trochut Blanchard; Fuga de Arabescos, de Enric Crous Vidal; e Ikebana, de Ricard Giralte Miracle) no contexto da 'Gràfia Latina', uma reação à modernidade suíço-alemã. Helena Barbosa, professora da Universidade de Aveiro (Portugal), investiga o Design de cartazes em Portugal durante o Estado Novo, regime ditatorial e corporativista, em seu artigo 'O Design de cartazes turísticos portugueses dos anos 60: estratégias políticas e discursos visuais', mostrando como o Design visual pode contribuir para a identidade cultural e a propaganda política, reforçando costumes e tradições nacionalistas. Por fim, em 'Cultura visual y Diseño editorial moderno en México: el caso de Vicente Rojo (1932-2021)' ('Cultura visual e Design editorial moderno no México: o caso de Vicente Rojo (1932-2021)'), a pesquisadora Marina Garone, da Universidade Nacional Autônoma do México, apresenta os resultados de uma investigação sobre este designer mexicano nascido em Barcelona, indagando sobre o seu pioneirismo no Design mexicano moderno.

Como o Design da comunicação visual do século XX, nos países ibero-americanos, foi afetado pelos ideais do Design modernista e pelas tradições da cultura visual local? Os artigos desta edição especial fornecem respostas a essa pergunta, oferecendo um panorama plural das culturas do Design

visual no debate sobre os processos de modernização no contexto mais amplo do Sul Global. Ao fazê-lo, contribuem para uma melhor compreensão de como nações não hegemônicas interpretaram, organizaram e exibiram sua produção cultural e visual frente a ideias modernistas que se tornaram parte do ethos do Design do século XX, como progresso, inovação, e democratização do uso. Em conjunto, eles fornecem evidências de como as relações entre os princípios internacionais do Design moderno e as tradições locais da comunicação visual podem ser desiguais e intrincadas e, por isso mesmo, tão fascinantes.

---

El siglo XX fue testigo de la madurez del Diseño, y del Diseño visual como una de sus ramas más significativas. El papel central de lo visual y de los procesos comunicativos ganó impulso mientras que el Diseño se convirtió en una práctica consolidada, en un campo de estudio y de conocimiento. El Diseño visual (también conocido como Diseño gráfico o de comunicación) se convirtió en una disciplina consolidada y reconocible, contribuyendo a configurar lo que autores como Víctor Margolin o Richard Buchanan definieron como “mundo artificial”. La omnipresencia de artefactos diseñados en nuestra vida cotidiana conecta inevitablemente el Diseño con la cultura. El término ‘cultura del Diseño’ se adopta aquí en dos sentidos básicos. El primero reconoce la especificidad de cada región, de cada nación y, eventualmente, de cada país, a través de modos y tradiciones asimilados por el Diseño visual allí practicado (tendencias, referentes, asociaciones, prácticas, especialidades, protagonistas). El segundo reivindica la necesidad de leer la cultura de cada región, nación o país, como matriz interpretativa del Diseño—lo que implica tomar el Diseño como una manifestación cultural. En cualquier caso, las culturas del Diseño, entendidas como conjuntos compartidos de referencias, significados y valores relacionados con el Diseño, no se han instaurado de la misma manera y al mismo ritmo en todas las regiones del mundo. Hay diferencias importantes en el papel desempeñado por el Diseño y por los artefactos diseñados en países industrializados en mayor o menor medida, a diferentes ritmos y en diferentes momentos. Esto ha llevado a la percepción de que la industrialización por sí sola, tradicionalmente considerada el motor de los procesos de modernización, no puede explicar la presencia y difusión del Diseño y de las culturas del Diseño en todo el mundo.

Preguntas sobre la naturaleza del Diseño y sobre su relación con la sociedad en general y con las culturas locales han sido planteadas por autores como Anne-Marie Willis y Arturo Escobar, y discutidas en un número anterior de esta revista (Vol. 7 Núm. 12, 2022). La narrativa clásica que asocia la consolidación del Diseño moderno con los procesos industriales modernos no da cabida a la especificidad y riqueza de las culturas del Diseño que se desarrollaron en Portugal, España y en prácticamente todos los países de América Latina. En muchos de estos lugares, el Diseño no es (¿todavía?) una fuerza económica central plenamente incorporada en los procesos industriales, pero sin embargo es un fenómeno cultural indiscutible. En tal condición, el Diseño forma parte de debates culturales relevantes como la búsqueda de identidades, el reconocimiento de diferencias, o las dinámicas entre culturas dominantes y subordinadas.

En el centro de esos debates se encuentra la necesidad de considerar la diferencia, o la pluralidad. Las concepciones de ‘moderno’, ‘modernidad’ y ‘modernismo’ no tienen un significado singular, único y fijo para todas las partes del mundo, y ni siquiera entre los países iberoamericanos. Una vez que la condición esencial de ‘moderno’ se vincula a cambios temporales, su significado actual también cambia. Esto explica las diversas concepciones de ‘modernismo’ (ya sea que se refiera a versiones peninsulares del Art Nouveau, movimientos basados en Europa de principios del siglo XX, tendencias de Diseño de mediados del siglo XX o desarrollos posteriores) o bien de ‘modernismos’, en plural. Asimismo, es más exacto hablar de tradiciones locales en plural. Lo mismo es cierto para la idea de Western (‘occidental’), que tiende a mezclar groseramente ciertas facetas de las culturas europeas noroccidentales y norteamericana en oposición a tradiciones Eastern (‘orientales’), dejando en un limbo el sur de Europa y todos los países americanos al sur de los EE. En el caso de las culturas de Diseño de comunicación visual iberoamericanas, ‘moderno-’ es algo que viene de ese ‘Occidente’.

La convocatoria de este número especial sobre las culturas del Diseño Visual Iberoamericano en el siglo XX invitaba autores a sumarse a un debate, inaugurado por un equipo de investigadores de Argentina, Brasil, México, Portugal y España, sobre coincidencias y divergencias entre las culturas del Diseño y procesos de modernización en el contexto más amplio de América Latina y Europa durante el último siglo. Con subvención ofrecida por la UIU (Unión Iberoamericana de Universidades), el equipo de investigación tuvo como objetivo realizar investigaciones exploratorias sobre varios aspectos del Diseño visual y, a través de una serie de estudios de casos, arrojar luz sobre las relaciones entre los modernismos y las tradiciones locales que dieron forma a las culturas del Diseño visual iberoamericano, influyeron y siguen influyendo en el mundo actual del Diseño. La convocatoria estimuló la presentación de artículos que discutieron aspectos de la cultura del Diseño visual desde diferentes perspectivas, incluido el reconocimiento de características distintivas del Diseño visual en diferentes partes del mundo, estudios comparativos de culturas de Diseño, estudios sobre la cultura como matriz interpretativa para el Diseño y sobre el Diseño como manifestación cultural.

Dos artículos seleccionados para esta edición especial abordan el tema del Diseño visual y la modernidad desde una perspectiva más amplia, lo que lleva a reflexiones sobre la práctica actual y futura. En ‘Tecnología Gráfica y Modernidad. Una Propuesta de Relectura Para el Siglo XX’, Enric Tormo y Sheila Gonzalez-Mardones, catedrático y docente de la Universitat de Barcelona (España) proponen una reinterpretación de la historia de la imprenta como búsqueda por modernidad, concluyendo con una serie de temas destacados relacionados con el papel de las tecnologías digitales. En ‘Hay Diseño de información si sabes donde buscarlo’, Josefina Bravo Burnier y Barbara Urrutia-Badilla, diseñadoras chilenas y docentes en las universidades de Reading y Leeds (Reino Unido) rastrean la historia del Diseño de la información a fines del siglo XX y describen ejemplos de su aplicación en Chile a principios del siglo XXI, lo que sugiere que esto puede tener un papel

importante en esfuerzos futuros para la participación regional ciudadana y el desarrollo comunitario.

Otros dos artículos examinan las interacciones entre diferentes culturas de Diseño. En 'Diseño de letras al estilo japonés para publicidad en Sudamérica a principios del siglo X', Eduardo Araújo de Ávila, doctorando en la Universidad de São Paulo (Brasil) analiza el Diseño de letras de estilo japonés en periódicos publicados en Argentina, Brasil y Perú a principios del siglo XX, encontrando evidencias de un gusto de Diseño visual compartido, fuertemente relacionado con los ideales de modernidad, que circula entre audiencias de habla japonesa en América del Sur. En 'El Diseño gráfico en Brasil y Argentina en los años 50', los profesores Marcos Braga (Universidad de São Paulo) y Verónica Devalle (Universidad de Buenos Aires, Argentina) examinan la institucionalización de una concepción modernista del Diseño gráfico en Brasil y Argentina entre fines de la década de 1950 y principios de la de 1960, ubicando sus orígenes entre las vanguardias concretistas locales establecidas en la década de 1940 y principios de la de 1950, y reconociendo también la influencia de las artes gráficas norteamericanas.

Los cuatro artículos restantes se centran en las culturas locales de Diseño visual. Verónica Devalle y Andrea Gergich, catedrática y docente de la Universidad de Buenos Aires, analizan el Diseño de revistas dedicadas a las artes gráficas y visuales en Argentina en su 'Tensiones entre tradición y modernidad en el primer Diseño gráfico argentino (1910-1950)'. En 'Flora tipográfica catalana, 1930-1960', Oriol Moret, profesor de la Universitat de Barcelona, examina las propuestas tipográficas originales y expresivas realizadas por tres diseñadores catalanes (Veloz, de Joan Trochut Blanchard; Fuga de Arabescos, de Enric Crous Vidal; e Ikebana, de Ricard Giralt Miracle) en el contexto de 'Grafía Latina', una reacción a la modernidad suizo-alemana. Helena Barbosa, profesora de la Universidad de Aveiro (Portugal), investiga el Diseño de carteles en Portugal durante el Estado Novo, régimen dictatorial y corporativista, en su artículo 'O Design de cartazes turísticos portugueses dos anos 60: estratégias políticas e discursos visuais' ('El Diseño de los carteles turísticos portugueses de los años 60: estrategias políticas y discursos visuales'), mostrando cómo el Diseño visual puede contribuir a la identidad cultural y la propaganda política, reforzando las costumbres y tradiciones nacionalistas. Finalmente, en 'Cultura visual y Diseño editorial moderno en México: el caso de Vicente Rojo (1932-2021)', la investigadora Marina Garone, de la Universidad Nacional Autónoma de México, presenta los resultados de una investigación sobre este diseñador mexicano nacido en Barcelona, indagando sobre su papel pionero en el Diseño moderno mexicano.

¿Cómo el Diseño de la comunicación visual del siglo XX, en los países iberoamericanos, se vio afectado por los ideales de Diseño modernista y las tradiciones de la cultura visual local? Los artículos publicados en este dossier dan respuesta a esta pregunta, ofreciendo un panorama plural de las culturas del Diseño visual dentro del debate sobre los procesos de modernización en el contexto más amplio del Sur Global. Al hacerlo, todos contribuyen a una mejor comprensión de cómo naciones no hegemónicas interpretaron, organizaron y exhibieron su producción cultural y visual frente a ideas modernistas que se convirtieron en parte del ethos del Diseño del siglo XX,

como el progreso, la innovación, y la democratización del uso. En conjunto, brindan evidencias de cómo las relaciones entre los principios del Diseño moderno internacional y las tradiciones locales de comunicación visual pueden ser desiguales e intrincadas, y, por esta misma razón, tan fascinantes.

---

The 20th century witnessed the maturity of Design, and visual Design as one of its most significant branches. The central role of the visual and of communicative processes gained momentum while Design came to be known as a field of practice, of studies, and of knowledge. Visual Design (also known as graphic or communication Design) became a consolidated and recognizable discipline, helping to configure what authors such as Victor Margolin or Richard Buchanan defined as the “artificial world”. The ubiquitous presence of Designed artifacts in our daily lives inevitably connects Design and culture.

The term ‘Design culture’ is adopted here in two basic senses. The first one acknowledges the specificity of each region, each nation and, eventually, each country, through modes and traditions assimilated in their particular visual Design (trends, reference points, associations, practices, specialties, leading figures). The second one claims the need to read the culture of each region, nation or country, as a primary matrix to interpret Design—which implies taking Design as a cultural manifestation.

In any event, Design cultures, understood as shared sets of references, meanings and values related to Design, have not been established in the same way and at the same pace in all regions of the world. There have been important differences in the role played by Design and Designed artifacts in countries industrialized to a greater or lesser extent, at different paces, and in different moments. This has led to the perception that industrialization alone –traditionally considered the driving force behind modernization processes– cannot explain the presence and spread of Design and Design cultures throughout the world.

Questions on the nature of Design itself, and its relation to society at large and local cultures have been put forward by authors such as Anne-Marie Willis and Arturo Escobar, and discussed in a previous issue of this journal (Vol. 7 Núm. 12, 2022). The classic narrative that associates the consolidation of modern Design with modern industrial processes does not accommodate the specificity and richness of Design cultures that evolved in Portugal, Spain, and in practically all Latin American countries. In many of these places, Design is not (yet?) a central economic force fully incorporated in industrial processes, but nonetheless is an indisputable cultural phenomenon. In such a condition, Design is part of relevant cultural debates such as the quest for identities, the acknowledgement of differences, or the dynamics between dominant and subordinate cultures.

At the core of those debates lies the need to consider difference, or plurality. The conceptions of ‘modern’, ‘modernity’, and ‘modernism’ do not have a singular, unique, fixed meaning for all parts of the world, and not even within Ibero-American countries. As the essential condition of ‘modern’ is

tied to change over time, its current meaning changes too. This accounts for the various conceptions of 'modernism' (whether this refers to peninsular versions of Art Nouveau, early 20th century European-based movements, mid 20th century Design trends, or later developments) or 'modernisms', in plural. Likewise, it is more accurate to speak of local traditions in plural. The same is true for the idea of 'Western,' which tends to grossly blend certain facets of (North-Western) European and North American cultures as opposed to 'Eastern' traditions, leaving Southern Europe and all American countries South of the USA in a limbo. In the case of Ibero-American visual communication Design cultures, 'modern-' is something that comes from 'that' West.

The call for this special issue on Ibero-American visual Design cultures in the 20th century invited authors to join a debate, inaugurated by a team of researchers from Argentina, Brazil, Mexico, Portugal and Spain, on coincidences and divergences between Design cultures and modernization processes in the broader context of Latin America and Europe during the last century. Supported by a grant offered by UIU (Unión Iberoamericana de Universidades), the research team aimed at conducting exploratory investigations on various aspects of visual Design and, through a series of case studies, to shed light on the relationships between modernisms and the local traditions that shaped Iberoamerican visual Design cultures, influenced and still influence the world of Design today. The call stimulated the submission of articles discussing aspects of visual Design culture from different perspectives, including the recognition of distinctive characteristics of visual Design in different parts of the world, comparative studies of Design cultures, studies on culture as an interpretive matrix for Design, and on Design as a cultural manifestation.

Two articles selected for this Special Issue approach the issue of visual Design and modernity from a wider perspective, leading to reflections on current and future practice. In 'Tecnología Gráfica y Modernidad. Una Propuesta de Relectura Para el Siglo XX' ('Graphic Technology and Modernity. A Rereading Proposal for the 20th Century'), Enric Tormo and Sheila Gonzalez-Mardones, professor and lecturer at the University of Barcelona (Spain) propose a reinterpretation of the history of printing as a quest for modernity, concluding with a series of outstanding issues involving the role of digital technologies. In 'Hay Diseño de información si sabes donde buscarlo' ('There is information Design if you know where to look for it'), Josefina Bravo Burnier and Barbara Urrutia-Badilla, Chilean Designers and lecturers at the universities of Reading and Leeds (UK) trace the history of information Design in the late 20th century, and describe examples of its application in Chile in the early 21st century, suggesting that it may have an important role in future efforts for regional citizen participation and community development.

Other two articles examine interactions between different Design cultures. In 'Diseño de letras al estilo japonés para publicidad en Sudamérica a principios del siglo XX' ('Japanese-style lettering Design for advertising in South America



in the early twentieth century') Eduardo Araújo de Ávila, a PhD candidate at the University of São Paulo (Brazil) looks at Japanese-style lettering Design in newspapers published in Argentina, Brazil and Peru in the early 20th century, finding evidences of a shared visual Design taste, strongly related to ideals of modernity, circulating among Japanese-speaking audiences in South America. In 'El Diseño gráfico en Brasil y Argentina en los años 50' ('Graphic Design in Brazil and Argentina in the 1950s'), professors Marcos Braga (University of São Paulo) and Verónica Devalle (University of Buenos Aires, Argentina) examine the institutionalization of a modernist conception of graphic Design in Brazil and Argentina between the late 1950s and early 1960s, locating its origins among local concretist avantgarde scenes established in the 1940s and early 1950s, and recognizing also the influence of north-american graphic arts.

The four remaining articles focus on local visual Design cultures. Verónica Devalle and Andrea Gergich, professor and lecturer at the University of Buenos Aires, look at the Design of magazines dedicated to graphic and visual arts in Argentina in their 'Tensiones entre tradición y modernidad en el primer Diseño gráfico argentino (1910-1950)' ('Tensions between tradition and modernity in early Argentine graphic Design (1910-1950)'). In 'Flora tipográfica catalana, 1930-1960' ('Catalan typographic flora, 1930-1960') Oriol Moret, professor at the University of Barcelona, examines the original and expressive typographic proposals made by three catalan designers (Veloz, by Joan Trochut Blanchard; Fuga de Arabescos, by Enric Crous Vidal; and Ikebana, by Ricard Giralte Miracle) in the context of 'Grafia Latina', a reaction to Swiss-German modernity. Helena Barbosa, professor at Aveiro University (Portugal), investigates poster Design in Portugal during Estado Novo dictatorial and corporatist state in her article 'O Design de cartazes turísticos portugueses dos anos 60: estratégias políticas e discursos visuais' ('The Design of Portuguese tourist posters in the 1960s: political strategies and visual discourses'), showing how visual Design may contribute to cultural identity and political propaganda, reinforcing nationalist customs and traditions. Finally, in 'Cultura visual y Diseño editorial moderno en México: el caso de Vicente Rojo (1932-2021)' ('Visual culture and modern editorial Design in Mexico: the case of Vicente Rojo (1932-2021)'), researcher Marina Garone, from the National Autonomous University of Mexico, presents the results of a research on this Mexican-based Designer born in Barcelona, which enquired on his pioneering role for modern Mexican Design.

How 20th century visual communication Design, in Ibero-American countries, was affected by modernist Design ideals and local visual culture traditions? The articles in this Special Issue provide answers to this question, offering a plural panorama of visual Design cultures within the debate on modernization processes in the wider context of the Global South. By doing so, they all contribute to a better understanding of how non-hegemonic nations interpreted, arranged and displayed their cultural and visual production vis-à-vis modernist ideas that became part of the twentieth century Design ethos, such as progress, innovation, and democratization of use. In conjunction, they provide evidence on how relationships between international modern Design principles and local visual communication traditions can be uneven and intricate, and, for this very reason, so fascinating.