



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
F.A.D.U.

Posgrado
Maestría en Diseño Comunicacional (DICOM)

Defensa de Tesis

En busca del marco perdido

El diseño editorial en las publicaciones de artes visuales
en Buenos Aires de 1970 a 2000

Artinf – Arte al día

Sus implicancias: reproducción, circulación, legitimación, mercado del arte

Alumna: DG. Mónica M. Pallone
Directora de tesis: Dra. Cristina Rossi
Co-Directora de tesis: Dra. Sandra Szir

Buenos Aires, 6 de abril de 2020

En busca del marco perdido

El diseño editorial en las publicaciones de artes visuales
en Buenos Aires de 1970 a 2000

Artinf – Arte al día

Sus implicancias: reproducción, circulación, legitimación, mercado del arte

Resumen

La presente tesis se focaliza en el tratamiento de las estrategias comunicacionales e identitarias aplicadas en las publicaciones periódicas de arte, a partir del corpus – material y visual– de las revistas *Artinf* (o Arte Informado) y *Arte al día*. Tomar como objeto de estudio dichas revistas nos permitirá analizar y comparar su materialidad, formatos, contenidos, estructuras compositivas y recursos gráficos —textuales y visuales—; indagar y analizar dos publicaciones periódicas argentinas que al día de la fecha han sido poco estudiadas; y, ahondar en las distintas características discursivas de las publicaciones de arte editadas, producidas y puestas en circulación en el ámbito porteño durante la década del setenta hasta los primeros años del nuevo milenio. El análisis y las transformaciones de la identidad visual de este binomio permitirá también pensar el devenir de las prácticas proyectuales, sus discursos y estrategias gráficas que sustentan el diseño editorial como disciplina, y el ingreso de éste a las lógicas del marketing, del mercado del arte y las industrias culturales.

Palabras claves: *revistas, arte, materialidad, diseño, mercado del arte.*

Abstract

This thesis is focused on how the identity and communications strategies applied in periodical art publications are handled, based on the corpus—both material and visual—of *Artinf*, *Arte informa* and *Arte al día* magazines. Taking these publications as objects of study will enable us to examine and compare their materiality, formats, contents, compositional structures and graphic resources—visual and textual—and to investigate and analyze two Argentinean periodical publications which have not been subjected to thorough study to date; it will allow us to explore the different discursive characteristics of art magazines edited, produced and put into circulation in the greater Buenos Aires area during the seventies and until the beginning of the new millennium. Scrutinizing transformations in the visual identity of this duo will also permit consideration of project-based practices' emergence, the corresponding discourse and

the graphic strategies that sustain editorial design as a discipline, and how this enters into forms of marketing logic, the art market and cultural industries.

Key words: *magazines, art, materiality, design, art market.*

INDICE

1. **Introducción**
 - 1.1 **Los discursos visuales en las revistas de arte**
 - 1.2 Algo más que contenido: hacia una metodología de estudio del objeto revista
 - 1.3. [De]construir la puesta en impreso
 - 1.4. Revista cultural. Industria cultural

2. **La imagen en la cultura impresa**
 - 2.1. La imagen como objeto material

3. **El arte como materia prima del impreso**
 - 3.1 El arte como capital simbólico
 - 3.2 El arte como medio para visibilizar el arte
 - 3.3 Arte y Diseño: el proto-diseño del diseño editorial

4. ***Artinf*, un discurso visual como marca reconocible**
 - 4.1 Derbecq, Ambrosini, Baron Supervielle, Prati
 - 4.2 1970-1973, periódico de información artística
 - 4.3 1980-1989, una revista diferente
 - 4.4 1989, *Mas allá del objeto*
 - 4.5. *Artinf* nro. 80: Los 80 en el MAM
 - 4.6. Diseño editorial y leyes del mercado

5. ***Arte al día*, por y para el mercado del arte**
 - 5.1 Cuando Peuser renace en Costa Peuser
 - 5.2 Revista de informaciones del mercado del arte y antigüedades
 - 5.3 Periódico *Arte al día informa*
 - 5.4 Año 2000. El campo expandido del impreso
 - 5.5 De la materialidad a la visibilidad

Conclusiones

Bibliografía

Agradecimientos

Introducción

1.1 Los discursos visuales en las revistas de arte

La producción de escritos académicos acerca de la historia del diseño como disciplina en nuestro país ha tomado impulso en las últimas décadas con el surgimiento de las carreras de diseño como disciplina proyectual. Sin embargo, existe una carencia de análisis en la producción teórica en torno a la práctica del Diseño capaz de articular de manera crítica —tal como ha señalado Laura Corti—, “el aparato teórico y metodológico del campo con su producción visual y la inserción de ésta en el sistema general de la cultura visual de una época” (2012).

Es importante subrayar que, si bien el campo disciplinar tiene su germen académico en la Universidad Nacional de La Plata y la Universidad Nacional de Cuyo entre los años sesenta y finales de los cincuenta, respectivamente, una mirada prospectiva nos ubica en la década del ochenta junto a las declaraciones de Bruno Munari. El diseñador y pedagogo italiano en su libro *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual* (1981), encuadra a la “actividad editorial” dentro de aquellos sectores de la sociedad donde “el diseñador tiene un papel a jugar”, para luego agregar “qué es lo que vale la pena abordar como proyecto”. Munari incluye en ese listado los pormenores apropiados que definen la puesta en impreso, conceptos que también abordará esta tesis, a saber: la proyectación gráfica de la portada de un libro o de una serie de libros, [...] la proyectación del mismo libro como objeto [...] el formato, el tipo de papel, el color de la tinta en relación con el color del papel, la encuadernación, la elección del carácter tipográfico según el argumento del libro, la definición de la extensión del texto respecto a la página, la colocación de la numeración de las páginas, los márgenes, el carácter visual de las ilustraciones o fotografías que acompañan al texto, etcétera. (2004:34). Esta enumeración descriptiva de las prácticas del diseño planteada por Munari acerca de los parámetros del rol profesional del diseñador y las posibilidades de comunicación visual del impreso, nos pone en perspectiva para empezar a pensar los discursos visuales como aportes al estudio de la disciplina editorial dentro del campo del Diseño Gráfico.

Creemos que pensar las revistas culturales dedicadas exclusivamente a las artes, como dispositivos enunciativos y visuales —fuentes primarias de una época y actividad determinada—, y, como dispositivos discursivos —que dan cuenta de un *saber hacer*

del Diseño Gráfico— (Devalle, 2008: 217) nos permitirá aportar no solo a la teoría y praxis del Diseño Gráfico editorial en particular, sino también contribuir al campo disciplinar del Diseño en general. En esta línea, nos interesa analizar si los discursos visuales de las revistas de arte contienen un aporte diferencial para el estudio del diseño editorial en la disciplina que nos compete.

La presente tesis se focalizará entonces, en la búsqueda y el análisis de las huellas del diseño —visuales, materiales, tecnológicas y de impresión— que quedaron impregnadas en el material relevado de nuestros objetos de estudio, los periódicos y revistas *Artinf* (o *Arte Informa*) y *Arte al día*, desde la década del setenta hasta los primeros años del dos mil. Es importante destacar que, al momento de elaboración de esta tesis, ninguna de estas publicaciones cuenta con aportes teóricos ni estudios acerca de su contenido, y menos aún, sobre sus transformaciones materiales y discursivas como referentes del campo artístico y cultural, puesto que no han sido estudiadas ni como objetos de difusión de ideas ni como dispositivos de diseño.

Por estas razones, y para un mejor acercamiento al corpus discursivo de diseño de ambas publicaciones, esta tesis, se abocará al estudio del diseño como práctica cultural (Margolin, 2005) por conjugar tanto el proceso de editar y diseñar (actividad) como el objeto impreso (producto). Para ello desplegará los parámetros de investigación y análisis a sus contextos de aparición, circulación y difusión; modos de producción; materialidad y formatos (de origen y migraciones); diversidad de sus contenidos (según su campo de desarrollo); discursos visuales que involucran estructuras compositivas y recursos gráficos (textuales y visuales); y las actividades o acciones derivadas de dichos impresos.

Aportaciones hoy desconocidas que permiten, por un lado, desandar el papel del diseño en el orden social de las diferentes épocas por la que transitan ambas publicaciones y, por otro, identificar en ese discurso los posibles aspectos en la relación diseño-consumo ejercido desde las mismas páginas de los impresos.

1.2 Algo más que contenido: hacia una metodología de estudio del objeto revista

El estudio de las publicaciones periódicas especialmente aquellas dedicadas al campo del arte o las que abarcan un espectro más amplio denominadas culturales, han adquirido a partir de la década del sesenta mayor interés como objeto de estudio diferenciado y se han constituido —como sostiene Patricia Artundo— en “marca reconocible” a partir de su propia materialidad y visibilidad. En la actualidad su estudio como artefactos culturales, ha superado los planteos formalistas de mayor circulación basados en propuestas metodológicas a partir de la clasificación del contenido y del análisis del discurso, prescindiendo del soporte y del discurso visual del impreso.

Si el siglo XX encauzó el estudio de las revistas como “objetos de difusión de ideas y proyectos” cuyo enfoque privilegió “el abordaje literario de las revistas” (Dolinko, García, 2017:5)¹ es a partir de los años sesenta que comienzan a surgir en nuestro país investigaciones sobre aquellas publicaciones que transitaron el campo de las letras, pero bajo una mirada “desinteresada” sobre lo que constituía su objeto de estudio (Artundo, 2008). A modo de antecedentes de este tipo análisis nombraremos a *Las revistas literarias de Hispanoamérica. Breve historia y contenido* (México, 1959) considerado el primer manual sistemático sobre revistas literarias, desarrollado por el crítico Boyd G. Carter. Doscientas ochenta y dos páginas en un formato de 15 × 21 cm, con información en sentido vasto y flexible para estudiantes, docentes, investigadores y bibliotecarios que ofrece en su primera sección una síntesis histórica y descriptiva, e información analítica de muchas publicaciones periódicas —para allanar el camino del investigador— por ejemplo “*Sur, la Revista Hispánica Moderna* [...], hasta los periódicos de preocupación cultural con sus suplementos u hojas literarias o poéticas, a veces efímeras, pero de valor temporal y estético.” (Schanzer, 1970:146). Un segundo capítulo donde transcribe breves observaciones sobre cincuenta revistas de indiscutible valor literario y cultural que incluyen: títulos, fechas de publicación, ubicación de la revista, lista de colaboradores, objetivo de la revista, secciones y títulos, y un

¹ Otros estudios han privilegiado el abordaje literario de las revistas de las primeras décadas del siglo XX, como las investigaciones de Wechsler, Diana B. (2003). *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición, Buenos Aires, 1920-1930*. Buenos Aires: Instituto de Teoría e Historia del arte “Julio E. Payró”, FFyL-UBA.; Pablo Rocca (2004). “Por qué, para qué una revista (Sobre su naturaleza y su función en el campo cultural latinoamericano)”. *Revista Hispamérica* (99). Estados Unidos: Hispamérica; Saitta, Sylvia (2005), “Polémicas ideológicas, debates literarios en *Contra. La revista de los franco-tiradores*”. En *Contra. La revista de los franco-tiradores*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Manzoni, Celina (ed.) (2007). *Vanguardistas en su tinta. Documentos de la vanguardia en América Latina*. Buenos Aires: Corregidor; Pini, Ivonne y Jorge Ramírez Nieto (2012). *Modernidades, vanguardias, nacionalismos. Análisis de escritos polémicos vinculados al contexto cultural latinoamericano: 1920-1930*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia y Carman, Facundo (ed.) (2015). *El poder de la palabra escrita. Revistas y periódicos argentinos (1955-1976)*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.

comentario del autor sobre la publicación examinada, entre otros datos. La tercera parte denominada "Bibliografía escogida", presenta 1.500 títulos tomados de 125 revistas, clasificadas por materia; y finalmente como cuarto capítulo una "bibliografía general". Teniendo en cuenta la dificultad de acceso de la época a las fuentes de información, fue considerado como una “verdadera enciclopedia del periodismo literario de Hispanoamérica.”

Tomando como modelo la investigación de Carter, el volumen de John E. Englekirk, *La literatura y la revista literaria en Hispanoamérica* (1961-1963), añade la clasificación de las revistas por países y en orden cronológico con “pequeños estudios” que estructura a partir de las siguientes secciones: *Autores* (vivos o muertos, y colaboradores), *Asteriscos* (sencillo o doble indica si el autor ha sido asiduo “colaborador”, activo o pasivo), *Ubicación* (bibliotecas en donde se encuentran las colecciones, a veces número de tomo), *Referencias* (a Carter o Leavitt en caso de alguna revista citada por ellos), *Suplementos* (miscelánea de revistas de interés para el investigador literario, datos y apuntes bibliográficos) e *Índices* ("Índice de revistas" e "Índice onomástico"). Cabe destacar que esta clasificación de Englekirk no solo profundiza la de su predecesor, sino que intenta de alguna manera, esboza la importancia de las revistas como instrumentos de estudio del “desarrollo literario y cultural de una época” (Englekirk, 1961:15).

Cada una de estas obras —incluida la catalogación de los 30.107 artículos de las cincuenta revistas científicas y literarias de Latinoamérica más importantes, en *Revistas hispanoamericanas. Índice bibliográfico. 1843-1935* (1960) de Sturgis Leavitt— con sus propias particularidades en cuanto a los criterios que los guiaron, representaron —en palabras de Artundo— un esfuerzo que buscó integrar los trabajos ya conocidos en cada uno de los países de habla hispana dedicados a las revistas, con visiones de conjunto y la incorporación de índices y bibliografías (2010).

Paralelamente a Englekirk, asoma una nueva metodología a partir del estudio integral de las publicaciones que atiende a la manufactura visual y compaginación del impreso. Desde *El Periódico: estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada* (1961), el periodista francés Jacques Kayser plantea identificar en la prensa periódica, tres áreas específicas: el *Registro de Identificación del periódico y expediente de identidad* (nombre, lugar, aparición, tirada, difusión, formato, estructura jurídica y financiera); la *Morfología del periódico* que incluye el análisis estructural del diario

(páginas, columnas y condiciones técnicas de impresión), el espacio de redacción (textos, títulos e ilustraciones) y las áreas publicitarias y administrativas; y la *Valorización* que implica a su vez tres conceptos: Emplazamiento (jerarquización del texto), Titulado (cuerpo y tipo de fuente tipográfica) y la Presentación (ilustraciones, tipografía, estructura).

A fines de los sesenta la publicación *Las revistas literarias argentinas 1893-1967* (1962)² de Hector R. Lafleur, Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso, sumará a la descripción y análisis de medio siglo de múltiples facetas de producción de las revistas argentinas, detalles estructurales, cambio de formatos y/o modos de producción omitidos hasta ese momento, ejemplo de ello: “El N° 1 incluye en separata un grabado en color de Antonio Berni, impreso con el taco original; el N° 2, una litografía de Castagnino” (en referida a la revista *Nosotros*); “Conjunto de diseños en negro y color y algún collage fotografiado” (*W. C.*); “Esta hoja de papel de estraza, de formato mayor, es también un alarde tipográfico y de impresión; grandes titulares rojos y negros sobre el fondo gris del pliego, y una ingeniosa distribución del material...” (*El Potro en el Viento*); “Ante crecientes dificultades económicas, [...] cambió el formato de la publicación, aumentó su número de páginas y vio acrecentar el de colaboradores” (*La Campana de Palo*); *A partir de cero* es el experimento que, con un diseño oblongo y numerosos collages, difunde la “atmósfera de fantasía onírica”. (Lafleur, 2006) Todos estos fragmentos seleccionados del volumen de Lafleur, Provenzano y Alonso, anticipan de alguna manera, la investigación sobre la *sintaxis de la revista* —en el decir de Beatriz Sarlo— e identifican, en los prolegómenos de la siguiente década, aquellos conceptos ineludibles para el estudio de las revistas como “objeto de estudio diferenciado”.

Para la elaboración de esta tesis es importante destacar también —como sostienen Donald McKenzie y Roger Chartier— que las formas crean significación, y cómo estas, devenidas materialidades, median entre el lector y la lectura. Es justamente el propio historiador lionés quien nos recuerda que “no hay texto fuera del soporte que lo da a leer, que no hay comprensión de un escrito, cualquiera que sea, que no dependa

² La historiografía sobre revistas culturales en Argentina se extiende a los trabajos de *El periodismo cultural* de Jorge B. Rivera; *Historia de las revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*, de Alejandro Eujanián; los cuatro volúmenes de Washington Pereira, *La Prensa Literaria Argentina. 1890-1974*; los dos tomos de *Historia de Revistas Argentinas* publicados por la Asociación Argentina de Editores de Revistas, y *La cultura de un siglo: América latina en sus revistas*, editado por Saúl Sosnowski, Noemí Girbal-Blacha y Diana Quatrocchi-Woisson (directoras), *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX*, Buenos Aires, Academia Nacional de la Historia, 1999.

de las formas en que alcanza a su lector” (1995:86). Con este señalamiento, Chartier, aporta un doble procedimiento de estudio: la *puesta en texto* [la retórica del autor, la construcción del texto, los contenidos] y la de los procedimientos de *puesta en libro* [técnicos, materiales, tipográficos] (1992:55). Tomaremos como parte de nuestro análisis este último concepto el de la “*puesta en libro o puesta en impreso*”, porque nos ayudará a descubrir aquellas estrategias visuales y comunicacionales determinadas por el editor de una revista, que resultan de los modos de producción ligados a los soportes, los recursos, y la *puesta en impreso*, donde además se verifican las relaciones entre la imagen y la configuración material de la página impresa. Si estas estrategias, según el historiador, responden a “la decisión editorial o el trabajo del Taller [imprenta], apuntando a lectores o lecturas que pueden no ser conformes con los deseados por el autor” (1993:45-46), un interrogante a tener en cuenta en esta instancia del trabajo y en relación con nuestro corpus es ¿qué sucede con la *puesta en impreso* de una publicación cuando su editor/a es también autor/a y propietario/a del medio en cuestión, como veremos en el caso del periódico y la revista *Artinf* y *Arte al día*? ¿de qué manera esa multiplicidad de roles concentrados en una misma figura influye en la creación final del proyecto editorial?

Para Enrique Longinotti, el proceso de diseño es una metodología que a veces ni siquiera es mencionada, que remite a procedimientos que operan bajo ciertas reglas, procesos de análisis y síntesis invisibilizados en el proceso de “diseñar” (Giorgi, 2012). Hasta mitad de los años ochenta no fueron tiempos de *software* de autoedición³, por lo tanto, se supone que la diagramación y el armado de los originales de los impresos para ser enviados al proveedor de imprenta correspondiente, requeriría de la participación de un profesional del diseño para su *puesta en impreso*. Observaremos que tanto *Artinf* como *Arte al día* —aunque no de manera constante— informan en sus créditos el nombre de los/las responsables de su diagramación o diseño. Ahora bien, qué estén mencionados en los créditos ¿implica necesariamente su participación en el diseño del impreso?, ¿cuáles son los indicios en la concepción de la forma del mismo—con todo lo que ello implica— que nos permitan evidenciar las decisiones de su diseño y la responsabilidad inherente? El recorte temporal de ambas publicaciones evidencia una perseverante *identidad morfológica* en ciertas instancias de su producción, aun ante la mutabilidad de sus colaboradores de la diagramación o diseño. Será parte también de

³ Recién en 1985 comenzarían a circular los llamados “*softwares* de publicación de escritorio más amigable” que permitirán diagramar y componer textos en pantalla.

esta tesis reconocer la integración o no de dichos profesionales y los propietarios de los medios (a su vez también editores), en la construcción del discurso visual y el tratamiento de los aspectos de identidad y forma en cada de sus etapas.

En la búsqueda del procedimiento más apropiado para el estudio de la materialidad y *puesta en impreso* de estas dos publicaciones periódicas, nos encontramos con que históricamente el origen de las metodologías del diseño contiene una insoslayable *impronta científica*. Contribuciones como la de Christopher Alexander, de formación matemático y arquitecto, en su trabajo *Ensayo sobre la síntesis de la forma* (1986 [1966]), sostiene la idea de que el hombre puede aumentar su capacidad intelectual e inventiva a partir de racionalizar el proceso de diseño aplicando la lógica de las matemáticas a la práctica proyectual (Alexander, 1986:21). Años después, Herbert Simon en *Las ciencias de lo artificial* (1968), denomina a las actividades de diseño “ciencias de lo artificial” donde incluye en esa categoría a todas las cosas y organizaciones hechas por el hombre “esa interfaz que separa el entorno interno del mundo exterior; su función es lograr alcanzar objetivos adaptando el primero al segundo” (Simon, 1994:136). Ya en la década del setenta, Horst Rittel —también matemático, representante del *Design research*—, replica las posturas anteriores afirmando que “los mecanismos con que los científicos resuelven sus problemas no son aplicables a la resolución de problemas del diseño” (Sarli, 2017). A partir de su trabajo con los *wicked problems* (“problemas complejos” que no tienen una única solución) propone abordar los obstáculos del diseño a partir de dos fases: la definición y la solución. John Christopher Jones —ingeniero y diseñador industrial galés de la Universidad de Cambridge—, prosigue, en 1971, con el planteo del diseño “como proceso racional y plantea la problemática de establecer un método transferible, de pretensión universal” (Pittaluga, 2017:97), y expresa, en su *Design Methods* (Métodos de diseño, 1970), que son varios los caminos para arribar a un objetivo, por lo que no es obligatorio seguir un solo método para una actividad específica.

La expansión del propio campo del diseño, en los últimos treinta años, determina un cambio en la definición del término: el diseño ya no se define por los objetos diseñados sino por su capacidad de pensarlos. Al desplazar la materialidad como eje vertebral del diseño se abren nuevos horizontes para su práctica, de aquí la idea de *campo expandido*. (Pittaluga, 2017:101), Abraham Moles (1989), Richard Buchanan (1989), *The Design Way* (El camino del diseño) de Erik Stolterman y Harold Nelson

(2003), y Guy Julier (2010), son algunos de los autores que desde diversas perspectivas generarán nuevos discursos sobre las prácticas del diseño.

Finalmente, de los intentos por repensar el proceso de diseño y sus alcances, el método de Victor Margolin (1941-2019), relativo al estudio del diseño como una práctica cultural surge como la más adecuada para implementar en nuestro análisis. El diseñador e historiador del diseño, propone *la inclusión de la historia del diseño dentro de los estudios sobre diseño*, en el convencimiento de que la interacción de la historia con otras disciplinas contribuye al estudio del diseño en la cultura contemporánea

El producto mismo, cualquiera que sea su forma, se vincula con su concepción, planeación y elaboración, por un lado, y con su recepción, por el otro. Un investigador puede enfatizar la concepción y planeación de los objetos, lo que podría implicar un estudio del proceso de invención y producción o de las políticas de diseño, o la investigación puede centrarse en la recepción del producto, apelando a la teoría o la retórica referida a este aspecto (Margolin, 2005: 349).

El diseño como práctica cultural es una de las cuatro temáticas o *topoi*, que en 2008 propuso como abordaje cultural de los estudios de diseño. Se completa con los productos del diseño, el discurso del diseño y el metadiscurso. Cada una de estas categorías, implican la participación de todos los actores que integran la cultura del diseño —léase diseñadores, teóricos, críticos, programadores, curadores y usuarios, etc.— y, la constante actualización de sus métodos, productos y discursos, como resultado de la constante dinámica e interactividad del propio campo.

Es de interés de esta tesis como método de estudio propuesto por el teórico americano, entrecruzar las disciplinas que estudian las acciones humanas con aquellas que estudian los objetos, puesto que “el diseño se refiere tanto a una actividad como a un producto” (Margolin, 2005). Tomaremos entonces las materias afines y mas pertinentes para el análisis de *Artinf* y *Arte al día: la historia* (contextos de aparición y circulación) (Peuser, 1943), (Costa Peuser, 2019), (Bermejo, 2011); la comunicación (contexto de difusión y estrategias comunicacionales) (Williams, 1992), (Barthes, 1964, 1986), (Bajtín, 2005); la sociología (aporte y migraciones de sus contenidos) (Devalle, 2006, 2010), (Szir, 2009, 2018); y la antropología cultural (objeto de consumo y dinámicas sociales en el seno de cada publicación) (Crispiani, 1996, 2011), (Manzini, 1986), (Vigna, 2015); en combinación con la historia del arte (vinculaciones estéticas e influencias teóricas del campo artístico) (Rossi, 2004, 2010), (Artundo, 2008, 2010), (Baldasarre, 2005); el diseño (antecedentes del diseño gráfico, modos de producción,

materialidad, formatos, discursos visuales —estructuras compositivas y recursos gráficos— (Maldonado, 1949, 1993, 1997), (Méndez Mosquera, 1997), (Munari, 2004) (Bill, 1970); la cultura material (revistas como artefactos de status o fetiches); y finalmente, las industrias culturales (actividades y acciones derivadas como campo expandido del impreso) (Canclini, 1990).

1.3. De[construir] la puesta en impreso

La propia idiosincrasia de cada uno de las publicaciones del corpus invita a articular diversas disciplinas para poder comprender los procesos de elaboración y conceptualización del objeto impreso, descubrir las modalidades de su puesta en impreso y las estrategias comunicacionales propias de una época. *Artinf* y *Arte al día*, con coincidencias y contrastes, abren un espacio para meditar la *sintaxis de la forma*, las transformaciones y estrategias visuales que surgieron en los años setenta —por momentos contrapuestas o complementarias—, más cercanas, en ocasiones, al *artista romántico* y en otras, a la lógica del mercado a partir de la exaltación del consumo masivo de la imagen.

A modo de [de]construcción del proceso nos parece importante como primer capítulo iniciar con un repaso conciso del devenir de la imagen impresa como artefacto cultural. Poniendo el foco en el progreso tecnológico que permitió inscribir nuevos significados en la relación texto-imagen (Szir, 2009), sintagma que —junto a la tecnificación de la producción que permitió sortear la producción artesanal— obró en una mayor circulación de impresos ilustrados [...] una amplia difusión y un indiscutible éxito comercial (Malosetti; Gené, (2009). La *multiejemplaridad* —propia de las estampas— permitió a las revistas, expandir la circulación de imágenes gráficas, abriendo las puertas a un nuevo coleccionismo distinto del coleccionismo del “original”.

Un segundo capítulo describe tres modos de apropiación del “arte” como materia prima del impreso de algunas revistas culturales periódicas anteriores a nuestro corpus. Para comenzar, aquellas que —durante las primeras décadas del siglo XX— incorporaron el arte por su capital simbólico. En estas, la obra de arte se presenta como complemento ilustrativo del texto, ligado más al placer de la lectura y a la categoría de lo “bello”. La segunda modalidad, responde a las que buscaron la transformación material y visual del objeto asociado a las estéticas de las vanguardias artísticas, y cuyas

experimentaciones visuales se pueden interpretar como “anticipaciones” al diseño gráfico. La tercera y última selección, son las que conjugaron a mitad de los años cincuenta, *Arte y Diseño*. Fueron revistas imbuidas del pensamiento moderno heredado de los procesos de abstracción, tanto en el arte como en la arquitectura, publicaciones que, en tanto rectoras del *Buen diseño*, revalorizaron el arte a la luz del desarrollo tecnológico y cooperaron con la transformación “de la práctica del diseño, al Diseño como disciplina académica” (Devalle). Los discursos visuales analizados podrán ser considerados como anteproyecto o —parafraseando a Gergich— como “proto-diseño”⁴ del diseño editorial de nuestra disciplina. Reforzaremos estos conceptos con otros autores como Carlos Méndez Mosquera (1968), Enric Satué (1998), Schwartz y Patiño (2004), Patricia Artundo, (2008, 2010), (Szir, 2009, 2011, 2014), María Amalia García (2009), Verónica Devalle (2009) y Cristina Rossi (2017, 2018).

Específicamente, el caso de *Artinf*, publicación que atravesó casi cuarenta años de la historia social y política argentina, abordaremos sus transformaciones desde la década del setenta hasta entrado el año dos mil en el cuarto capítulo. Fuente de consulta en la actualidad por diversos investigadores —especialmente del arte—, gracias al profuso y específico contenido literario e informativo de sus ejemplares, observaremos a comienzos de la década del setenta, el contexto de su aparición primero como periódico, como resultado de la sinergia de Silvia Ambrosini, Germaine Derbecq, Silvia Barón Supervielle y Lidy Prati. Examinaremos como el *know-how* de cada una, figuras insertas en el propio entorno artístico-intelectual e intérpretes de las cuestiones distintivas del arte a nivel nacional e internacional, contribuyeron y definieron la *sintaxis de la forma* de *Artinf* no solo como integrantes del comité editorial inaugural, también del de redacción, sumado a la participación de Prati también, como diagramadora en sus inicios. Veremos cómo, en un segundo período mucho más extenso —del ochenta hasta entrado el nuevo milenio—, Silvia Ambrosini ahora como única directora y propietaria, reconfigura la condición de la publicación de periódico a revista bajo un formato, al inicio, cuasi cuadrado con tapa cartoné, morfología que no podrá sustraerse a sucesivas experimentaciones del impreso tanto por circunstancias económicas, como por sutiles adaptaciones a las tecnologías gráficas de producción. Esta configuración de formato fuera del standard, las estrategias comunicacionales de sus coberturas, el nutrido contenido dirigido a un público avezado, y el beneficio, junto a la suscripción de la

⁴ Puestas en páginas o dimensiones graficas-visuales consideradas como anticipaciones a un práctica editorial.

revista, de adquirir “reproducciones de obras de artistas” —como piezas separadas del cuerpo de la revista—, probablemente aportarán los elementos identitarios al impreso, y a la gestión de Ambrosini. Estudiaremos cómo esa identidad no se limita a las características estético-formales, sino que la dimensión proyectual del discurso del diseño, también depende del contexto en que se enmarca, ineludibles a la práctica de la disciplina (Bonsiepe, 2012).

Una biopsia a la revista nos permite desmenuzar sus mutaciones materiales y de diseño (puesta en página, usos tipográficos, estructuras internas de grilla, colorimetría, transformaciones de formato); sus contenidos (inéditos y revisitados); modos de circulación y comercialización, etc.—, e interrogarnos sobre estas transformaciones a lo largo de sus casi tres décadas de circulación. El lineamiento estético de *Artinf* se nutrirá como veremos, de las revistas culturales que la antecedieron, principalmente, de aquellas que abrevaron de la teoría de la Buena Forma (*Gute Form*)⁵ de Max Bill. En vista de esta ligazón, y en función de la doble conceptualización de esta teoría —por un lado, la original del diseñador suizo que respondía a la armonización de la tecnología de producción del objeto y su funcionalidad (Crispiani, 2011); es decir, reducía la producción artística al trinomio forma-función-belleza (Del Gizzo, 2005); y por otro, autores como Gret Selle, que dirán que lo “bueno” de la forma, [...], no sería su efectividad técnica y funcional, sino la capacidad competitiva y de adaptación al mercado” (1975)—, nuestros interrogantes, por consiguiente, surgen a partir de identificar en *Artinf*, dos períodos del objeto-revista claramente identificados por sus transformaciones materiales, discursos visuales y alteraciones morfológicas en su marca identitaria —emblema tipográfico que en ese no tendrá pregnancia como objeto referencial (Tapia, 2009)—, y que podrían coincidir con estas nociones de la Buena Forma.

El estudio de Arte al día, quinto y último capítulo de esta tesis, en coincidencia con *Artinf*, se focaliza también en las transformaciones discursivas y materiales de la revista, desde su génesis —mayo de 1980— hasta el año dos mil. Un somero repaso del decurso de la trayectoria de Jacobo Peuser —pionero, entre otros, de la impresión y edición en la Argentina— nos pondrá en contexto de aquellos aspectos y saberes gráficos, que, de alguna manera, aportarán el hacer a la tercera y cuarta generación familiar: los Costa Peuser.

⁵ Término acuñado en Alemania en los años cincuenta y difundido por Max Bill en 1957.

Arte al día fue creada y dirigida por Jorge Augusto Costa Peuser, bisnieto del fundador de la Editorial Peuser. La tesis plantea examinar de la misma manera, el contexto de aparición, los espacios de diálogo e intercambios en relación al arte que su contenido sugiere, sus aspectos materiales y formales, así como la convivencia, a un mismo tiempo durante la década del noventa, de las versiones impresas de *Arte al día* revista, y el periódico *Arte al día informa*, este último ya no como una transformación del objeto revista sino como otra pieza del mismo grupo editor destinado al mercado local, que, como veremos, también atravesará otras transformaciones de su discurso visual. Posteriormente, el advenimiento de nuevos dispositivos tecnológicos convertirá a los objetos [impresos] en productos [virtuales] mediado por una interfase, que en el decir de Giu Bonsiepe (1999), transformará la simple existencia física en disponibilidad. De esta manera, el objeto, que durante la década del ochenta estuvo inmerso en el debate entre estilo y forma, en los años noventa, en palabras de Alejandro Piscitelli (2005), a las cuestiones del funcionalismo de Bonsiepe, se le sumará las de la compatibilidad ecológica y de gestión empresarial.

1.4. Revista cultural. Industria cultural

Arribar a términos como *producto*, *mercado del arte* o *gestión empresarial* son el resultado de la activación de la circulación artística, producto de la proliferación de galeristas, museos, coleccionistas y marchantes, y la marcada internacionalización del arte argentino de las décadas del sesenta y setenta como nos manifiesta Andrea Giunta (2001). La evolución de nuestro corpus —sin ser ajeno a estas transformaciones— nos permitió explorar cómo la travesía de la forma —perfectamente desarrollada en los estudios de Verónica Devalle (2009)— favoreció el surgimiento de nuevas estrategias comerciales, comunicacionales y visuales, en donde *Arte al día*, y en cierta medida *Artinf*, se infieren como publicaciones inscriptas en las llamadas industrias culturales.

Este criterio desarrollado a fines de los años cuarenta por los filósofos alemanes Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, incorpora la creatividad a la reproducción industrial, dando origen a los bienes y servicios culturales. Para esa época, Néstor García Canclini (1990) dirá que las industrias culturales, masifican los espacios de las élites, rehabilitando la estética de las bellas artes y de las vanguardias, en un sistema paralelo de publicidad y difusión. El artista, entonces, se redefine como productor, el impreso se adapta de objeto a producto y se despliegan nuevas actividades y

dinamismos alrededor de la marca (eventos, ferias, exposiciones, subastas, cursos, entre otras) que permitirán la supervivencia del impreso.

¿Qué decisiones editoriales tomarán *Artinf* y *Arte al día* para sobrevivir, en los noventa, como impreso? En principio, reinventar su visualidad a partir de modificar la proporción existente entre los materiales críticos y los visuales, priorizando en el *layout*⁶ de la puesta en impreso, los espacios destinados a la comercialización de los avisos publicitarios. Y como segunda instancia, dando preferencia a la imagen por sobre el texto en función de disminuir la acción de leer como expresa Roger Chartier en las investigaciones sobre los hábitos de lectura en el siglo XX. ¿Y cómo reinventa su materialidad? como adelantamos, adoptando la forma de nuevos dispositivos.

El análisis de este binomio de publicaciones nos permitirá por un lado, arribar a las características formales y discursivas que —de alguna manera— reflejan la procedencia y diferencia de objetivos entre *Artinf* y *Arte al día*, y por otro, a partir de la identidad visual y los modos de producción en cada período estudiado, pensar el devenir de las prácticas proyectuales en las publicaciones periódicas, sus discursos y estrategias visuales —que sustentan el diseño editorial como disciplina—, el ingreso de éste a las lógicas del *marketing*, del mercado del arte y las industrias culturales, que, como a tantas otras publicaciones aparecidas durante las últimas décadas del siglo XX, le permitieron ampliar su espectro de circulación, difusión y distribución en actividades y acciones desplegadas alrededor del propio impreso.

⁶ Palabra inglesa que refiere al croquis o diseño preliminar que se utiliza para definir la distribución de los elementos dentro de un diseño bidimensional. Organización previa.

2. La imagen en la cultura impresa

La cultura gráfica, cuenta en Latinoamérica y especialmente en nuestro país con destacados investigadores e investigadoras cuyos análisis se remontan “a los albores de la cultura impresa, cuando las imágenes reproducidas a partir de distintos medios tecnológicos se emplazaron en el soporte de la página cumpliendo muy diversas funciones.” (Szir, 2017:21). Estudios visuales transitan la imagen como soporte y los propios objetos considerados en su materialidad como “dispositivos”.

Adelantamos en nuestra Introducción la tarea imprescindible, aunque concisa de repasar las modificaciones —tanto conceptuales como perceptivas— que en los inicios del siglo XX introdujeron las técnicas de reproducción de las obras de arte con la consecuente expansión del público que tuvo acceso a las mismas.

Hasta la aparición del proceso de “medio tono” o “tramado” para la reproducción de imágenes con fines periodísticos en 1880, el grabado será la única técnica de reproducción de imágenes. Cinco años después, en 1885, de la mano de Ottmar Mergenthaler (1854-1899) —alemán inmigrado a América, también llamado el segundo Gutenberg— se introduce un nuevo factor en el mundo de la impresión: la linotipia. Una máquina que componía automáticamente las líneas de un texto en una pieza para ser impreso.

2.1 Imagen como objeto material

En este devenir del progreso tecnológico, las revistas, “hijas de la modernidad y de la constitución de la esfera pública más temprana —en palabras de Roxana Patiño—, acompañaron las formaciones intelectuales y artísticas provenientes de las franjas más innovadoras de los campos culturales en pleno proceso de automatización (2006). En ellas, las revistas, donde las imágenes gráficas encuentran su medio destacado para la circulación (Malosetti y Gené, 2009), ya sea desde su propio cuerpo material o a modo de *separata* (impresión por separado).

Esta independencia del objeto revista se alcanzó en sus orígenes, principalmente, a partir de la técnica del grabado, procedimiento que permitió —por un lado— el acceso de las clases populares al consumo masivo de revistas ilustradas que encontraron en las imágenes que acompañaban los textos una herramienta ideal de lectura, modificando la

narrativa escrita; y por otro, la aparición de una forma de cultura del estereotipo visual, a partir de los códigos normalizados por los ilustradores (Williams, 1992:129). Pero también, el grabado hizo factible —como nos recuerda Silvia Dolinko— la posibilidad de coleccionar, puesto que la imagen impresa por separado de la revista, como impresión múltiple surgida directamente de la matriz realizada por el artista, conlleva una validación como “objeto artístico”, una carga simbólica cercana al *aura* benjaminiana (2009:167). Una lámina cuya condición era ser casi un original. A modo de ejemplo, la *Revista Argentina de Bellas Artes, Athinae* (1908-1911) dirigida por Mario Canale facilitó, desde su decimo ejemplar, el acercamiento y la “posesión artística” a aquellos que no podían costear originales a partir de reproducir —bajo una cuidada edición sobre papel de arroz— una obra del acervo del Museo Nacional de Bellas Artes. En ella se consignaba el nombre del autor y una breve referencia, [esta] lámina —adherida sobre una cartulina negra— apuntaba a tener un destino independiente de la propia revista. (Baldasarre, 2008:41).

Por el contrario, aunque para los anarquistas de *La Campana de Palo* —Quincenario de actualidades, crítica y arte— (1925-1927) “el arte carecía de valor revolucionario [ya que] desconfiaban de la importancia que él podía revestir para el proletariado urbano en función de su adoctrinamiento” (Artundo, 2008:89), el diseño de sus portadas en los números 4, 5 y 6, revaloriza la técnica del grabado (en madera) de taco original (*gravure sur bois originale*) “único instrumento de propaganda ideológica y cultural” realizados en su mayoría por Ballester Peña y algunos por Giambiagi. No es menor tener en cuenta que en la medida que se expandía la circulación de las revistas, fueron abordadas por interlocutores con menor *expertise*, receptores menos elitistas, que modifican los alcances de la estética fundante para otorgarle dimensiones políticas.

Las obras de arte, aunque devaluadas en términos de originalidad y unicidad a partir de su reproducción gráfica, de su copia, en las revistas periódicas adquieren un “otro valor”, un certificado de autenticidad avalado o legislado no solo por el artista encargado, también por la pluma de intelectuales y la firma de un editor responsable. La aparición en 1916 de la revista *El Grabado*, también dirigida —como *Athinae*— por Mario A. Canale, es un ejemplo concreto de este aval. Esta publicación con solo tres únicos ejemplares convalida la expansión de las revistas especializadas del campo exclusivamente artístico; definen a nivel técnico las diferencias entre el grabado original (producción artísticamente controlada) en este caso estampas xilográficas, y la

reproducción industrial (grabado mecánico); y, finalmente “rubrica su origen” a partir de incorporar para su comercialización informaciones como “los originales de las obras que reproduce esta revista, numerados, impresos con la firma del autor, pueden adquirirse en la Secretaría de la Sociedad de Grabadores” (Dolinko, 2009:173). En el capítulo de análisis de *Artinf*, veremos cómo estas acciones serán retomadas como estrategia comercial. La lámina es concebida como un *aggiornamento*, como un complemento “coleccionable” para incrementar la venta de los ejemplares de la revista “por suscripción” a partir de ofrecer a modo de “separata” una reproducción de obra de diferentes artistas seleccionados —obra rubricada también con su firma en el original—, sobre un papel de gramaje un poco mayor que el del cuerpo de la revista pero impreso bajo la misma puesta en máquina de la impresión *offset*.

Retomando el devenir de las imágenes, para la década del treinta, las revistas ilustradas se encontraban en progreso, coincidiendo con la aparición de la litografía en *offset* y la calcografía (o grabado a color) procesos cromáticos que permitieron la integración de texto e imágenes y su producción a gran escala (Jowett, 1992:139). Esta confluencia entre textos e imágenes en un soporte común, se convertirá en rasgos singulares de las revistas ilustradas, que alcanzarán un status de dispositivo de la industria cultural —en el decir de Sandra Szir—dotado de una diversidad y riqueza cuyo desarrollo y expansión conformó gradualmente un signo distintivo del período. Esta relación texto-imagen hará visible la cultura impresa —a través de nuevas configuraciones entre significados (conceptos) y significantes (signo)—, inaugurando el consumo cultural de imágenes (2014:72). Roland Barthes, por su parte, en relación a la semántica del objeto, sostendrá que la imagen como objeto, aislado del texto, es en sí misma “una oración” (1964), y que las palabras y las imágenes son partes de un ordenamiento sintáctico cuya unidad del mensaje “se cumple en un nivel superior: el de la historia, de la anécdota, de la diégesis” (1986: 37).

Esta incipiente relación sintagmática presente en el advenimiento de las revistas y diarios ilustrados, y “situados [...] con su presencia material y física, entre las transformaciones de los paisajes culturales de la modernidad” (Szir, 2009:54), tiene a *Caras y Caretas* (1898-1939), como la encargada de la renovación de las prácticas gráficas en relación “con la materialidad y la visualidad”. Encontramos que este primer semanario ilustrado masivo de fines del siglo XIX, será el que inaugure un nuevo discurso visual a partir de la conjunción texto-imagen según el análisis que Sandra Szir

desarrolla en su texto *Gráfica y Discurso (Todavía, 2014)*. La publicación incursiona en una nueva puesta en página: aplica imágenes a color en su tapa y contratapa y en sus publicidades, también diagrama y reproduce múltiples ilustraciones —en clara relación de trabajo en conjunto entre escritor e ilustrador—, y otras cuantas reproducidas a bajo costo a partir del uso del fotograbado de medio tono en el interior del impreso —orgullo técnico para el carácter moderno de la publicación— (2014:77). El hecho de que su periodicidad fuese semanal, hizo posible esta compleja producción, imposible de poner en práctica por los periódicos dada su frecuencia y la complejidad de los procesos.

Caras y Caretas, dirigida entre otros por José Sixto Álvarez, alias Fray Mocho, introdujo en su contenido lo que Eduardo Romano califica como “hibridación” por incluir “lo festivo, junto a lo artístico, y las actualidades”, inusual en las publicaciones de la época. (2015:16)

[...] soporte de lectura atractivo y dinámico, concitó la atención de multitud de lectores pertenecientes a clases sociales diferentes y supo fusionar imágenes artísticas, fotografías y caricaturas con textos que cubrían desde la información hasta la literatura, y donde se combinaban lo cómico con lo serio, lo curioso con lo tremendo, lo culto con lo popular. (Saítta, 2005)

Inesperado pensar que este cruce de géneros —que transitan lo cultural, la tradición y las novedades—, en una publicación de menor tamaño que los diarios de la época, y con un discurso textual y visual que la convirtió en el eje dominante en la prensa gráfica hasta mediados del siglo XX. Ejemplo de ello fueron el semanario ilustrado de literatura, ciencias y artes, *Correo del Domingo* (1864-1868 y 1879-1880), dirigido por José María Cantilo; *El Sud Americano* (1888 y 1891) editado por la Compañía Sud Americana de Billetes de Banco y las publicaciones satíricas como *El Mosquito* (1863-1893), espacio de representación de la vida política y de la “prensa seria” (Román, 2017:25), bajo la dirección e ilustración de Henri Stein; y *Don Quijote*, lanzada en 1884. Con *Caras y Caretas*, otros actores se integran a las prácticas de la prensa ilustrada: escritores, grabadores, ilustradores, fotógrafos, profesionales que ayudan con su especificidad a la expansión de los medios gráficos locales.

Laura Malosetti Costa y Marcela Gené afirman que la circulación del impreso ha posibilitado el estudio de la historia de la imagen impresa en la cultura. Si bien la circulación de revistas e impresos en la historia argentina ha generado un vasto corpus de investigaciones, el análisis del lugar de la imagen en las publicaciones específicamente dedicadas al arte, sus aspectos formales, visuales e iconográficos,

variables materiales, modos de producción y circulación, no han tenido un desarrollo real en nuestro medio. Como tampoco lo han tenido el análisis de las formas materiales (imágenes y funciones) de un periódico, terreno no muy frecuentado por los investigadores (Szir, 2009:110).

Si es posible trazar una historia de las representaciones visuales como otro modo de producción de significados (Malosetti y Gené, 2009) como hemos visto de manera particular, en las primeras revistas ilustradas, intentaremos a partir del estudio de las imágenes de *Artinf* y *Arte al día*, encontrar el sentido discursivo que las mismas han adquirido desde sus primeras apariciones, entrelazando en el trayecto, la materialidad, visualidad y sus modos de producción propios del campo del arte de la época. De esta manera, poner en relieve el valor residual que las revistas periódicas dedicadas al arte han adquirido —como baluartes de la cultura impresa, y que resultan de tanta importancia como la propia obra de arte que reproducen.

3. El arte como materia prima del impreso

Para progresar puntualmente en el análisis de nuestro corpus se hace necesario, revisitar determinados antecedentes discursivos que devendrán en huellas de los discursos visuales y textuales —y estrategias comunicacionales—, de *Artinf* y *Arte al día*.

Mijaíl Bajtín desarrolló una clasificación de los géneros discursivos a través de un análisis socioideológico de las formas del lenguaje al considerar que las diversas esferas de la actividad humana están todas relacionadas con el uso de la lengua (2005:248). El filósofo ruso, explicita que “el uso de la lengua se lleva a cabo en forma de enunciados”; que estos son concretamente orales y escritos; que están compuesto por su contenido temático, estilo y composición; y que se agrupan por sus similitudes en esferas de comunicación específicas. Divide a los géneros discursivos en primarios (simples) y secundarios (complejos). Los enunciados de esta última clasificación “surgen en condiciones de la comunicación cultural más compleja, relativamente mas desarrollada y organizada, principalmente escrita: comunicación artística, científica, sociopolítica, etc.” (2005:250). Al transponer a nuestros objetos de estudio (*Artinf*, *Arte al día*) los elementos constitutivos del enunciado de Bajtín: *contenido temático* (arte contemporáneo, empresas, exposiciones, culturas nativas, antigüedades); *estilo* (autores, colaboradores, editoriales, entrevistas), y *composición* (secciones, enunciados visuales, formatos, diagramaciones); encontramos determinadas similitudes propias de una época, donde se ponía en práctica una marcada estructura organizativa del objeto impreso.

Comenzamos a desandar el camino. La búsqueda de una argumentación válida requiere de examinar diversos contextos y discursos visuales de las publicaciones especializadas en el campo del arte anteriores a la década del setenta, pero esto ameritaría un tiempo de indagación y análisis mayor del que cuenta esta tesis de maestría, puesto que, al ingresar en el asunto, él mismo se rizomatiza, ampliándonos y al mismo tiempo alejándonos del objetivo central de esta investigación. Por esa razón, se ha definido una selección de revistas culturales periódicas anteriores a *Artinf* y *Arte al Día*, a la vista de sus materialidades y discursos visuales que presentan determinados procesos de elaboración y conceptualización del impreso, singulares modalidades de su *puesta en impreso* —como define Chartier—, análisis estos que nos permitirán construir una mirada prospectiva del objeto revista.

El primer paso para acceder a las materialidades y discursos visuales del recorte de antecedentes será reconocer la materia prima del impreso: el arte. Identificación que hemos organizado en base a tres diferentes modos de apropiación y en períodos que coinciden cronológicamente con las transformaciones de la sintaxis de la forma propia de cada época.

3.1 El arte como capital simbólico

Son aquellas publicaciones que, durante las primeras décadas del siglo XX, incorporaron el arte por su capital simbólico. En ellas, la obra de arte se presenta como complemento ilustrativo del texto, por su característica de valor cultural inapelable, que no solo engalana y ornamenta el impreso, sino que el placer estético se manifiesta estrechamente ligado al placer de la lectura. *La Campana de Palo*, *Correo Literario* y la revista *Saber Vivir*, contienen recursos gráficos y estrategias visuales llevados a cabo a partir de selecciones plásticas que se manifestaron en la materialidad. La circulación de estas publicaciones, coincidirá con el período comprendido entre 1938 y 1955 conocido en el mercado de la edición en Argentina como la “época de oro de la industria editorial” (De Diego, 2006: 91)—, que dinamizaron la actividad literaria como idea fundante de su producción.

En esta instancia, veremos cómo las apropiaciones del arte “en torno al ‘objeto’ revista” le adjudica a la “*plasticidad* inherente que es posible reconocer en ellas —como expresa Patricia Artundo—, su perdurabilidad en el tiempo y su presente relectura” (2008).

***La Campana de Palo* (1925 y 1927)**

En nuestro capítulo sobre *La imagen en la cultura impresa* hemos abordado esta publicación —*Quincenario de actualidades, crítica y arte*— dirigida por Atalaya (Alfredo Chiabra Acosta) y Carlos Giambiagi, por el tratamiento general con menos recursos de su materialidad. Según Artundo, el arte, en esta revista, “carecía de valor revolucionario [ya que] desconfiaban de la importancia que él podía revestir para el proletariado urbano en función de su adoctrinamiento” (2008: 89). Quizás por esa razón, la revista inserta *folletines* dentro de la publicación, a modo de capacitación pedagógica “que podían enseñar el procedimiento para hacer inalterable la acuarela, [o] los

rudimentos básicos de la pintura”. Esa vuelta del arte a sus “raíces populares”, a lo artesanal, era la posibilidad del individuo de crear obras de arte y de alcanzar el derecho de goce (Artundo, 2008: 98-97).

El diseño de sus portadas números 4, 5 y 6, revaloriza la técnica del grabado de taco original (*gravure sur bois originale*) realizados en su mayoría por Ballester Peña y algunos pocos por Giambiagi. En sus motivos, la pequeña y centrada imagen de la campana a contraluz de la gran luna, dará paso a hombres que trasladan dicha campana o trabajan arduamente, figuras que se convertirán bajo la técnica del grabado —único instrumento de propaganda ideológica y cultural— en un “diseño precarizado que adquiere la forma de una interpelación (Dagatti, Siganevich:2013). La técnica del grabado le permitió incluir en sus portadas la experimentación caligráfica en el nombre de la publicación. En los cinco primeros números se visualiza una caligrafía a mano alzada de letra cursiva suficientemente rudimentaria, por le contrario, en el número 6 de 1925 desarrollan una del tipo fantasía gruesa en base a una estructura triangular y ojos circulares. Ante la austeridad de reproducciones fotográficas —cuenta con un máximo de cuatro en su ejemplar número 15—, abundan en sus artículos las viñetas plumas (gestuales) y de mucha rusticidad en general “una imagen texturada que deja visibles las marcas del grabado, la pincelada o el trazo, y por tanto las marcas del trabajo. (Tomás, 2015)

Correo Literario (1943-1944)

La dialéctica entre la tradición y el arte moderno que signó gran parte de los años treinta y cuarenta en la Argentina, tiene como correlato los cuarenta números editados de *Correo Literario* revista cultural —en formato de periódico⁷— de carácter político, antifascista, que funcionaba como un cenáculo de intelectuales europeos exiliados y emigrados en Buenos Aires (Dolinko, 2008). Contó entre sus directores con Arturo Cuadrado, Lorenzo Varela y Luis Seoane —argentino, hijo de inmigrantes gallegos—, pintor, grabador y escritor “que operó como nexo dinámico entre la producción literaria, plástica y editorial”, principal responsable del abundante material gráfico que incluyó fotografías, grabados, viñetas, ilustraciones y reproducciones. De periodicidad quincenal, junto con *De mar en mar* y *Cabalgata* actuaron como instrumento de

⁷ Su colofón indica en su última página que fue impreso en los talleres de la Editorial La Vanguardia (de filiación socialista) en papel común y gran formato, con un tamaño de 56,5 × 38 cm.

difusión y circulación del arte español en Latinoamérica. Entre las referencias a artistas españoles que recoge la revista hay que destacar a históricos como Goya, Solana, Ramón Casas, Eduardo Rosales y Daniel Urrabieta Vierge, Salvador Dalí, [...] y otros que, aunque considerados como artistas argentinos, habían nacido en la Península, como Pompeyo Audivert y Juan Battle Planas, ambos de origen catalán. Aunque el artista clave en toda la publicación, el que más veces aparece citado y reproducida su obra, será Picasso (Bellido Gant, 2012: 434).

Intelectuales colaboradores con la revista como Romero Brest o Romualdo Rinaldini⁸, ayudaron a través de la crítica de arte a pensar la “gramática visual sobre la base de un repertorio de elementos propios del lenguaje, como la superficie, el color, la luz y la estructura” (Guerrini Suárez, 2008:88) elementos estos que darán forma al discurso del arte moderno.

La posibilidad de *Correo Literario* de llevar a cabo una producción de calidad de su publicación, favoreció una importante presencia de la *imagen* “en el espacio central de su primera página” —y a igual dimensión en ancho del nombre de la publicación ubicado en el encabezado superior, ocupando tres de sus cinco columnas de grilla—, discurso visual que operó como “‘puerta de acceso’ al imaginario sostenido por la publicación en materia estético-ideológica”. Esa afirmación por la imagen que sostiene Dolinko fue posible gracias al trabajo de Seoane “en parte responsable del proyecto cultural de los exiliados al definir la ‘visualidad’ de gran parte de los emprendimientos de los españoles en Argentina” (2008)⁹. La presencia de este artista gallego, importante figura en el panorama artístico argentino de las décadas del cuarenta y cincuenta, se pone de manifiesto a través de las ilustraciones que aparecen en varios artículos de la revista [como el de Rafael Dieste de enero de 1944] y en el número [de octubre del mismo año] dedicado íntegramente a Francia y al afán de libertad (Bellido Gant, 2012:441).

Junto a Seoane, el italiano Attilio Rossi que emigró a Buenos Aires en 1935 coincidiendo con la expansión de la industria editorial argentina, jugó un rol

⁸ Otros colaboradores: Rafael Alberti, Mário de Andrade, Francisco Ayala, Cayetano Córdova Iturburu, Newton Freitas, Norberto Frontini, Alberto Girri, Ulyses Petit de Murat, María Rosa Oliver, José Luis Romero y Ernesto Sábato.

⁹ “No sólo tuvo una intensa actividad como artista plástico y gráfico – fue grabador, pintor, diseñador gráfico, muralista, ceramista – sino que también tuvo una actuación sostenida en el ámbito editorial desde su producción como editor de libros y revistas.” Dolinko, Silvia, (2004). “Luis Seoane: imágenes, palabras e intercambios intelectuales para el exilio de los años cuarenta”. XXIV Coloquio BHA. Belo Horizonte. Consultado 02/03/2019 en: <http://www.cbha.art.br/coloquios/2004/textos/106_silvia_dolinko.pdf>

fundamental en *Correo Literario* y en otras publicaciones, no solo como dibujante, también como diagramador, donde puso a disposición su especialización en “Diseño moderno aplicado a las artes gráficas” y “Decoración del libro” aprendido en la *Scuola del Libro* de Milán. Rossi propugnaba la estrecha colaboración del artista con el tipógrafo, concebidos respectivamente como un elemento espiritual y un factor técnico, con vistas a la conciliación entre el gusto estético y la vida cotidiana (Costa, 2018:158). Con esta actitud surge su posterior colaboración con las editoriales Nova (junto a Seoane), Pleamar (bajo la dirección gráfica de Rafael Alberti) y Losada, tanto en la selección tipográfica, como en la diagramación e ilustración de libros.

Al estudio de *Correo Literario* como fuente de documentación y divulgación del arte español en los años del destierro, se le adiciona las innovaciones visuales, tipográficas y de puesta en página de las imágenes que tanto Seoane como Attilio Rossi¹⁰ aportaron a la época, y el innovador empeño de volcar y difundir el diseño editorial como disciplina desde la sección “El arte de la edición”—en el propio espacio de la revista— las cuestiones en torno al diseño gráfico de libros dedicados al arte, en concordancia con el discurso visual de *Correo Literario* de “dar dignidad y belleza a esa forma [el libro] en coherencia estilística con las demás expresiones estéticas.” (2018:162).

***Saber Vivir* (1940-1956)**

Saber Vivir, revista de interés general menos estudiada, ligada también a la causa antifascista como *Correo Literario* y *Argentina Libre*, con las que compartió, en su transcurrir, intelectuales, críticos y artistas, Nace bajo un formato de 17 × 35 cm, 64 páginas, y el concepto del “buen gusto” antepuesto a la noción del saber vivir, que rubrica con su propio nombre. La publicación propone extender dicha “excelsa causa” asociada siempre a la suntuosidad, no solo a los problemas materiales y espirituales de la vida misma, sino a sus formas universales: el libro, el cuadro, la fotografía, la música, el teatro, el vestido, el mobiliario y la mesa (García, 2008:169). Así pues, *Saber Vivir*,

¹⁰ Pintor italiano y artista gráfico se le adjudica su fama a la creación de la vanguardista *Revista di estetica e tecnica grafica* (1933-1939), aunque en Argentina era más conocido como crítico de la sección de arte en la revista *Sur* y como excelente tipógrafo y diseñador gráfico. También se le atribuye las portadas de la revista *De Mar a Mar* (1942-1943) y algunas ilustraciones internas. “A pesar de que los dibujos de las tapas fueron realizados por estos distintos artistas [Seoane y Rossi], existe entre ellas cierta homogeneidad visual, tanto en lo que refiere a los aspectos iconográficos como a su resolución gráfica: todas se encuentran realizadas con un dibujo sutil, de raigambre clasicista.” Dolinko, Silvia, Guerra, exilio e imágenes transatlánticas. Un análisis de la revista *De mar a mar* en: *CiberLetras: revista de crítica literaria y de cultura*, nro. 23, 2010, Estados Unidos, 248.

de la mano de José Eyzaguirre Herzl, diplomático chileno, gastrónomo¹¹ y director de la revista, y de Carmen Valdés, secretaria general luego subdirectora de la revista y posterior directora de la galería de arte homónima al cierre de la revista,¹² amplia su ramo más allá del gastronómico pensado originalmente.

Colaboran con la revista de manera permanente Ramón Gómez de la Serna y su esposa, Luisa Sofovich, también lo harán Jorge Romero Brest, Ana María Berry, Lorenzo Varela, el crítico de arte Julio Rinaldini, un efímero director literario Álvaro de las Casas, y dos directores artísticos catalanes, Joan Merli i Pahissa y Andreu Dameson. Merli, de múltiples ocupaciones: marchand de arte, organizador de exhibiciones y editor de libros de arte, tanto en su pueblo natal como en el exilio argentino (como consecuencia de la guerra civil española) será de gran influencia desde una revista “grande, cara y lujosa” para consolidar de 1940 a 1942 “las valorizaciones previas del circuito de la plástica argentina” y orientar “el consumo artístico contemporáneo”. (García, 2008:170). Aunque Merli solo trabajará dos años en la revista, algunos autores indican que es con su incorporación que *Saber Vivir* termina de encontrar su *forma*.¹³ Aunque, será en realidad Dameson —caricaturista de profesión—, quien lo reemplazará y llevará adelante la dirección de arte de la revista los siguientes diez años:

[...] había participado como ilustrador desde el primer número y fue a partir del número 29, con la retirada de Merli, que aconteció director artístico, cargo que ejerció hasta el 1952, con un sueldo mensual entre 300 y 400 pesos (i Dachs, Capdevila 2011:69).¹⁴

Otros artistas plásticos gallegos que transitaron también por *De mar a mar* (1942-1943), *Correo Literario* (1943-1944) y *Cabalgata* (1946-1948) también colaborarán en esta revista como Adolfo Pastor y Attilio Rossi, nombrado anteriormente.

Saber Vivir, cuyas características visuales —según García— se vinculan a *Plus Ultra*, fueron publicaciones —en los veinte y en los cuarenta respectivamente—, que

¹¹ “practicante consumado en el arte de vivir, de comer dignamente, con gusto y espíritu de juicio” sin autor, *Saber Vivir* nro 3, octubre de 1940, p. 11.

¹² Carmen Valdés (1909-2004), facilitó el acceso al Fondo *Saber Vivir* a partir de su archivo personal para el estudio de la publicación, que fue adquirido por la Fundación Espigas.

¹³ Recordemos que son momentos del auge editorial en Argentina sumado a la ola de inmigrantes que propulsa nuevos emprendimientos editoriales como Losada y Emecé con el “objetivo de cubrir el mercado de los inmigrantes gallegos.” (Gómez de la Serna, 2009:38).

¹⁴ Un año antes de retirarse de la revista imparte la conferencia «Humorismo, arte e historia», en las instalaciones de la Casa Teatro de Buenos Aires organizada por la Dirección General de Cultura del gobierno argentino sus “buenas relaciones en los ministerios [...] le permitió ser nombrado jefe del Departamento de Publicaciones Técnicas del Ministerio de Educación, lo que le obligó a dejar la dirección de la revista *Saber Vivir*. (i Dachs, Capdevila 2011:75)

tendieron a modelar el gusto de la burguesía vernácula, como los diversos signos de lujo y el refinamiento que se inscriben en sus páginas:

[...] las vidrieras de *Harrods*, elaboradas por un número selecto de artistas plásticos, se intercalaban, [...] con los relatos literarios y con las ilustraciones artísticas [...] la decoración peruana, las alegorías de Leonardo Da Vinci, un ensayo de Alfonso Reyes convivían, [...] con noticias sobre la temporada de ópera en el teatro Colón, con subastas de arte internacional, con la programación de las galerías de arte de Buenos Aires o con notas referidas al turismo (Bertúa, 2016:2).

Los 117 números publicados de *Saber Vivir*¹⁵ pretendían ser —en palabras de García—una “colaboración artístico literaria” (2008:174) afirmación que se puede comprobar con solo visualizar sus ejemplares que se “mantuvieron sorprendentemente fieles a la identidad forjada en el primero de ellos” (Ledesma, 2009: 44). En esta dupla colaborativa, los artistas recibían los artículos —entre ellos Basaldúa, Berni, Soldi, Forner, Bigatti, Castagnino y Norah Borges— y con su propio estilo realizaban no solo la diagramación del texto en página sino también las imágenes ilustrativas, fotografías —como las de Grete Stern— o fotomontajes que “daban visualidad al contenido; impresas a color, en papel satinado y en gran formato estas imágenes adquirirían una relevancia que corría en paralelo con el texto”. Es justamente en la diagramación de los textos en sus páginas interiores, que raramente ocupan menos de dos páginas, donde la arquitectura visual de *Saber Vivir* se vuelve propia y heterogéneamente irrepetible. A modo de ejemplo, García resalta la nota de la oda al vino del número 14, cuyo texto adquiere “forma de una botella vertiendo el líquido en una copa” (2008:174), y menos figurativos, pero en la misma línea de componer formas a partir del contenido textual —alejándose de las clásicas columnas—, los artículos: “Ganas de discutir” de Augusto Mario Delfino; “Notas sobre el surrealismo y sus secuencias” de Ramón Gómez de la Serna; “Diálogo. Sobre el arte abstracto y el arte concreto” de Jorge Romero Brest; “El presunto arte de las formas abstractas” de Rodrigo Bonome, “Vaticinios sobre la Novela” de Guillermo de la Torre, entre tantos otros. Diagramaciones que se debatirán entre la libertad de no tener una grilla de composición estructural del impreso o, ubicarse a dos o tres columnas con panes de textos intercalados rompiendo esa disposición. Páginas ilustradas con fotografías al corte de página o en caja; centradas, marginadas a ambos lados o puesta sin ninguna ortogonalidad; collages o fotomontajes como el que acompaña la nota sobre Luis Barragán en la página 23 del número 105 de

¹⁵ Colección completa de la revista disponible en la Fundación Espigas.

1953; textos compuestos con múltiples fuente tipográficas, con o sin *serif*, con y sin capitulares, con o sin sangrías; títulos que también pueden presentar un capitular o estar diagramados de manera vertical; párrafos de textos con variantes de interlineas, con calle o sin calle de separación... entre otros tantos detalles compositivos. Las puestas en páginas más complejas de *Saber Vivir*, donde los elementos se presentan “contaminándose” mutuamente, tuvieron su cúspide en los años posteriores al retiro de Andreu Dameson, en 1952, responsabilidad no asignada en los créditos de la revista.

El trabajo de Merli, en los primeros dos años de vida de la publicación, por el contrario, estuvo signado por una diagramación más conservadora. En las páginas del texto “La revista perdida: *Saber Vivir*, 1940-1956” su autor, Jerónimo Ledesma, manifiesta que en un recorrido general superficial del primer número de la revista denota “una intención de forma: orden y armonía en el diseño, diálogo sostenido entre las imágenes y los textos” y que esta diagramación suponía un lector “educado o educable en la estética, capaz de experimentar placer ante la evidencia de la forma pura” (Ledesma, 2009:43). En otro de sus textos titulado “Política de la sombra”, compara a *Saber Vivir* con la revista *Sur* y asevera que la publicación fundada por Victoria Ocampo “quería ser la gran revista de la Palabra”, mientras que *Saber Vivir*, “quería serlo de la Imagen”. Esa “imagen” a la que Ledesma se refiere no sería sobre la utilización intrínseca de imágenes en sí, sino a la representación de su espacio simbólico y su retórica (2009, 44), y a su visualidad general como objeto revista.

La puesta en impreso sugiere —al visualizar las páginas de sus ejemplares—, es que el lector de *Saber Vivir* debía contar con una cierta formación para poder asimilar las formas puras, pero no necesariamente académica sino un *connoisseur*, un entendido en temas, cuya esencia reside en la pretendida posesión de sensibilidad y saber suficientes para reconocer los objetos estéticamente valiosos. (Ledesma, 2006:181) La representación del “buen gusto” y el “lujo” transmitida de manera textual y visual por *Saber Vivir*, se presenta “al alcance de un público educado [con] notas que lo mantuviesen al día en áreas diversas, pero sin realizar mayores esfuerzos en lecturas arriesgadas a nivel ideológico (Artundo, 2004).

A modo de cotejar estas búsquedas en el impreso veremos que sus tapas presentan una cierta coherencia de estilo: imágenes de obras originales de artistas contemporáneos o piezas de colecciones privadas pictóricas o fotográficas, con excepción de la tapa del nro. 108 de 1954 que la propia revista nombra como “número

polémico”, donde presenta un dibujo de un posible *splash*¹⁶ o posible flor o posible mancha del test de Rorschach, de gran impronta negra y base amarillenta. Advertiremos luego que ese ejemplar difiere por su cobertura, por su sumario¹⁷, diagramación interna y colores de impresión, de los demás de la propia revista.

La cantidad de páginas variaba según la abundancia de contenido con un promedio de 46 a 96. Carmen Valdés dirá que, por sugerencia propia, las publicidades interiores debían ir separadas de los artículos para no contaminar los textos de los prestigiosos colaboradores. Como distribución *sine qua non* la sección “gastronomía”, por consiguiente, pasó a ubicarse estratégicamente en el pliego final a color, junto con las publicidades de clientes de dicho rubro, pero fundamentalmente, para evitar esa serie de curiosas polifonías entre el contenido y el producto publicitado “cuando no, revelaciones estridentes”, como las que acota Ledesma:

Leer un texto de Liza sobre Chopin (“Un ángel bello de rostro como una mujer triste, puro y esbelto de forma como un joven dios del Olimpo y para coronar este conjunto, una expresión a la vez tierna y severa, ¡casta y apasionada”) junto con “¡Qué rico es el Quaker con leche!” (nro. 87) o las elucubraciones filosóficas de Ernst Meumann (“las reglas estéticas sólo son valederas para individuos de educación estética relativamente igual”) junto con la promoción de Concha y Toro y Villa Tónica (nro. 84) decía algo al lector sobre la base material, gástrica, que sostenía la experiencia del buen gusto (2009:45).

Claramente, *Saber Vivir*, no buscaba desligarse del mercado, por el contrario, a partir de una estrategia de su puesta en impreso sumado a una editorial que postulaba *un imperativo de clase (alta) con sumisión social*, aviesamente, la revista generaba espacios multiformes y multivocales como respuesta al mercado, deseoso de propuestas heterogéneas e integrando su propio “código esteticista”.

Comentario aparte merece la página del sumario y, la extensa e híbrida diagramación interior. El logotipo que identifica a *Saber Vivir* —concebido a partir de una tipografía del estilo *script*¹⁸ y ubicado en la parte superior de la página, la mayoría de las veces centrado—, es el único elemento del Sumario que permanece casi inamovible en dicha diagramación. No obstante, el texto que contiene su información, así como la palabra Sumario propiamente dicha, debieron adaptarse al apetito gráfico de

¹⁶ Refiere a la forma morfológica que resulta de una salpicada, mancha, o rociada.

¹⁷ Donde se indica que ese ejemplar fue impreso en los Talleres Gráficos J. Hays Bell a cargo de Eduardo Varela, Jefe de Talleres, con la colaboración eficaz de José Fernández Dopazo, Jefe de Tipografía [...] Grabados a cargo de Atlas Fotograbados).

¹⁸ *Script* también llamadas cursivas manuscritas. Los tipos de letra del *script* presentan un trazo continuo y línea fluida imitando el gesto de la escritura a mano.

sus editores responsables. Ninguna diagramación es análoga a otra. La página de Sumario despliega y aplica diversos elementos gráficos en cada edición: capitulares, viñetas y recuadros; juegos tipográficos, fuentes con *serif* o manuscrita; con o sin imágenes fotográficas, con o sin ilustraciones; en forma de cruz (como el Sumario de la Navidad de 1955); con texto desflechado, centrado o en marcada diagonal; en blanco y negro, con detalles de color (fucsia, naranja, celeste, rojo...), con o sin paginación.

Saber Vivir, con su constante heterogeneidad de puesta en impreso en cada una de sus ediciones, se vio obligada a asumir esa diversidad discursiva como marca reconocible. Se vio obligada a asumir el riesgo de no aburrir al lector, provocando la constante atención del lector/consumidor a partir de repensar su diseño editorial.

En estas tres publicaciones de características disimiles, *Campana de Palo* (órgano del incipiente anarquismo de Buenos Aires), *Correo Literario* (expresión de la militancia española en la ciudad) y, *Saber Vivir* (intento editorial de dar cuenta de los nichos mas sofisticados de la sociedad argentina) encuentran en el arte, el capital simbólico necesario para generar cada una, una estrategia comunicacional, que circule transversalmente tres destinatarios sociologicamente diferentes.

3.2 El arte como medio para visibilizar el arte

Las revistas, entendidas como objeto de estudio —según Jorge Schwartz y Roxana Patiño—, no tienen un lugar definido y fijo dentro de un orden cultural dado, sino que tienen funciones específicas y variables: puede tratarse de revistas que funcionen como una institución o que dependan de una institucionalidad determinada (académica y estatal, que proporcionan cierta “legitimidad cultural”), y otras que nacen en el seno de las formaciones intelectuales y artísticas (Schwartz y Patiño, 2004).

Esta segunda modalidad, responde a publicaciones periódicas como testimonio impreso de las renovaciones estéticas de diversos movimientos artísticos latinoamericanos. Desde mitad de la década del cuarenta y en consonancia con las vanguardias, las revistas *Arturo. Revista de artes abstractas* y *Arte Concreto-Invención*, son algunas que —en el decir de Cristina Rossi— se inscribieron en la red de circulación e intercambio del arte latinoamericano, y fue en torno a su contenido y materialidad que se instaló, circuló y difundió el debate figuración-abstracción en los

años de emergencia del arte concreto en nuestro país (2004:85)¹⁹. Son publicaciones que en la búsqueda de materializar el *objeto artístico* encuentran en la renovación formal otra anatomía del *objeto revista* ligada —en cierta forma— a una modalidad artesanal y que, pese a su efímera periodicidad, concedieron a estos artistas su plataforma de difusión teórica, dinamismo gráfico, especificidad y pregnancia del grupo a partir del objeto²⁰. En el caso de *Arturo*, a finales de los noventa, Jorge Glusberg dirá que el camino abierto en ese marzo de 1944 por los artistas [...] fue sólido y perdurable (1994:15).

Según el editor de la *Revista Iberoamericana*, el surgimiento de las vanguardias artísticas —los *ismos* europeos— dieron “un gran margen para la experimentación artística”. Sus experimentaciones, teorías e innovaciones giraron en torno a los conceptos de “el cuadro como forma propia, la idea de borde neto, el uso de materiales no tradicionales, y el vuelco al diseño gráfico e industrial, entre otros” (Alcaide, 1997:243). Por otro lado, no solo fueron movimientos que se diferenciaron por sus discursos visuales, textuales y compositivos, sino también “por su toma de posición ante las cuestiones sociales” (Elizalde, 2008:17).

***Arturo. Revista de artes abstractas* (1944)**

Arturo nace de la “voluntad de cambio [...] de jóvenes poetas y artistas entre los que comenzó a madurar la idea de fundar una nueva revista de vanguardia (Rossi, 2018:7), esfuerzo que verá la luz en el verano de 1944 y que ganará un importante lugar “para el estudio de los relatos del arte moderno, [que] despuntaba con gestos vanguardistas en el campo artístico porteño” (García, 2009:5). Así, se conformó el comité de redacción con Arden Quin (figura relevante en el proceso), Rhod Rothfuss, Gyula Kosice y Edgar [Maldonado] Bayley.

Adjudicar un nombre no es un proceso sencillo, y menos cuando el objeto en cuestión apunta a trascender en el tiempo. En un primer momento la revista fue pensada como *Arturo X* o *X²*, consonante que fue eliminada por sugerencia de Tomás Maldonado. Toma su nombre según los comentarios del astrónomo y meteorólogo francés, Théophile Moreux, publicados en 1943 por el diario *La Prensa*, de una de “las

¹⁹ En esta categoría también se debe considerar a la revista *Arte Madi Universal*, exenta de nuestro análisis.

²⁰ Estos grupos inaugurales se disolverán a mediados de los cincuenta lo que generará que varias de estas publicaciones no serán revisitadas hasta entrado los años noventa.

estrellas rojas, [...] de la constelación de Bootes²¹, de temperatura más baja”. Así lo resalta Rossi en su investigación sobre *La revista Arturo en su tiempo inaugural* y, justifica a partir de la elección de ese nombre la directriz ideológica de la publicación

[...] la inscripción astronómica del título, refuerza una marca epocal que reúne en el nombre de una estrella roja no sólo la fascinación por la exploración científica del cosmos, sino también la inclinación hacia los postulados internacionalistas del comunismo que orientó el enfoque de la revista. (2018:12)

En el contexto de esta tesis, y sin profundizar en el ámbito de la teoría e historia de las artes visuales, nos parece importante para interpretar la concepción gráfica de *Arturo*, resaltar los conceptos enumerados por Torres García acerca de las fases de la evolución del arte fase naturalista, la simbólico-animista y lo abstracto —“que [Torres García] entendía como una verdadera pictografía a la manera de alfabeto”. De alguna manera, esta matriz evolutiva enunciada por el maestro uruguayo alcanza su nivel de experimentación en el tránsito de la fórmula *idea = creación = invención* en cada puesta en página de *Arturo*, donde las imágenes no presentan un “acuerdo con la realidad externa” (2018:15).

Dentro del universo ecléctico planteado al interior de su puesta en impreso, encontramos una estructura visual que, jerarquiza y establece niveles de lectura bien diferenciados (2018:21), a partir de —entre otros varios recursos gráfico-editoriales—, aplicar textos diagramados a una o dos columnas justificadas, con y sin sangría; poesías a una columna desfleada hacia la derecha; viñetas sobre y bajo textos; saltos de estilos y familias tipográficas con y sin *serif*, fuentes con cajas mayúsculas-minúsculas o solo mayúsculas, tipos cursivas y/o caligráficos, diversidad de cuerpos (altura de letra), interlineados y algunos colores, dibujos a página completa.

Desde el punto de vista de la condición pregnante a la que aspira el diseño gráfico, la revista *Arturo* presenta dos contundentes hitos gráficos:

- en primer lugar, la memorable portada roja con trazos blancos de Tomás Maldonado, de impronta “expresionista” (uno de los íconos de la vanguardia del arte concreto) y reproducida a través de la técnica del linóleo. La palabra *Arturo*, denominación de la revista aparece “en el ángulo superior derecho, mientras que

²¹ Constelación de Bootes o Constelación del Boyero, es una de las 88 constelaciones modernas. Arturo es la estrella mas brillante de Bootes. Para otras investigaciones como la de María Amalia García el nombre “Arturo” podría hacer mención a lo que referencia: un nombre propio masculino, y se pregunta si acaso el grupo no tuvo la “intención [de] subrayar la dimensión humana en la propuesta” (García, 2008: 60).

hacia la izquierda [Maldonado] escribió “44 verano” y, en el ángulo inferior, colocó un número 1” (2018:19);

- en segundo lugar, el modo de producción de la publicación. Sabemos por todos los estudios realizados que *Arturo* aportó el “quiebre con la tradición del encuadre ortogonal mediante la noción de marco recortado.” (Rossi, 2017). Dicho marco “estructuras irregulares que combinan formas geométricas simples” se consagró para la vanguardia invencionista, en el soporte pictórico de la producción de estos artistas hasta finales de los 40. Este recurso no implicó solamente la “adopción” del marco recortado en virtud de romper con el cuadro de caballete, sino que suponía “un cambio en la poética, una transformación en la función atribuida al arte” (García, 2015:162-163).

Esta “búsqueda de intervención directa en la realidad” es llevada a la praxis editorial de *Arturo* de manera bidimensional con “reproducciones [de obras] recortadas y pegadas sobre las páginas de la revista”, emulando el plano recortado del objeto real (Rossi 2018: 25). La mayoría de estas reproducciones —insertas en el cuerpo de la revista— asoman todas impresas en escala de grises, como el óleo a página entera de *Invención nro. 2* de Maldonado, las imágenes de *Plástica en madera* y *Trabajo en estudio* de Rhod Rothfuss, dos imágenes de obras de M.H Vieira da Silva, un de Wassily Kandinsky, una de Gyula Kósice y otra de Augusto Torres, a excepción de *Composition en blanc, noir et rouge* (1936) de Piet Mondrian, que se presenta con una línea roja como único color del monocromo negro de la imagen. Sobre este tema —a partir del trabajo de María Amalia García con el archivo Prati— se pudo confirmar que debido al elevado costo de impresión a color de la revista²², Prati “había pintado a mano la línea roja del margen inferior de la obra [de Mondrian] en cada uno de los ejemplares de la revista.” (2009:94). La publicación incluyó también otras reproducciones de obras de Torres García y Maldonado, y seis viñetas de Lidy Prati, única mujer integrante de la revista, además de convertirse ese mismo año en la esposa de Maldonado.²³

²² Impresa en los Talleres Gráficos Experimentales Domingo F. Rocco, Directorio 429.

²³ Según la investigación de Daniela Lucena “el padre de Prati, inmigrante italiano radicado en Chaco, es conocido como el rey del algodón por su importante lugar en la industria textil y es quien aporta el dinero necesario para la publicación de la revista *Arturo* y la compra de libros y materiales”, en Daniela Lucena (2010): *Tensiones entre Arte/Política en la Asociación Arte Concreto-Invención. Entre el comunismo, el peronismo y el diseño*. Tesis de doctorado, FSC, UBA. p. 43; “Dicen que el aporte de don Olindo a la revista *Arturo* resultó fundamental, aunque el buen diseñador y militante del PC Tomás Maldonado no haya sido santo de su devoción” Alicia de Arteaga “Regresan del olvido las pioneras del arte abstracto” *La Nación*, 5 de septiembre de 2009.

Arturo no podrá cumplir con su postulado de aparecer “cuatro veces al año, al final de cada estación” como aspiraba en la página de créditos de su único número publicado. Con un formato de 20 × 27 cm, compuesta por 42 páginas incluidas su tapa y contratapa, y una pequeña tirada de 250 ejemplares—, no pudo resistir “el fraccionamiento del grupo [que] devino en diferencias teórico-estéticas y en disputas personalistas entre sus miembros [...] no pudieron conciliar la aparición de un segundo número.” (García, 2011:110).

Un año después de su lanzamiento este “grupo plástico-poético con arrogantes proclamas en contra de los anteriores antecedentes vanguardistas” (González, 2014), se disuelve. Producto de ello surgen dos agrupaciones: la Asociación Arte Concreto-Invención (AACI) encabezada por los hermanos Bayley y Maldonado, y el grupo Madí, bajo la acción de Arden Quin, Kosice y Rothfuss.

En este punto, y mirando en perspectiva la historia de *Arturo*, nos preguntamos si la revista hubiese subsistido como objeto fabricado en serie que confiaba a la elaboración artesanal su modo de producción distintivo, sumado al concepto del marco recortado —que reivindicaba en su propia praxis—, y las problemáticas lógicas asociadas a la producción. *Arturo* no solo generará un sinnúmero de análisis, investigaciones y varios facsímiles²⁴ que serán desarrollados décadas después, sino que contemporáneamente dejará una fértil progenie editorial: la revista *Arte Concreto-Invención* (1946), *Arte Madí Universal* (1947-1954), *Perceptismo* (1950-1953), y *Nueva Visión* (1951-1957).

Crédito a Lidy Prati

Analizar las intervenciones de Prati en *Arturo* amerita unas consideraciones. Vemos en la puesta en página que sus “diseños de pequeño formato que acompañan los textos [...], salvo en un caso, que ocupa toda la hoja y pierde el carácter de viñeta”, no presentan firma ni inicial alguna, con la excepción de esa ilustración a página completa que cuenta con su nombre impreso por debajo de la misma. Allí, y en la página de los

²⁴ Existen tres producciones facsimilares de la revista. El primero fue realizado en 1994, por el Department of Art History and Theory, University of Essex, que incluyó la tesis doctoral de Gabriel Pérez-Barreiro: "La negación de toda melancolía". Este facsímil no llegó a buen puerto por negarle Arden Quin los derechos de reproducción de la revista; el segundo “edición facsimilar” fue realizado en 2014 por la Biblioteca Nacional de Buenos Aires, con prólogo de Liana Wenner y 68 páginas interiores (21 × 29 cm.); el tercer facsímil fue realizado en 2018 por Fundación Espigas al que se le agregó, un dossier con ensayos y traducciones: La revista Arturo y la potencia múltiple de la vanguardia y El facsímil de la revista Arturo, una breve historia por María Amalia García; Documentar la vanguardia por Raúl Naón; todo dentro de una carpeta contenedora.

créditos se la inscribe bajo el apellido de su marido: Lidy Maldonado. Recordemos que *Arturo* fue una publicación más teórica que plástica, Prati llegó a decir que tenían “una necesidad de publicar algo, pero sin tener obra, [que tenían] ideas, pero no había obra” (Bertone, 2006). Ante ese panorama, esta artista-autodidacta nacida en Chaco, se rinde ante el predominio de sus colegas. Si “la revista inventaba la forma de lo nuevo” (García, 2009: 93), y las formas crean significación... las ilustraciones y el empeño de Prati por concentrarse en la praxis dan forma y trascendencia a una incipiente visualidad a partir de dibujos que Cristina Rossi detalla claramente:

Sus dibujos modulan la línea, afinando o engrosando el espesor del trazo según la necesidad subjetiva de expresión. En general, las tramas geometrizadas se mantienen dentro de una línea fina y con menos variantes que los dibujos con círculos y formas orgánicas, que apelan a un trazo grueso y en algunos casos llegan a completar el plano. (2018:20)

Desde el punto de vista de una estructura editorial, las obras de Prati, esconden un doble preconcepto, por un lado, se las clasifica como “viñeta” que según la Real Academia es un “dibujo que se pone como adorno al principio o fin de los libros y capítulos o en los márgenes de las páginas” (esto significaría que la obra de Prati está degradada por la función implícita de su propia definición); por otro, en línea con esa convención, son aplicadas en pequeñas dimensiones, y distribuidas en espacios marginados de las páginas o insertas en otros, a modo de “relleno” en espacios que se suponen residuales. La única instancia en donde su obra se presenta como tal y se integra con la de sus compañeros, es su ilustración a página entera (par) que configura la puesta de doble página junto a los Poemas *Novísimo Orfeo* y *Homenaje a Mozart* (impar).

¿Se puede considerar a las “viñetas” de Prati como hilo conductor del discurso visual de la revista *Arturo*? ¿de qué manera intervienen entre el lector y la lectura? Observemos la totalidad de la diagramación de las treinta y ocho páginas de la revista, sus “viñetas” son los elementos con más pregnancia y con características morfológicas distintivas (no figurativas, de trazo gestual que alternan formas de triángulos y círculos, de impronta monocroma, e inclusive por su configuración se las puede pensar como indicios de gráficos matemáticos o germen de la iconografía de las actuales tecnologías de redes, ya que de manera sutil, sugieren la actual idea de conectividad), y, ubicaciones en la puesta en página bien definidas (cuatro cierres de texto, un comienzo de página y una obra-portada) Todas ellas, parecen funcionar como un recurso retórico dado que enfatizan silentemente y de manera reiterada... seis veces... esa idea de “la forma de lo

nuevo”, y a las que se les puede adjudicar —mediadas por la forma y su disposición en el plano—, claramente funciones de lectura y un ordenamiento visual. A simple vista vemos que la lectura de la obra de Prati, como código de inicio o de cierre de texto, como cambio de temática o sección, como portada de capítulo, genera en el lector un proceso de construcción de sentido.

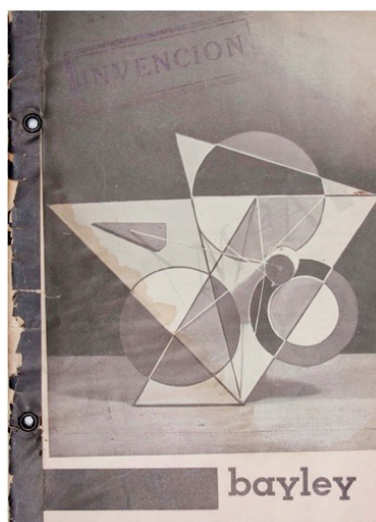


Tapa y contratapa de *Arturo* (1944)



Intrvenciones de Lidy Prati en la revista *Arturo*. Intervención de Lidy Prati sobre la imagen de *Composition en blanc, noir et rouge* (1936) de Piet Mondrian

Prati irá hilvanando, a partir de sus interacciones con los diversos grupos y producciones periódicas, un quehacer específico como diseñadora gráfica. Primero con los jóvenes artistas de *Arturo*, luego, con los de *Concreto-Invención* para quienes realiza la tapa del cuaderno *Invención 2* (cuadernillo en el que Bayley sostiene que la finalidad que persigue el *invencionismo* es la de inventar objetos de arte que participen en la vida de los hombres, manifiesto que, de alguna manera, sintetizaba los conceptos de *Arturo*).



Portada del Cuaderno *Invención* N° 2, 1945

Antes de colaborar, en 1951, con la revista *nueva visión*, sus obras serán reproducidas tanto en la revista *Arte Concreto*, como en el primer número de *Ciclo* con motivo de la exposición *Nuevas Realidades* de 1948.

Compenetrada con el pensamiento de Max Bill²⁵ y seguramente, con el intercambio epistolar que mantuvo con Georges Vantongerloo entre 1952-1953 —que coincidió con el difícil tránsito de su separación de Maldonado—, se abocará a diagramar durante un año, el “semanario popular ilustrado” *Mundo Argentino* (1911-1956)²⁶. Revista altamente ilustrada, en un formato de 28,5 × 39,5 cm, con imágenes fotográficas —comenzando desde sus propias portadas y muchas veces recortadas de su fondo—, y abundantes anuncios publicitarios. Fue una publicación fundada en 1911 por Constancio C. Vigil, que vende en 1917—en el momento de su pico de circulación, 118 mil copias semanales— a la Editorial Haynes²⁷ de Alberto M. Haynes. Desde sus orígenes a la adquisición por parte del sello editor, atravesará elocuentes transformaciones visuales —desde un tratamiento visual como clásica revista literaria abarrotada de viñetas, a la profusión de las imágenes impresas. En esta instancia, la identidad reconocible de Prati como diseñadora y su correspondencia con el discurso visual que Maldonado desarrollaba al mismo tiempo en *nueva visión*, se hará presente. A la utilización de abundantes fotografías en blanco y negro, le agregará el uso del

²⁵ A quien le dedica su obra: Homenaje a Max Bill o Guatemala.

²⁶ Véase sobre *Mundo Argentino* la investigación de De Arce, Alejandra, “Un Mundo Argentino... peronista. Política y cultura para la vida cotidiana durante el primer peronismo (1946-1955)”, en Panella, Claudio y Guillermo Korn (comp), *Ideas y debates para la nueva Argentina revistas culturales y políticas del Peronismo* (1946-1955), La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2014.

²⁷ La Editorial Haynes S.A. fue también la casa editora de *Mundo Agrario*, *Mundo Radial*, *Mundo Atómico*, *Mundo Infantil*, *Mundo Deportivo*, *P.B.T.*, *Caras y Caretas*, *El Hogar*, *Selecta* y el diario *El Mundo*.

“minuscúlismo gráfico” —sobre todo en el nombre-logotipo que encabeza la publicación— emblema de modernidad gráfica y que como veremos, replicará más adelante en otras publicaciones, especialmente en el origen del periódico de *Artinf*; en las portadas aplicará la imagen de manera protagónica a corte de página o bien presenta una división de planos muy similar a la portada del catálogo “arquitectura y urbanismo de nuestro tiempo” diseñado por Maldonado en abril de 1949 que incluye también las calles para ubicar los subtítulos en la portada (o deberíamos decir, similar a las composiciones de Mondrian²⁸); los planos de color aplicados serán primarios o secundarios, plenos y homogéneos; mayormente utilizará tipografía palo seco de la familia de las Grotesk, en sus tres variables: todo minúsculas, todas mayúsculas o la convención. El primer registro encontrado que da cuenta de esta estética y de su labor como diagramadora es el nro. 2340 de diciembre de 1955 y sabemos —por un texto publicado en *Lyra*— que lo hará hasta septiembre de 1956, fechas que coinciden con el período, de julio de 1955 a junio de 1956, en que Ernesto Sábato se desempeñó como director del semanario.

El ejemplar de fecha 22 de agosto de 1956 cuya nota de tapa llevaba el sugestivo título de “¿Volvemos a las torturas?”, en la cual se denunciaba esta práctica en distintos puntos del país [“Para que termine lo interminable. Historia de las torturas”, pp. 16-18 y 23]. Fue el último ejemplar que apareció bajo dirección de Sábato, quien renunció y, luego de entrevistarse con Aramburu, hizo públicas sus críticas en medios de la oposición. (Melón Pirro, 2015)²⁹



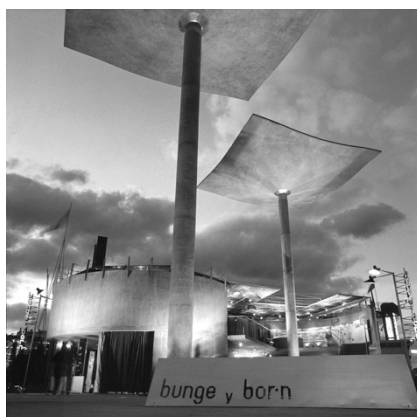
Tapas de *Mundo Argentino*, diciembre de 1955 y agosto de 1956 respectivamente. Catálogo “arquitectura y urbanismo”, diseño de Tomás Maldonado, abril de 1949

²⁸ “cada una de sus obras, geoméricamente exacta y constructivamente equilibrada, presenta ese algo de imprevisto, de indeterminado, que la hace “irrepetible”, Dorfles, Gillo (2016), 79.

²⁹ “El caso Sabato. Torturas y libertad de prensa. Carta abierta al general Aramburu”, Buenos Aires, 1956, detalla el listado de renunciantes a *Mundo Argentino* con motivo de la salida de Ernesto Sabato como director.

Aquel anuncio publicado por *Lyra* en su nro. 152-157 de 1956, tendrá una doble táctica informativa-visual envuelta en la controversia entre el arte figurativo (representado por Raquel Forner) y el abstracto (representado por el concretismo de Prati). En medio de dos extensos reportajes celebrados a cada artista por Enrique Fuentes y Franco Neri, se imprime la pregunta ¿quién es Lidy Prati?, respuesta que aparece a párrafo continuo “como diseñadora gráfica la conocemos entre otras cosas a través de la revista *Mundo Argentino* revista que abandonó últimamente (setiembre)”, para anunciar al unísono textual —sutilmente en tres líneas a modo de nota al pie y en un cuerpo tipográfico más pequeño que el del reportaje—, que ese mismo ejemplar que el lector tenía en sus manos ya estaba diseñado por la propia artista: “Nos complacemos en participar a nuestros lectores que a partir de este número Lidy Prati se hace cargo de la diagramación de LYRA”. De más está decir que *Lyra*, publicación para aficionados al arte y a la música, atravesará una homogénea austeridad tipográfica y gráfica con predominio de blancos. Un discurso visual aplicado por Prati donde la forma seguirá a la función, en afinidad con otros ámbitos editoriales.

En 1963, diseñará el afiche y logotipo de la exposición *20 Años de Arte Concreto* organizada por el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires en la sede del Teatro General San Martín, y tres años después, colaborará junto con Amancio Williams, en el diseño de la tipografía para el pabellón Bunge y Born de la Rural, Al arribar los años setenta —como veremos en el capítulo cuarto—, asumirá la diagramación del periódico de información artística *Artinf*, y también la redacción de algunas de sus notas.



Vista del Pabellón Bunge y Born, 1966.
Lidy Prati y Amancio Williams, 1966 ©Archivo Amancio Williams

Arte Concreto-Invención (1946)

En 1945, Maldonado junto a su hermano, Lidy Prati, Raúl Lozza, Alfredo Hlito, Enio Iommi, Oscar Núñez y Simón Contreras, forman la Asociación Arte Concreto-Invención (AACI), un grupo que como caracteriza Rossi en el archivo del ICAA “desecha la imagen ilusoria del arte representativo y exalta la vida, la técnica alegre y el júbilo inventivo como rasgos vitales”. Con ese estado de ánimo y la ambición de “colocar al hombre en el mundo”, editan, en agosto del año siguiente, el primer número de la revista *Arte Concreto-Invención* acompañado de un Suplemento, y cuatro meses después, en diciembre –a modo de segundo número– una versión más precaria que denominan *Boletín de la Asociación Arte Concreto-Invención*.

En esta instancia y pertinente con este trabajo, creemos importante mencionar las palabras de Nelly Perazzo sobre las vanguardias artísticas argentinas que “postularon su interrelación disciplinaria con la arquitectura, la poesía, y la música” siendo la Asociación Arte Concreto-Invención la que “se acercó fuertemente al diseño en general y al diseño gráfico en particular” (1997:26). Con esta directriz, el primer ejemplar presenta en sus dieciséis páginas interiores —incluidas sus retiraciones— un planteo de diseño a partir de un doble contenido: textual y visual, luego, tanto en el *Boletín* de diez páginas como en el *Suplemento* de ocho, su puesta en página será solo textual con un mínimo intercambio de tipografías.

De esa doble configuración del primer ejemplar, único como objeto revista efectivo, surgen una serie de observaciones. La primera se centra en la disposición del contenido en sus páginas interiores que, desde el punto de vista gráfico, intuimos, deviene sutilmente de la estructura blanco y negro de su tapa. Amanda Lucía Turcheto —una de las primeras realizadoras cinematográficas de la que se tiene registro en Argentina, estrechamente ligada a la plástica—, fue como lo señala Maldonado la “diseñadora gráfica de la revista del movimiento concreto que tuvo su paso por la realización cinematográfica”, diseño que incluyó la “severa carátula en blanco y negro de características concretistas con el nombre y el lugar” (Méndez Mosquera, 1949:23). “Una carátula en blanco y negro” parece desde el punto de vista proyectual una expresión reduccionista. En ella, un plano de color blanco divide —en la mitad superior— a otro plano de color negro, y en consecuencia produce ópticamente una partición del plano general de la tapa en dos planos verticales y paralelos a modo de columnas. Esta configuración de la cubierta Turcheto la traslada hacia la grilla interior

de la publicación, ordena la lectura a dos columnas con texto justificado, excepto en el comienzo de las notas “Hacia una música invencionista” (p. 3) y “Sobre invención poética” (p. 13), ambas en página impar, que aparecen compuestos a una sola caja completa. Esta disposición del texto justificado, emblocado a caja en cada una de las columnas, diagramadas con una tipografía palo seco, en un cuerpo negrita (*bold*) y con muy poca interlinea, logra que ópticamente —al entrecerrar los ojos— cada columna se convierta en plenos negros que demarcan la verticalidad de la página, suscribiendo al planteo visual propuesto desde la tapa de la revista como estructura madre.

Interiormente dirá Méndez Mosquera que además de reproducir el Manifiesto Invencionista, la revista se complementará con

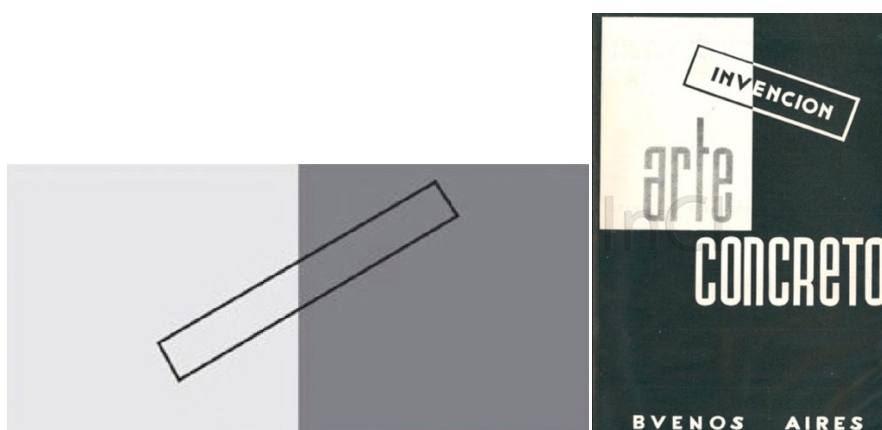
[...] ilustraciones en blanco y negro de obras del grupo, así como fotos individuales y en conjunto de los integrantes. Incluía un suplemento de poesía a cargo de Simón Contreras y Edgar Bayley quienes también escribían sobre “Invención poética” y varios poemas en el cuerpo de la revista. (1949: 23)

No se puede ignorar en la puesta en página de la revista *Arte Concreto-Invención* que tanto Melé, como Prati, Hlito, Maldonado y Lozza eran artistas que ejercían también el oficio gráfico (diagramación, ilustración y experimentación tipográfica) como medio de vida y como acercamiento entre arte y oficio. Pero es el intercambio con diversos artistas concretos europeos, o afines a esta corriente, principalmente Friedrich Vordemberge-Gildewart, Max Huber y Bruno Munari y en especial con Max Bill, la clave para entender el discurso gráfico de *Arte Concreto-Invención*, cuyo criterio formal es parte de la aplicación de un principio usado por el diseñador suizo y que en cierta manera será una organización visual que implementen las publicaciones venideras a través de proyectar un eje central “móvil” organizativo del discurso textual y visual.

El hombre en el mundo y no frente al mundo

En medio de las búsquedas que requiere el trabajo de investigación sorprende la posible existencia de un puente de plata entre los razonamientos propios del incipiente mundo imaginado por los artistas del grupo Concreto-Invención —representado gráficamente en la tapa de la revista—, con la actual vigencia de las corrientes propias del pensamiento especulativo (Quentin Meillassoux, Graham Harman) que podríamos llamar *nuevo realismo*, a propósito de la presencia del hombre *en el mundo* y no *frente al mundo*. A tal punto es así, que cuando nos acercamos a la graficación de estos

novedosos pensamientos encontramos similitudes en ambos discursos visuales. En términos concretos, Theodore Sider —filósofo americano especialista en metafísica y filosofía del lenguaje— plantea en su libro *Writing the Book of the World* (2011) que “para describir perfectamente el mundo, no es suficiente hablar de verdad. También se deben usar los conceptos correctos, incluidos los conceptos lógicos correctos”. Sider sostiene que para usar esos conceptos hay que “llegar al hueso” (*carve at the joints*³⁰) como método de disección y así poder arribar a la “estructura” como fundamentación de algo. Para luego afirmar, que las verdades fundamentales son aquellas verdades que involucran conceptos estructurales, y que parte de la “teoría de la estructura” explica cómo esa estructura se conecta con otros conceptos y cómo dicha estructura se comporta. Ahora bien, otro filósofo joven, Markus Gabriel, contemporáneo a Sider pero de nacionalidad alemana, gráfica y actualiza —en su libro *Por qué no existe el mundo*— estos conceptos del americano bajo el título “Mundo de Sider” simplificando en una imagen la idea de mundo “compuesto por dos mitades iguales y limitadas con exactitud, de las cuales una es negra y la otra blanca”, luego le agrega a ese dualismo del Mundo de Sider (mitad izquierda negra, mitad derecha blanca) un rectángulo diagonal que descansa mitad sobre cada parte y que al ser ese rectángulo compuesto por blanco y negro, se lo puede denominar “blanegro”.



Izq.: Graficación del “Mundo de Sider” según Markus Gabriel (2016)
Der.: Tapa revista Arte Concreto-Invención (1946)

Parecería que el surgimiento de este nuevo concepto “blanegro” que produce la lógica humana comparte la misma realidad que las dos mitades precedentes. Cabe preguntarse si este rectángulo “blanegro” es tan verdadero como los dos sectores blanco y negro o es solo una construcción humana. El *nuevo realismo* como el de Gabriel

³⁰ Literalmente su traducción al español sería algo así como “tallar las articulaciones”, pero creemos que a los fines de este trabajo la expresión “llegar al hueso” es la que mejor lo representa.

concluye que “mientras ‘blanco’ es un registro proporcionado de una estructura del Mundo de Sider, [...] ‘blanegro’ es una proyección humana”. (Gabriel, 2016:147). Existen entonces, verdades o nuevos posibles que escapan a la realidad existente o pensamiento científico, es decir, que es tan real pensar el rectángulo “blanegro” como sus dos mitades originarias.

En este encuentro entre arte y pensamiento científico, y la ambición de colocar al hombre *en el mundo* y no *frente al mundo*, podemos intuir que la visión del pensamiento de la AACI y el discurso visual de la tapa de su revista convergen literalmente en el concepto del *nuevo realismo*: el arte es otra forma inventada de la realidad, no una abstracción de una forma hecha, sino una inventada.

Diversos testimonios dan cuenta de la preocupación del grupo “en el porvenir del hombre” y la búsqueda de desterrar la ilusión de la representación figurativa de la realidad. Lo deja en claro el propio *Manifiesto Invencionista* publicado en agosto de ese año y la postura de Maldonado descrita por Cristina Rossi, que da cuenta de la irrealdad de la figura y fondo sobre un soporte bidimensional:

La era artística de la ficción representativa toca a su fin. El hombre se torna de mas en mas insensible a las imágenes ilusorias. Es decir, progresa en el sentido de su integración en el mundo” (1946: 8)³¹

Para él, pensar en la evolución de la pintura significaba reconocer que el único punto de llegada posible sería el arte concreto: único que no copia, no abstrae, ni representa. Si representar un objeto sobre el plano es una ilusión que niega la realidad de ese plano, entonces el arte concreto es el único arte realista, en tanto no busca "reflejar" sino presentar las nuevas realidades que inventa. (Rossi, 2004:117)

Podemos comprobar, a modo de conclusión, que el arte concreto se manifestó por un lado, como anticipatorio al auge de los nuevos pensamientos sobre *realismo especulativo* o *nuevos realismos*, y desde lo proyectual, el concepto “la forma sigue a la función” puede verse —según Ricardo Blanco— como una síntesis del pensamiento concreto dado que la forma tiene diferentes maneras de generarse, y [...] definida así, es una de esas maneras y lo que se pretende es que los objetos expresen para qué sirven. (Blanco, 2013:158)

³¹ “Manifiesto Invencionista”, revista Arte-Concreto, agosto de 1946. Fragmento del Manifiesto publicado con motivo de la primera exposición del la AACI en el Salón Peuser en marzo de 1946.

3.3 Arte y Diseño: el proto-diseño del diseño editorial

La tercera y última selección, son un grupo de revistas que supieron conjugar en los años cincuenta Arte y Diseño, imbuidas del pensamiento moderno heredado de los procesos de abstracción —tanto en el arte como en la arquitectura— con referentes estéticos de Suiza (Max Bill) y Alemania (Moholy-Nagy, Kandinsky, Vantongerloo). Publicaciones que, en tanto rectoras del *Buen diseño* (la estética sigue a la función), revalorizaron el arte a la luz del desarrollo tecnológico y cooperaron con la transformación de “la práctica del diseño, al Diseño como disciplina académica” (Devalle, 2009). Se incluyen en este análisis: *Ciclo*, *Boletín del “CEA 2” Centro de Estudiantes de Arquitectura*, *Perceptismo* y *nueva visión*.

Esta selección de publicaciones son las que —al decir de Verónica Devalle— intentan redefinir el objeto artístico, aquel que vinculaba la noción de representación, estilo, belleza y subjetividad, para transformarlo en objeto con contenido objetivo, científico y social. Se renuevan las nuevas dicotomías del arte como subjetividad, y el diseño como objetividad (2009:68), abriendo el debate en cuanto a la relación forma y contenido, para empezar a pensar el diseño. La percepción y la representación serán los instrumentos para visibilizar lo no visible de las formas, discursos visuales que podrán ser considerados como anteproyecto o “proto-diseño” del diseño editorial de nuestra disciplina.

Ciclo (1948-1949)

Al año siguiente del primer ejemplar de la revista *Arte Madí Universal* (1947-1954), asoma *Ciclo*, fundada por el arquitecto Carlos Méndez Mosquera, dirigida por Aldo Pellegrini, Enrique Pichon-Rivière, Elías Piterbarg y el diseño de Tomás Maldonado. Enunciada como revista bimestral de arte, literatura y pensamientos modernos, publicará solo dos números, el primero en el bimestre noviembre-diciembre de 1948 y el segundo en marzo-abril de 1949. Según una breve descripción de Cristina Rossi publicado en el Archivo digital del ICAA³² en referencia a la orientación del contenido de la publicación expresa que los miembros de su Comité Directivo “otorgaron espacio tanto a las propuestas surrealistas como a las constructivas”. Afirmación que Maldonado

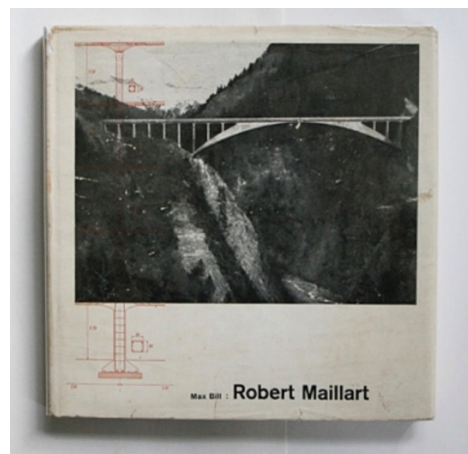
³² La sigla completa es ICAA MFA H: International Center for the Arts of the America's at the Museum of Fine Artes, Houston.

ratifica en una carta fechada en enero 1949 al diseñador suizo Max Bill (a quien había conocido en su viaje a Europa del año anterior), donde le expresa:

[Ciclo] está construida sobre la base de la lucha común de los surrealistas y los concretistas contra nuestros enemigos comunes, los dinosaurios académicos y los camaleones pseudo-modernistas. (citado en García, 2019: 122)

Todo artículo o comentario en *Ciclo* fue volcado —casi exclusivamente— de manera textual minimizando al máximo cualquier intervención del tipo visual, aspecto que se puede verificar en las pocas páginas —de los 81 y 98 interiores de cada uno de sus números respectivos— en las que aparecen imágenes.

Maldonado fue el diagramador de *Ciclo* como consta en el primer ejemplar —responsabilidad que comparte con Alfredo Hlito bajo el crédito de “Disposición tipográfica” en el segundo número—. También tomó decisiones con respecto a su contenido —según afirma Carlos Méndez Mosquera—, razón por la cual, el segundo número de la revista incluye de la página 29 a 32 el texto "La expresión artística de la construcción" de su amigo arquitecto y diseñador suizo sobre el arquitecto Robert Maillart (1842-1940)³³, y que coincide ese mismo año, con el libro que Bill compiló y diseñó, a propósito de algunos de los puentes más bellos construidos en Suiza por este poeta del hormigón armado nacido en Berna y al que le dedica, nueve años después de su muerte, un pequeño libro de 21 × 21cm.



Izq.: Imágenes de obras Maillart en revista *Ciclo* 2 (marzo-abril de 1949)
Der.: Contratapa del libro Robert Maillart compilado y diseñado por Max Bill en 1949

³³ Max Bill (1908-1994), orfebre de profesión, se encontraba para esta época trabajando en definir los futuros parámetros de la Escuela de Diseño de Ulm (Hochschule für Gestaltung, Ulm) que finalmente fundará junto con Inge Aicher-Scholl y Otl Aicher en 1953.

Ciclo fue una revista, valga el juego de palabras, “literalmente literaria”. A simple vista se presenta como una revista sobria con escasos elementos visuales, y en una segunda observación se detecta “un algo” que organiza la mirada: blancos, algunas imágenes y tipografía. Blancos o vacíos, espacios per se sin ocupar —de sutiles parentescos con su antecesora *Arte Concreto-Invencción*, preocupación que será desarrollada por Maldonado en la revista de Arquitectura nro. 32, de febrero de 1949—, que brindan un “respiro” a la puesta en página como sus márgenes, espacios entre líneas de textos o entre párrafos, el que rodea a las imágenes, las calles entre columnas, entre títulos y párrafos, etcétera. Algunas imágenes en blanco y negro, de obras plásticas, vistas de arquitecturas o personajes, que se hacen presente cuando cambia la materialidad de la revista a un papel de base blanca, posiblemente del tipo ilustración.

Finalmente, la tipografía. Arribamos aquí al punto central. *Ciclo* detenta un rigor gráfico basado en dos aspectos del universo visual: el uso tipográfico y el “minuscúlismo gráfico” (concepto que nombramos en referencia al diseño de Prati), ambos heredados de la Bauhaus, y que Maldonado supo trasladar al Río de la Plata. Recordemos que la letra en manos de las vanguardias artísticas buscó modernizarse —la revista *Madí universal*, por ejemplo, a través de composiciones lúdica y “sin-sentido”— en algunos casos, llevando a acabo hasta experimentaciones fonéticas. Significativo es revisitar el artículo crítico hacia las revistas de arte y el uso tipográfico de Kurt Schwitters³⁴ publicado en 1927, y que tradujo en 1988, el diseñador gráfico barcelonés Enric Satué

Casi todas las revistas de arte clásicas, entienden tan poco de tipografía como de arte. En contrapartida, para las revistas de arte actuales, la tipografía es uno de los principales medios publicitarios (Satué, 1998:145)

³⁴ Fragmento del decálogo sobre las leyes de la nueva tipografía escrito por Kurt Schwitters (1887-1948) bajo el nombre de “Tesis sobre la Tipografía” y publicado en el nro. 11 de *Merz*, Hannover, 1924-25, Véase Satué, Enric (1998). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Madrid, Alianza Forma, p. 166.



Artículo de Kurt Schwitters “Tesis sobre la tipografía” publicado en *Merz* nro. 11, 1927

La tipografía cumplirá la función de revelador tanto adhesiones ideológicas como las tendencias en los distintos segmentos de consumo. La tipografía deviene en la voz de la palabra impresa.

Volviendo a *Ciclo*, Maldonado aplicará el texto en ambas publicaciones a una columna justificada, a excepción de los textos de las cinco páginas finales de la sección “Notas y Comentarios”, que diagramará a doble columna. Para ello, cambió y utilizó otra tipografía palo seco, la *helvética-groteske-spartan*, una de las fuentes tipográficas traídas de su viaje de 1948, con la que superará visualmente el ritmo y la legibilidad tipográfica del primer número de *Ciclo*. Con respecto al minusculismo gráfico implementado —estrategia visual nombrada en párrafos anteriores—, fue otra de las experimentaciones adoptada por la Bauhaus en 1925 donde se propuso imprimir todo texto exclusivamente en caja baja (letra minúscula):

[...] no pasó de ser un gesto provocativo pretendidamente racionalista, una actitud formal exageradamente rígida en aras de la supuesta vanguardia que postulaba una muy discutible medida rupturista frente a la tradición rutinaria [...] con que se producía la tipografía de la época, ante todo fue una muestra del triunfalismo del espíritu que alentaba a la escuela. (Satué, 1998:152)

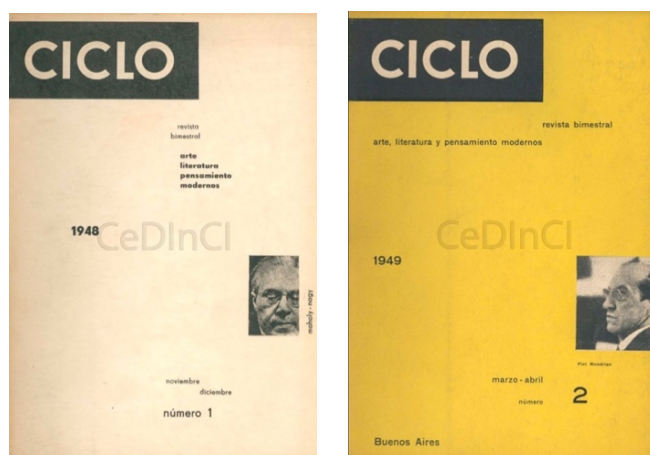
Aunque oportunamente en la Bauhaus no prosperó la iniciativa como hubiesen deseado, para el diseñador Enric Satué, fue uno de los experimentos de diseño gráfico que dio mayor sabor vanguardista a la Escuela (1998: 153). Maldonado llevó a la praxis estas experimentaciones en *Ciclo* no solo porque reconocía y ponía en práctica plenamente los ideales teóricos bauhausianos en donde la tipografía, clara, sencilla y funcional reivindicaba la condición artística de la letra, sino también por la cualidad

expresiva que el diseño podía obtener de ella, de la composición y del espaciado, entre otros elementos.

La Tipografía resultaba ser uno de los territorios de llegada del pensamiento moderno, en particular la forma en que los postulados de universalidad, síntesis y transparencia (en este caso legibilidad) se proponían como la superación de la tradición estilística de la mano de una sincronía con la historia que debía —antes que repetir el juego estetizante— rendir tributo a la lógica industrial. (Devalle, 2006)

En conclusión, *Ciclo* aplicó en su puesta en impreso una diagramación a partir de tres elementos: blancos, algunas pocas imágenes y tipografía. Componentes para la construcción de un discurso visual que, en este caso, no compiten entre sí, porque todos mantienen una misma proporción óptica, un “rigor” sin estridencias pues ningún de ellos —a excepción del nombre en la tapa— pugna por sobresalir más que otro. La razón de esta armonía es la exacta proporción entre los *negros* y los *blancos*³⁵, una homogeneidad que se alcanza no solo por cómo se aplican los tres componentes nombrados, sino también, porque los avisos publicitarios cuentan exactamente con los mismos criterios de diagramación que la totalidad de la revista, lo que le transfiere una coherencia formal y de estilo al conjunto.

Por añadidura, el diseño de sus cubiertas, ambas bajo la misma estructura de blancos, anticipa una grilla predeterminada en primera plana: 1. cabezal (nombre-logotipo), 2. espacio de texto (periodicidad-rubros), 3. Ubicación del Año, 4. espacio para imagen (fotografía)³⁶, 5. espacio para texto (fecha- número de ejemplar).



Tapas de las revistas *Ciclo* nro. 1 y 2 de 1948 y 1949, respectivamente

³⁵ Esta expresión refiere al contraste de pesos entre negros (bloques de textos y/o textos sueltos) y blancos (espacio libre, o vacío).

³⁶ Imagen fotográfica del rostro de Moholy-Nagy en la tapa de 1948, y de Piet Mondrian en la de 1949.

El diseño de *Ciclo* será un eslabón fundamental hacia el discurso gráfico del objeto revista. Esta publicación inaugura “una línea editorial que traducirá en el plano gráfico los principios de ‘lo moderno’ como concepto arquitectónico” (Devalle, 2006). Criterios que como veremos, Maldonado empleará en sus futuros planteos visuales del *Boletín del “CEA 2” Centro de Estudiantes de Arquitectura* de la Universidad de Buenos Aires —al que se acerca por iniciativa de Amancio Williams—, en el catálogo de la Exposición de Arquitectos modernos, y en casi todos los catálogos de exposiciones del movimiento concreto de esos años. Todos estos emprendimientos editoriales fueron la antesala de *nueva visión*, revista cuyo diseño permitirá —en la Argentina de los años cincuenta— el ingreso de la abstracción del formato —como afirma Verónica Devalle— dentro de lo artístico, lo arquitectónico, o lo publicitario. (2006)

Boletín del “CEA 2” Centro de Estudiantes de Arquitectura (1949)

Si el discurso textual y visual de *Ciclo* es el eslabón fundamental hacia la visibilidad del “diseño” como disciplina *en progreso* y, más aun, prefigura el rol profesional del diseñador gráfico enarbolado en la figura de Maldonado, el *Boletín 2 del Centro de Estudiantes de Arquitectura* de la Universidad de Buenos Aires, es la prolongación simultánea de “la influencia gráfica milanesa en el campo argentino” y de la herencia neoplasticista de Mondrian y Vantongerloo, reflejada “en la obra de los arquitectos y en todo el amplio sector de las artes gráficas y del dibujo publicitario y tipográfico”. (Dorfles, 2016:79)

Por esos días, fines de la década del cuarenta, los encuentros con jóvenes estudiantes de la FAU —Juan Manuel Borthagaray, Francisco Bullrich, Horacio Baliero, Eduardo Polledo, Pino Sivori, Jorge Grisetti, Jorge Goldemberg, Marcos Winograd, y Carlos Méndez Mosquera— examinarán las cuestiones sobre artes visuales, diseño industrial y el espacio con un eje transversal “comprender el fenómeno de la arquitectura moderna”.

Mientras que Maldonado da forma al *Boletín CEA 2*, de manera concreta y visual, cuya diagramación superaba —en palabras de Méndez Mosquera—ampliamente el primer Boletín, Borthagaray, Sivori, Méndez Mosquera y Gerardo Clusellas, conformaban el Comité de Redacción.

Es probable que ese comentario del futuro socio de Maldonado y Hlito en la agencia de publicidad Axis, fuese producto del cambio, a simple vista, de la fuente tipográfica de *serif* a *sans serif* (helvética) que utilizó Maldonado en *Ciclo*, además otros aspectos gráficos: una grilla de base que modifica sus dos columnas centradas con una calle axial, por dos columnas mas angostas y marginadas hacia el lomo de la revista (a derecha o izquierda según sea página par o impar) dejando un importante margen “blanco” hacia los laterales exteriores para ser atravesado por imágenes, intervenido por epígrafes o por la paginación; el logotipo aplicado en tipografía minúscula replicando la grilla predeterminada de *Ciclo*: cabezal (nombre-logotipo); la unificación del diseño de los avisos publicitarios con el de la revista; y no menor, la impronta de los diseños del suizo alemán Max Huber (Baar 1919, Mendrisio, 1992) que, con el afiche que ilustra, en página tres, la nota sobre el C.I.A.M. de Bérghamo de Julio de 1949 “concebido dentro de los principios de la tipografía orgánica y funcional”, y el aviso en la contratapa de plenos rojos, empatan la diagramación y acompañan el planteo gráfico visual general de *nueva visión*.



Afiche diseñado por Max Huber, 7 CIAM, Congrès International d'Architecture Moderne, Bérghamo, 1949. Archivo ©Moma

Definir la edición de la revista a partir de una estructura devenida del cálculo matemático y la aplicación de campos cromáticos, de alguna manera extiende los lineamientos teóricos de Mondrian acerca de la abstracción formal aplicados al plano bidimensional del impreso tanto en esta publicación (en negro y rojo) como la ulterior nueva visión (en negro y verde). Para Antonio Pizza,

esta manera de representar, se opone a la tradición occidental, no solo en la negación de la “figura” naturalista, sino también en la anulación de la tradicional duplicidad entre primer plano y fondo (2001:158).

Si a comienzo del siglo XX, algunas publicaciones como el caso de *Athinae*, *Revista Argentina de Bellas Artes* que nombramos en nuestra Introducción, facilitaba la

“posesión artística” de una obra a partir de una lámina independiente de la propia revista, el *Boletín CEA 2*, dotará de igual manera capital simbólico a la palabra escrita. A modo de manifiesto y como complemento de la revista, la Redacción —representada en este caso por Maldonado, Méndez Mosquera y Bullrich— adjuntará al Boletín un *insert*³⁷ de papel amarillo con el texto “Un arquitecto en berlina” donde cuestionarán al arquitecto Bustillo por sus posturas “en particular las que se refieren a los planes de estudio y a la arquitectura contemporánea” y su propuesta de remodelar la Facultad de Arquitectura “tomando como base la barbada y nunca bien ponderada, Escuela de Bellas Artes de París, la misma [que] ya en 1850, [...] era un engranaje que escupía burócratas de tercera categoría”³⁸. Notoriamente no le perdonaban su desapego por la modernidad. Esta suerte de *insert*, que ha sido utilizado como eficaz dispositivo para la difusión de las artes visuales alcanza, la misma dimensión expresiva para la transmisión de textos teóricos que —al estar separados del cuerpo de la revista— cobran otra dimensión simbólica.



Imagen: *CEA 2* (octubre- noviembre, 1949) Colección Privada. Foto: Constanza Vicco

Perceptismo (1950-1953)

El Perceptismo, como ya hemos nombrado, es otro de los grupos que se independiza, en 1947, de la Asociación Arte Concreto-Invención. A diferencia de los anteriores, sustituye en la práctica artística la noción de fondo y lo designa como “campo”, de esta

³⁷ Hoja separa del cuerpo de la revista pero que se difunde dentro de la misma publicación.

³⁸ La Redacción, *Boletín CEA 2*, 1949.

manera rechaza tanto el marco octogonal como el marco recortado. Raúl Lozza, su fundador, respalda la búsqueda de una “objetividad visual”, en función de desterrar definitivamente la representación que, según su propia opinión, ni el arte no figurativo, ni el arte concreto, habían logrado alcanzar.

Como grupo que se precie de tal, redacta su “Manifiesto Perceptista” y produce su propia publicación que llamará *Perceptismo* con la frase “teórico y polémico” como slogan por debajo de su logotipo. La revista, diagramada por Lozza y de la que participan también Rembrandt Van Dick (hermano de Raúl) y el crítico de arte argentino Abraham Haber, editará siete números durante tres años, de octubre de 1950 a julio de 1953.

Desde el punto de vista editorial, *Perceptismo* fue un proyecto con una profusa textualidad y un discurso visual ordenado ya que visiblemente cuenta con una grilla base en los siete números editados. Pero su diagramación no será ajena a las tipologías gráficas que se estaban desarrollando en paralelo. De hecho, la revista destila ese “lineamiento del diseño concreto” en cada una de sus páginas (a veces diez otras catorce) y que contienen todos aquellos planteos visuales que desde *Ciclo* se imponen a la mirada. Si desde el quehacer artístico los perceptistas al liberarse de la forma y el color, concretan una realidad nueva que denominan el *plano de color* o la *forma color*. Esa nueva realidad se animarán a concretarla en la bidimensionalidad del impreso con la incursión del plano de color, naranja en el nro. 6 de 1953 y verde en el nro. 7 de julio de 1953, rompiendo de esta manera la monotonía del monocromo anterior.

Sin duda [...] la incidencia de estas corrientes rigurosas y cerebrales, fue indiscutible y se vio reflejada en la obra de arquitectos, diseñadores gráficos y publicitarios, seguramente más de lo que influyó en las artes plásticas posteriores. (Alcaide, 1997:242)

La última edición de la revista llevará estampado en tapa la frase “Homenaje al esfuerzo por la paz. Interrumpida la venta en 1953”, según publica el CeDInCI en su plataforma digital —que cuenta en su acervo con la colección completa de *Perceptismo* donada por el propio Lozza—, y que aclara que “se decidió retirarlo de la venta ante el riesgo de secuestro de la edición, debido a la censura reinante en las postrimerías del peronismo sobre los medios comunistas”.



Primera plana de *Perceptismo* nro. 5, 6 y 7

nueva visión (1951-1957)

Aproximadamente, en el mismo período de *Perceptismo* “los artistas concretos se reunieron con arquitectos y diseñadores para que el arte, la arquitectura, el diseño industrial y la tipografía moderna hicieran su aporte cognoscitivo a las experiencias de la vida contemporánea” (Herrera, 2014: 117). De este encuentro surgirá *nueva visión* como órgano “de acción, de los primeros profesionales que primero trataron de llevar a la práctica del diseño en nuestro país las ideas [...] en términos generales a la buena forma.” (Crispiani, 1996).

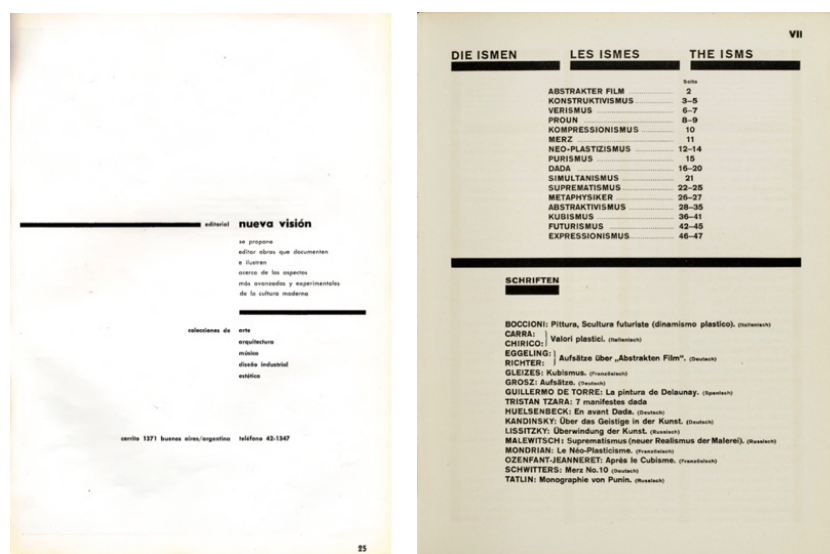
Nacida en 1951, al calor de la herencia *bauhausiana*, de la mano de Hlito, Méndez Mosquera y Maldonado, quien la dirige hasta 1956. *nueva visión* es, en función de lo que definimos como las anticipaciones del diseño editorial, la que mejor resume las experiencias de *Ciclo*, *Boletín de la CEA 2*, y *Perceptismo*, al incorporar “el programa vanguardista abocado a la transformación de la realidad cotidiana en praxis específicas como arquitectura y diseño” (García, 2011)³⁹. A modo de proclama, deja constancia impresa de sus objetivos, en la columna lateral de los créditos legales de su primer número:

nv difunde los esfuerzos teóricos y prácticos encaminados a equipar la vida cotidiana con formas sanas y eficientes; a superar la distinción convencional entre "bellas artes" y "artes aplicadas"; a vincular a los artistas a la producción en serie.

³⁹ García, María Amalia (2011). *El arte abstracto. Intercambios culturales entre Argentina y Brasil*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Por lo tanto, *nv* es, al mismo tiempo, la revista de los diseñadores industriales, de los ingenieros, de los cineastas, de los artistas gráficos, de todos aquellos que, directa o indirectamente, colaboran en la tarea de lograr una nueva cultura visual. (*nv*, Año I número 1, diciembre de 1951)

nueva visión. revista de cultura visual, artes, arquitectura, diseño industrial y tipografía, editará nueve números entre 1951 y 1957 con una periodicidad trimestral. Contará con un equipo rotativo de secretario y comité de redacción —según se puede leer en los créditos del staff de la propia revista—, entre ellos su hermano Edgar Bayley, Francisco Bullrich, Juan M. Borthagaray, Jorge Goldemberg, Jorge Grisetti, Rafael E., J. Iglesia, Mauricio Kagel, Guido Kasper, Alfredo Hlito, el arq. Horacio Baliero y Carlos Méndez Mosquera. Este último, afirma en un reportaje realizado por Verónica Devalle, que “el nombre de la revista *nueva visión* fue tomado del *New Vision*, término totalmente moholyniano, bauhausiano” (2018: 105). La impronta que el artista húngaro supo dar a la mítica escuela, aquello de que la forma sigue a la función y que “liberó al artista de la obediencia a reglas objetivas de verdad y belleza” (Dorner, 1955: 11), será una enmienda a respetar por los integrantes de *nv*.



Izq.: Aviso de *nueva visión*, nro 2-3, 1953, p. 25
 Der.: Libro *Die kunstismen 1924-1914* (1925) de El Lissitzky y Hans Arp, p. 7

El primer número sale a la venta en el mes de diciembre de ese mismo año, diseñado por Hlito y Méndez Mosquera. Sus composiciones en la página claramente continúan los lineamientos constructivistas con un amplio conocimiento del número de oro o sección aurea. La puesta en página persigue un nueva realidad, aquella que pueda ser definida a partir del plano, el punto, la línea, el color y la superficie “basándose en

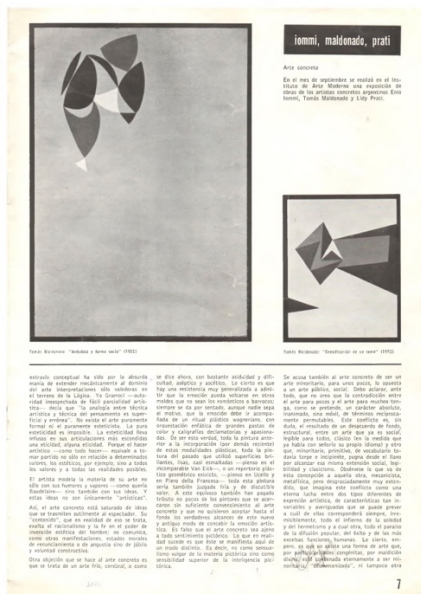
los principios sobre el arte concreto desarrollados por Van Doesburg, según los cuales el arte es concebido como un producto del intelecto” (Lucena, 2012).

El plano en *nv* logra independizarse para trabajar como una capa independiente, que, sumado al uso del color, en una economía de lectura como la propuesta en la puesta en la revista, según Gubern, suele desempeñar un papel importante como organizador de la lectura, gobernando el trayecto de la mirada, discriminando las formas y deslindando los signos colindantes o yuxtapuestos (1987: 204). Para Merleau-Ponty el color, además de ser una sensación óptica registrada por el sistema nervioso, respondería también a una simbología universal. Para el autor, en este caso, el verde, se decodificaría como reposo (1975: 224).



Izq.: Tapa de revista *nueva visión* nro. 1 (1951), diseñada por Alfredo Hlito y Carlos Méndez Mosquera
Der.: Aplicación de pleno de color sobre página cinco

Con respecto al tratamiento de sus imágenes, llama la atención en el primer número que algunas de ellas presentan el mismo criterio de línea o plano contenedor que Maldonado le confería a sus prácticas de fotomontajes como la de *Orientación*. *Periódico oficial del Partido Comunista Argentino* del 6 de noviembre de 1946, un número extraordinario en homenaje a la Revolución de Octubre, ilustrando una nota de Ghioldi titulada “La Unión soviética, líder de la paz”.

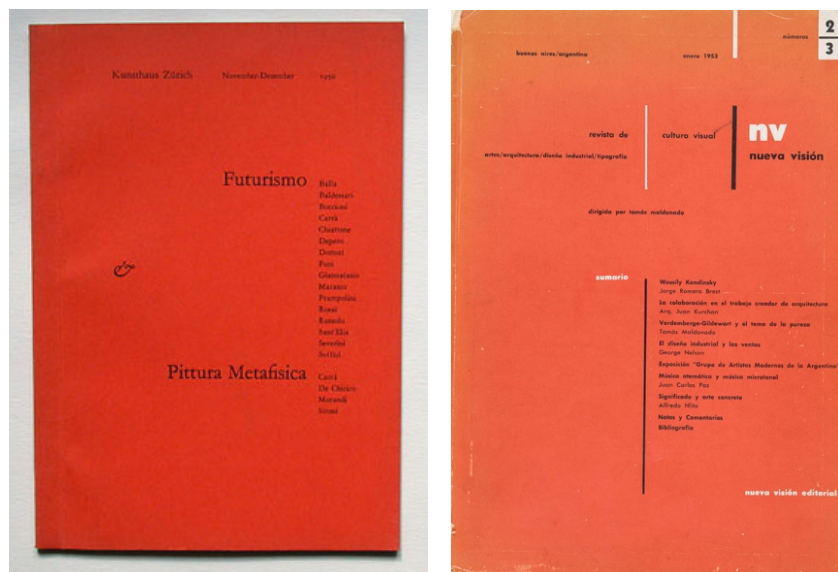


Izq.: Interior de nueva visión nro 1, diciembre 1951 p. 7
 Der.: Orientación, Periódico oficial del Partido Comunista Argentino n° 373, 6 de noviembre de 1946,
 fotomontaje de Tomás Maldonado

nv compartía con otras revistas de vanguardia como *Arte Madí Universal* la promoción y el intercambio de revistas contemporáneas internacionales consideradas pares, como la romana *Spazio* creada por Luigi Moretti una lujosa revista de 88 páginas, de las que solo se publicaron 7 números, de julio de 1950 a enero de 1953; o la francesa de *Art d'Aujourd'hui*, de André Bloc fundador y editor en jefe, y que circuló de 1949 a 1954.

A partir del segundo número se suma como secretario de redacción Jorge Grisetti, quien también será el responsable de fundar la editorial *Nueva Visión*, cuya producción editorial inaugura con un libro de Max Bill.

Este número doble de enero de 1953 con el diseño de portada Maldonado fijará un criterio visual y compositivo de las portadas restantes, que tendrá una pauta colorimétrica para diferenciar cada edición. Oficialmente —afirma Ricardo Blanco— esa fue toda su contribución a la definición formal de la revista. El diseño del interior permaneció en manos de Hlito, Méndez Mosquera y Grisetti (2013). En la puesta en página de esta portada, se evidencia significativamente la influencia de su amigo Max Bill, quien dos años antes había diseñado para el sello René Wehrlí, el libro *Futurismo & Pittura metafísica* (1950), pieza en la que Maldonado seguramente encontró su inspiración.



Izq.: Tapa de libro *Futurismo & Pittura metafisica* (1950),
diseñado por Max Bill, editado por René Wehrli.
Der.: Tapa de revista nueva visión nro. 2-3 (1953), diseñada por Tomás Maldonado

Según Ricardo Blanco, este número “es probablemente la primera revista en la Argentina que trata sobre sí misma, sobre la forma que debe asumir una revista”. Era ya una lección de tipografía y también de diseño de un producto producido en serie. Nunca apareció en ella un artículo que efectivamente tratara sobre tipografía moderna, pero en rigor no era necesario. Con las nuevas tipografías traídas desde Europa en su viaje de 1948, Maldonado nuevamente lleva a la praxis la sencillez y claridad de la tipografía, para explorar cómo el diseño podía a través de ella, lograr mayor expresividad en la composición y en el espaciado.

Además de la tipografía, el segundo elemento diferenciador en esta nueva dimensión visual del impreso, será la utilización de un eje central que permite organizar textos o imágenes a ambos lados (izquierda y derecha), pero que no se erige como un eje axial de simetría. Criterio heredado de Max Bill, el suizo planteaba que este eje axial “sin renunciar a la lógica centralidad que debe tener como principio de orden de un espacio gráfico limitado, permite el equilibrio asimétrico y esa “libertad” e imprevisibilidad tan valoradas por Bill y los artistas concretos” (Crispiani, 2011:365). Esta proyección del eje central, sin ser exacta, se vislumbra tanto en la portada como en el interior de la revista.



Portadas de ejemplares de nueva visión donde se puede observar el sistema visual aplicado

Los criterios de composición y diagramación, aplicados a la totalidad de la revista no excluían a los avisos publicitarios que, como vimos en revistas ya citadas, mantienen un lineamiento estético para alcanzar una unidad compositiva homogénea textual y visual general del objeto impreso. Efectivamente, en nv encontramos una nueva concepción del espacio, una problematización de aquello que hoy consideraríamos lenguaje visual (llamado allí “cultura visual”) y la inquietante pregunta por la forma hecha sentido. Por estos motivos, —agrega Devalle— es considerada el primer discurso habilitante del Diseño en la Argentina. (2007:4)

4. Artinf, un discurso visual como marca reconocible

Comenzamos el análisis de nuestro primer objeto de estudio *Artinf. Arte informa* (1970-2003), habiendo recogido, en el capítulo anterior, ciertas competencias de los discursos gráficos —textuales y visuales— desarrollados e implementados por un grupo de revistas periódicas destinadas a las artes visuales, desde comienzo de siglo hasta la década del sesenta.

Para suscribir al método de estudio de Victor Margolin, parece necesario, en principio, analizar las sinergias y convergencias de las cuatro integrantes que hicieron posible la aparición y circulación tanto del periódico (1970-1973), como de la revista (1980-2003) *Artinf. Arte informa*; sus modos organizativos y sus vinculaciones estéticas. Como segunda instancia, buscaremos aquellos enunciados formulados por Bajtín (contenido temático, estilo y composición) que en ambas materialidades (periódico- revista) se evidencien como un corpus visual en función del análisis de las revistas precedentes. De este modo, estudiar cada etapa de los impresos, determinar cómo se llevo a cabo su elaboración, las modalidades que presentan su puesta en impreso y sus transformaciones visuales que lo convertirán en los noventa en *objeto de consumo*, y, en la actualidad, en *objeto coleccionable*. Recorrido que haremos atentos a la materialidad como eje vertebral de la investigación de nuestro objeto de estudio.

4.1. Derbecq, Ambrosini, Baron Supervielle, Prati

Interrogarnos sobre *Artinf*, por tradición, continuidad, y como revista decana especializada en el panorama del arte en la Argentina, es pensar en la historia de un grupo de mujeres que con su *expertise* ayudaron a reflexionar sobre los distintos abordajes disciplinarios que admite el arte contemporáneo. Germaine Derbecq, Silvia Ambrosini, Odile Baron Supervielle y Lidy Prati, fueron las emprendedoras que confluyeron en las mismas coordenadas de tiempo y espacio para la creación, producción y circulación de lo que dieron en llamar “el primer periódico de información artística”. Cuatro mujeres que oscilaron entre su “hacer artístico” y la “gestión cultural para asumir otros haceres: de “editoras”, “autoras”, “periodistas”, “vendedoras”... en una publicación periódica dedicada al arte, que bautizaron *Artinf. Arte informa*.

Germaine Derbecq, nacida en París, incursionó en la rama del arte a través de los artistas Paul Sérusier y Maurice Denis, miembros del movimiento simbolista, con los que aborda el color como base fundamental para sus creaciones, para luego en la Academia de André Lhote en Montparnasse, junto a otros estudiantes como Henri Cartier-Bresson y Tamara de Lempicka, transita el camino hacia la síntesis de la forma, geométrica y racional. No es menor el detalle que, en 1922, se casa con el escultor cubista Pablo Curatella Manes, con quien abandona París para instalarse en Buenos Aires entre 1956 y 1957. Esta transposición espacial y cultural la convierte en una incansable promotora de tanto en la Ciudad Luz como en Buenos Aires. *Puente de plata* entre América Latina y Europa por el tipo de conexiones que habilitó, dirá Ana Longoni:

Un puente entre ambas escenas, pero también un puente entre ambas vanguardias, entre la vanguardia histórica de la cual ella había sido de alguna manera parte — por lo menos de su etapa final— y la vanguardia emergente en los años sesentas. (2010) [...] tenía como ese ojo agudo y la capacidad [...] de detectar lo nuevo que estaba empezando a emerger (2010).

La década del sesenta la sorprenderá desdoblado su energía entre “su hacer artístico”, su rol como crítica de arte para el diario *Le Quotidien*, y la dirección de Lirolay, galería porteña del matrimonio francés Mario y Paulette Fano “ubicada en la zona de la ‘manzana loca’ [sobre la calle Florida] que albergaba al Instituto Di Tella y a otros espacios vanguardistas” (Perazzo, 2011), “un espacio privilegiado para detectar las nuevas formas que asumía el arte [y] que promovía exposiciones quincenales” (Rossi, 2010:91). Desde las páginas del *journal* de la comunidad francesa en Buenos Aires — como lo hizo desde su estancia en París—, promoverá proyectos de jóvenes artistas⁴⁰ cooperando a delinear lo que Andrea Giunta define como “estrategias de internacionalización” del arte argentino y de la vanguardia artística de los sesentas (2001:237-294).

Será Derbecq quien, para esa misma época, invitará a Silvia de Ambrosini, quien se encontraba en plena organización de la muestra de Curatella Manes en el Museo Nacional de Bellas Artes, a concebir “una revista dedicada a las artes”. Unos pocos meses después de aquella proposición, circulará en Buenos Aires el primer número del periódico de información artística, *Artinf, Arte Informa*.

⁴⁰ Greco, Minujín, García Urriburu, Suárez, Puzzovio, Bony, Le Parc, entre muchos otros.

Silvia Delfina Helain de Ambrosini o simplemente Silvia Ambrosini (s/d-2011), es la gran impulsora de esta publicación⁴¹. Egresada como Profesora de Letras, le permitirá redactar y corregir cada uno de los textos que componen los sucesivos ejemplares de *Artinf*. Su actuación en los años 50 como secretaria de redacción de la revista *Ver y Estimar*, su participación en la creación del Centro de Información e Investigación de Lenguajes (CIIL) y, sus prácticas museísticas como integrante del *staff* del Museo Nacional de Bellas Artes, serán la alquimia perfecta que pondrá a disposición del emprendimiento editorial. Entrevistada por Baron Supervielle así lo expresa.

Cuando nombraron a Romero Brest director del Museo Nacional de Bellas Artes, nos llamó a Samuel Oliver y a mí para que colaboráramos con él. En esa época, Dell' Oro Maino era ministro de Cultura. Cuando Romero Brest se fue al Instituto Di Tella, Samuel Oliver quedó como director del Museo y yo, como secretaria. Estuve quince años allí; durante once, me desempeñé como secretaria ejecutiva. Renuncié para dedicarme a *Artinf*. (1999)

Si sumamos además sus prácticas, del 64 al 70, como encargada de confeccionar los veinte *Boletines mensuales* del Museo de Bellas Artes, y la coordinación de la importante exposición alemana *50 años de Bauhaus*, del 1 de septiembre al 10 de octubre de 1970 en el propio Museo de Bellas Artes, podemos, de alguna manera, configurar la personalidad de una Silvia Ambrosini “todo terreno”: editora, redactora, correctora, crítica de arte⁴² y como comprobaremos, “diseñadora”, una alquimia singular para la época a disposición del futuro emprendimiento editorial. En una conversación con Laura Buccellato —quien fuera colaboradora de la revista a finales de los 80— y al respecto de la personalidad de Ambrosini, dirá que nunca fue una mujer prejuiciosa. Podía mezclar a un Achille Bonito Oliva, con un Restany o una Rosalind Krauss, apuntaba a un nivel más teórico, sin la contaminación ideológica. Algún artículo podía presentar algún indicio de ideología, pero era más bien artículos asépticos. No porque [Ambrosini] no tomara una posición política, Silvia tenía un concepto de la objetividad, que la cultura debía analizarse por la cultura misma.⁴³

Motor de la producción y la gestión de *Artinf*, articula un directorio de colaboradores compuesto por poetas, escritores, críticos, artistas, músicos, fotógrafos y diseñadores. Figuras con las que se emparenta a lo largo de su vida e integra en el

⁴¹ Al punto que, en el devenir de la misma, según colaboradores cercanos a Ambrosini, expone su propio capital económico en pos de la continuidad de la publicación en su etapa revista.

⁴² En 1969, fue nombrada comisaria de la 9na. Bienal de San Pablo. En 1970 su presidente, Fernando Matarazzo Sobrino, la invita a integrar las reuniones del Directorio de la Bienal.

⁴³ Conversación personal con Laura Buccellato, ex directora del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, 25 de julio de 2017.

devenir de las diversas etapas de la publicación. Guías e inspiradores devendrán en una auténtica comunidad de intercambio intelectual: Jorge Romero Brest, Samuel Oliver, Miguel Briante, Jorge Glusberg, Mario Roberto Álvarez, Marta Nanni, Elena de Bértola, Grete Stern, Juan Corradini, Nelly Perazzo, Carlos Espartaco, Ernesto e Ines Katzenstein, Ricardo García Oliveri, Mercedes Casanegra, Eduardo Grüner, Luis Wells, Carlos Gallardo, Pablo Caldarella, Pedro Roth, León Benarós, Alfredo Garay, entre otros.

Será la encargada de llevar la voz editorial de la publicación, aunque no lleve su firma implícita en la primera plana del periódico. Colaborará en cada edición con los artículos más relevantes y de variadas temáticas —a veces más de un artículo en un mismo ejemplar—, siempre con la mirada puesta en el campo del arte y la cultura. “Catálogo, una guía de documentación del Bauhaus” será su primera contribución.

Ambrosini, atravesará la gran experiencia de producir, gestionar y hacer circular el periódico durante tres años acompañada hasta el final por Derbecq y Baron Supervielle, para luego renacer en los ochenta —de manera individual y pregnante— bajo un nuevo formato muy particular de revista.

La tercera integrante de grupo tendrá a su cargo los intercambios culturales a nivel internacional, las traducciones (del francés) y sendos artículos. Escritora y periodista cultural⁴⁴, Odile Baron Supervielle (1915-2016) hereda la vocación de su tío y padrino, el poeta Jules Supervielle.

Como Derbecq, comienza su carrera periodística en la prensa escrita: el *journal* francés *Le Quotidien*. Pero es en el diario *La Nación* —cuyo jefe de redacción era su amigo Eduardo Mallea—, donde ocupa primero el cargo de directora del suplemento literario, y más tarde, el de corresponsal del diario argentino en París. Representación que será trascendental para el devenir de *Artinf* ya que, desde su columna *Hechos y Figuras*, entrevistará a muchas sobresalientes personalidades que luego, compartirá con el proyecto editorial. André Malraux (quien solo le concedió cinco minutos de entrevista), Marguerite Duras, Jacques Lacan, Susan Sontag, Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Pablo Neruda, Leopoldo Marechal, Salvador Dalí, entre otros, serán de la partida. Entrevistar, traducir y difundir entonces —a partir de septiembre de 1970—

⁴⁴ Considerada pionera del periodismo feminista, nunca se casó, no porque no lo haya deseado, sino porque en sus propias palabras, “no se dio. [...] se podía ser soltera y a la vez atractiva, interesante y coqueta” (Rocca, 2016).

será parte de sus actividades como integrante del comité de coordinación del periódico, y años después, lo hará como asesora de la publicación ya en formato revista.

Sin embargo, su colaboración en los sucesivos números de *Artinf. Arte Informa*, excedió los márgenes del ámbito literario para dirigir su pluma especialmente hacia lo “sonoro”. Una especificidad fuera de lo común para una mujer los años setenta ¿Alguna influencia de su hermana Susana Baron Supervielle, música electroacústica radicada en Brasil por más de 40 años? Quizás. Lo cierto es que Odile comienza aquel *raid* con una prédica contundente. Le adjudica a lo sonoro el mismo peso específico que a la imagen:

Así como recibimos hoy el grafismo y la imagen en una escala mucho mayor que la de antes, tampoco la música escapa a los medios de comunicaciones masivos. El mundo sonoro se ha triplicado en cuanto a intensidad y diversidad. Los compositores, estimulados por ese entorno, han enriquecido su paleta sonora, y lo que era clasificado hace poco como ruido se vuelve actualmente objeto sonoro al ser manipulado, transformado y casi reinventado por el compositor. (Baron Supervielle, 1970:4)⁴⁵

Estimulada por esas transformaciones, parte de su legado será dejar constancia impresa de la escena musical contemporánea en la páginas del primer ejemplar del periódico *Artinf*, como el “Homenaje a Anton Webern” y “su amor por el sonido puro, el sonido en sí y por la valorización del silencio” (1970: 8).⁴⁶ Pensar la música desde otros espacios la depositó, para la misma época, en la Exposición Industrial de Osaka donde quedó sorprendida de la manera en que se exhibían materiales para la construcción de avanzada fuera de los cánones de la industria, o acaso, sorprendida de cómo “los siderúrgicos japoneses renunciaron a las estadísticas triunfantes y a las fotos de fábrica para concentrar todos sus medios en la música nueva” (1970:4). Escuchar y ver la música de vanguardia de Iannis Xenakis o Karlheinz Stockhausen en pabellones con cúpulas acústicas y centenares de parlantes, o inflables como los de Ricoh y Fuji acompañado por “un uso del color impactante”, sellaron definitivamente su preferencia por este rubro. Leer nombres de empresas japonesas multinacionales involucradas en el desarrollo tecnológico de la fotografía y la electrónica, en relación a la puesta en escena del “arte de las musas” será el comienzo de la relación arte-empresa-tecnología que se podrá observar a lo largo de los dieciocho periódicos *Artinf*. ¿Fue acaso a partir de esta experiencia de Baron Supervielle que incentivó la interacción del contenido de *Artinf* junto a las empresas en relación al arte? La sección denominada “El arte y las

⁴⁵ *Artinf*, año 1, n° 3, Buenos Aires, noviembre de 1970.

⁴⁶ *Artinf*, año 1, n° 1, Buenos Aires, septiembre de 1970.

empresas” de aparición alternada ¿es el resultado de la incipiente colaboración de la época entre arte e industria en el camino de conjugar forma y función mediada por la tecnología? La nota escrita por Ignacio Pirovano sobre “El Tercer Salón Italo de 1971” en el ejemplar nro. 9 de ese mismo año, cuya significativa bajada es “La energía en las artes visuales”, o, los abundantes artículos desarrollados en el ejemplar nro. 12 de 1972 de empresas como “Química Argentina y sus ciclos culturales”, “Wobron: la tecnología al servicio del arte”, la sección exclusiva de Modulor “Hacia un perfil del arte latinoamericano”, parecen dar una respuesta afirmativa. En el avance de esta tesis veremos cómo estas vinculaciones se intensificaron bajo el formato revista.

A modo de cierre de esta semblanza sobre Odile diremos que pocas voces femeninas, por aquella época, crearon tamaña reciprocidad de saberes musicales como sus testimonios en las páginas de *Artinf*: desde el panorama de la música contemporánea en Francia a través de su reportaje a Marius Constant —primero en generar improvisaciones colectivas en su país—, a la evocación del gran maestro argentino Juan Carlos Paz —con el que fundó la Agrupación Nueva Música—, en virtud del homenaje que le hicieran en el Museo Nacional de Bellas Artes. Incluso, como su hermana compositora, Susana Baron Supervielle, se interesó por las experiencias *avant-la-lettre* de música concreta que en París realizaba Pierre Schaeffer, y su trabajo como director del Centro de Investigaciones de la O.R.T.F.⁴⁷ Finalmente, no es menor subrayar que sus reportajes de la década del 70 a este compositor, fueron de escucha frecuente en la audición “La Mujer y su Mundo” por Radio Municipal, donde se puede percibir el interés del artista y de Baron Supervielle en los medios electroacústicos y en “los problemas que conciernen al hombre de nuestra época, es decir: los de la información, de la investigación científica y artística, de la cultura y de la sociedad en expansión”.⁴⁸

Lidia “Lidy” Elena Prati (1921-2008), es la cuarta y última integrante del comité de coordinación de la etapa “periódico”, aunque es preciso señalar que de los dieciocho ejemplares publicados solo colabora hasta el sexto número correspondiente a junio de 1971. Ingresó al mundo de la pintura a partir de tomar clases con un joven Tomás Maldonado, un año menor que ella, con el que contrae matrimonio en 1944 a pesar de la oposición familiar. Año en que, como hemos reseñado, forman parte del grupo Arturo junto con Kosice, Arden Quin y Bayley. En 1946, participa de la *1ª Exposición de la*

⁴⁷ La Office de Radiodiffusion-Télévision Française brindó servicio público de radio y televisión entre 1964 y 1974.

⁴⁸ N. de la R. (1970), *Artinf*, año 1, n° 5, Buenos Aires, noviembre, p. 6.

*Asociación Arte Concreto-Invención*⁴⁹ y del Salón Peuser. Ese mismo año también expone en el Salón Kraft, y dos años después, en el Van Riel. El año 1952 la sorprenderá con un viaje a España y la disolución de su matrimonio.

Realizamos un *racconto* de su actividad como diseñadora gráfica en el capítulo “El arte como medio para visibilizar el arte” con el título “Crédito a Lidy Prati”. Allí nos hemos explayado sobre su actuación como integrante y miembro fundador de la Asociación Arte Concreto-Invención, y sus experiencias editoriales en *Arturo*, la tapa el cuaderno *Invención 2* para el grupo Concreto-Invención, el diseño de no menos de cuarenta semanarios ilustrados *Mundo Argentino* entre 1955 y 1956 (si es que la publicación no interrumpió su periodicidad semanal), y la diagramación de algunos ejemplares de *Lyra*.

Luego de su experiencia de vanguardia a mediados de los años 50, de su paso por los departamentos de diseño de las revistas mencionadas, los trabajos con Amancio Williams y una serie de exposiciones posteriores que renovaron la mirada hacia los concretos, según María Amalia García, ella se sumió en un “silencio pictórico”. Los textos que circulan sobre Prati indican que al distanciarse de la pintura, se dedicó posteriormente, al diseño de joyas y al diseño textil.⁵⁰ Si observamos los cortos y frágiles períodos que atravesó en sus ámbitos laborales, sobre todo la discontinuidad de un proyecto editorial a otro —aun constatando que sus intervenciones gráficas han sido prometedoras de un discurso visual de rasgos neoplasticistas, y que, mantuvo una coherencia gráfica también en sus “viñetas” en *Arturo* que son las que finalmente “ejecutan los lineamientos básicos de la teoría del marco recortado, porque adoptaban de modo experimental y embrionario un formato irregular” (García, 2009:94)— podríamos adjudicar su inestabilidad general a la profunda melancolía que la sumió no solo su separación del *homme à femme* de Maldonado sino que, habiendo estado en la cresta de un movimiento de vanguardia, haberse quedado escindida ante la renovación discursiva, estilística y teórica que proponía Max Bill desde la Escuela Superior de Diseño de Ulm (Hochschule für Gestaltung).

⁴⁹ Posteriormente se integraron Nélide Fedullo (artista plástica) y Matilde Werbin (música).

⁵⁰ La investigación de esta tesis no ha encontrado material alguno que pueda fundamentar dichas ocupaciones posteriores de Lidy Prati, solo intuir que este último rubro, el textil, podría ser verificable ya que su padre, Olindo Prati, fue un industrial de sólida figura del rubro textil en la provincia de Chaco, conocido como “el rey del algodón”.

La semblanza de estas cuatro integrantes fundadoras de *Artinf* —artistas, periodistas, gestoras y diseñadora gráfica—, nos permite comprender el perfil que irá construyendo y consolidando la publicación, así como la tónica de su contenido.

Para dar cuenta de las transformaciones y las diversas adaptaciones del impreso al medio editorial y cultural, hemos realizado un ordenamiento del corpus en etapas. Esta periodización deviene del análisis y el estudio de las mutaciones materiales y visuales del objeto revista.

4.2. 1970-1973, periódico de información artística

De lo que se trata es de despertar en la mente un sexto sentido, perdido por sucesivas desviaciones de todo orden; de alertar y sin duda sorprender, sugiriendo relaciones sutiles que puedan contribuir a poner en acción los juegos de lo imaginario y de lo real, del espíritu y de la inteligencia.⁵¹

Con este texto editorial, el comité de coordinación conformado por Ambrosini, Baron Supervielle, Derbecq y Prati inauguraban el periódico *Artinf. Arte Informa* en septiembre de 1970, bajo el *tagline/slogan* “una revista dedicada a las artes”, a un peso ley a la venta, una tirada mensual de diez mil ejemplares, y que se vendía en kioscos de revistas, un circuito de distribución bastante inédito para el momento (Longoni, 2010). A partir del segundo número cambia su denominación definitiva a *Periódico de Información Artística*.

Artinf contará con dieciocho ediciones en un formato inalterable de 29 × 41 cm, un total de ocho páginas impresas íntegramente en color negro sobre papel obra (a excepción de las doce páginas, como veremos, del primer ejemplar), y una periodicidad pautaada en principio “el primero de cada mes de abril a diciembre” y luego, a “los 15 de cada mes, de mayo a noviembre”. Con esta configuración material, *Artinf. Arte informa*, desde septiembre de 1970, se convertirá en referente de la actualidad artística argentina. Abordará —con esas proporciones similar a un tabloide y un “primer número especial dedicado al Bauhaus” tal cual aparece en su portada—, el discurrir del campo artístico y cultural de la escena nacional e internacional en un ciclo ininterrumpido de tres años, hasta el 15 de julio de 1973.

⁵¹ Nota editorial del n° 1, del año 1, *Artinf*(1970).

Como otras publicaciones de la época⁵² —con diferentes formas discursivas, gráficas y estrategias comunicacionales—, *Artinf* toma distancia de la escena política, durante su período de circulación, para centrarse en una prédica “intelectual”. *Nueva Visión*, a modo de ejemplo, hace referencia en su primera publicación al “clima cultural opresivo” adjudicándose al gobierno peronista, luego de su derrocamiento. No es el caso de *Artinf*. Durante el preludio de su vida, hace oídos sordos a la conflictividad política y social generada por los ininterrumpidos gobiernos de facto de Juan Carlos Onganía (1966-1970), responsable del cierre del Instituto Di Tella; Roberto M. Levingston (1970-1971), y, Alejandro A. Lanusse (1971-1973)⁵³. Durante este período, Ambrosini, Derbecq, Baron Supervielle y Prati se abocan a impulsar las voces de la cultura dando espacio a las posturas, análisis, traducciones, y circulación de textos de renombrados intelectuales como los internacionales Roland Barthes, Julia Kristeva, Mies van der Rohe, Pierre Boulard, Katherine Kuh, Max Bill, Pierre Restany y Severo Sarduy, entre otros que han colaborado. Y más cercanos, los arquitectos Marcos Winograd, Francisco Bullrich, José Rey Pastor y Jorge Romero Brest, quienes, junto con Basilio Uribe, Alberto Costa, Marta Nanni, Ricardo García Oliveri, y por supuesto, Tomás Maldonado, aportarán su pluma al número inaugural de la revista.

Se alinearán en contenido, a la voz de los propios productores del arte y de los intelectuales de la época impregnados por las vanguardias que los precedieron. Su puesta en impreso, sostendrá ciertos enunciados visuales reconocibles en las publicaciones periódicas *Arte Concreto-Invención*, *Ciclo*, el *Boletín del “CEA 2”* y *Perceptismo*, que hemos analizado bajo el título de *el proto-diseño del diseño editorial*. Sin embargo, los seis primeros números intentarán arraigarse a un paternalismo visual con el ejemplar inaugural de *nueva visión* a partir de proyectar una gráfica con cierto control que se irá perdiendo a medida avancen los años. En concreto, Prati como diseñadora (¿de los primeros seis números?) con todo su *expertise* de vanguardia y vivencias editoriales proyectará para *Artinf* una estrategia visual depurada sin

⁵² En esta misma época surgen también *El juguete rabioso* (1971-1972); *Literal* (1973-1977) dirigida por Germán García, Osvaldo Lamborghini y Luis Gusmán; *Crisis* (primera época, 1973-1976); *Cuadernos del Centro de Artes y Ciencias* (c.1973-c.1974) y *Cultura* (1974-1975). Sumados a los suplementos culturales de diarios masivos desde los años 60, como *La Opinión* o *La Prensa*.

⁵³ En esta instancia de la investigación y de los ejemplares estudiados, sólo se ha encontrado un texto que refiere a la situación del contexto socio-político argentino, la editorial del ejemplar doble n° 33/34 de mayo-junio de 1982, en clara referencia, sin nombrarla, a la guerra del Atlántico Sur por las Islas Malvinas: “Al cierre de esta edición, los acontecimientos que vive el país, son verdaderamente dolorosos. Toda guerra es dolorosa, más allá de sus causas, porque la guerra implica la muerte de seres humanos y con ellos de las esperanzas creativas que forjaron. Pero es también en momentos como éste, en que las acciones creativas debieran hacerse aún más fuertes. Por eso sale *Artinf*”, firmado Silvia Ambrosini.

ornamentos. Un periódico coherente con la Buena Forma (*Gute Form*) o Buen Diseño, aquella que se hace presente cuando se vincula técnica, ciencia, percepción y forma racional, y aleja del objeto todo tipo de rasgo expresionista. Propiedades que el diseño editorial pudo desarrollar a partir de conjugar la división del plano-base a modo de grilla dentro de una lógica de proporciones matemáticas, junto con la exploración perceptiva: equilibrio, contrastes, densidades de los blancos y los negros, morfologías intervinientes, etcétera. La tipografía tendrá un papel fundamental en el diálogo entre figura y espacio, para no incurrir —como expresa Verónica Devalle— en la clásica concepción de los tipos entendidos como simples transportes impresos del significado (de las palabras) (2007:16).

Si *nueva visión*, fundada por Maldonado en 1951, se la consideró “como el resultado decantado de aquella serie de experiencias editoriales, [...] que encausó el programa vanguardista abocado a la transformación de la realidad cotidiana en praxis específicas como arquitectura y diseño” (García, 2011), el periódico *Artinf. Arte Informa*, intentará en sus primeros años de vida convertirse en su hijo dilecto.

La puesta en página de la noticia

El primer periódico *Artinf Arte informa*, publicado en septiembre de 1970 —con registro de la propiedad en trámite—, será una edición de doce páginas en formato tabloide, que a partir del segundo número, se reducen a ocho. El Comité de Coordinación tendrá su crédito con nombre y apellido en un espacio centrado —a veces recuadrado— en la parte superior del impreso y siempre, respetará el mismo orden: Silvia de Ambrosini, primera con una interlinea de separación mayor para con las demás, luego Odile, Germaine y, finalmente Lidy. Su periodicidad presenta dos etapas: “el primero de cada mes de abril a diciembre” que involucra los primeros cuatro números, y luego hasta el número 18, “el quince de cada mes, de mayo hasta noviembre”, aunque cabe mencionar que desde el número 11 en adelante, el impreso deja de especificarla. La impresión, en sistema offset, es encomendada a los Talleres Gráficos Alemann y Cía. S.A.C.I. y F, ubicados en 25 de mayo 626, proveedor que permanecerá inamovible hasta la interrupción del impreso.

Con estas características técnico-formales, comienza a circular el primer ejemplar de *Artinf Arte informa*, número especial dedicado íntegramente a la Bauhaus

como indica la frase impresa en el ángulo superior izquierdo de su cabezal. Su producción y circulación coincide de manera temporal con la exposición *50 años Bauhaus* que se estaba llevando a cabo en el Museo Nacional de Bellas Artes⁵⁴ —del 1 de septiembre al 10 de octubre—, auspiciada por la República Federal Alemana, y que ocupó todas las salas expositivas del edificio de Recoleta.



Exposición Bauhaus (1970). Montaje, muestra y público haciendo fila para el acceso a la muestra.
Fotos ©MNBA Argentina

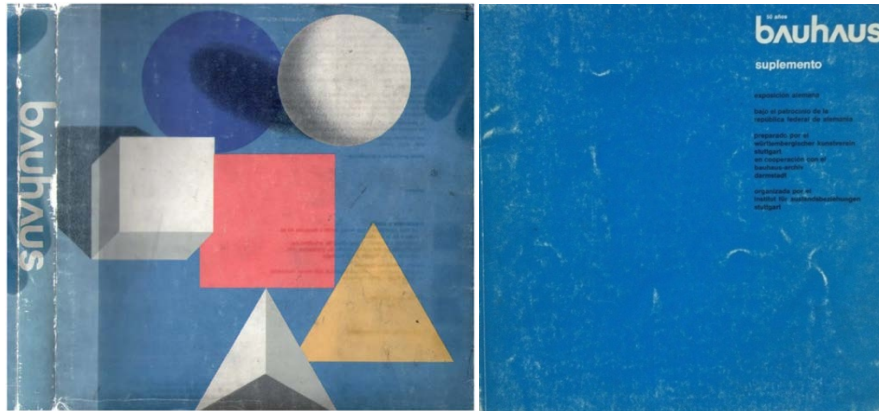
No se podría haber elegido un momento más adecuado para inaugurar una publicación periódica dedicada a las artes. Una clara estrategia comercial y publicitaria que entrecruza el contexto de aparición y circulación de un impreso asociado con un evento determinado, en este caso artístico. Es importante mencionar que ambas acciones se vieron facilitadas por contar con una misma persona encargada: Silvia Ambrosini. Recordemos que, por esa época, año del nacimiento de *Artinf*, no solo se desenvolvía en la coordinación y programación del MNBA, era también asesora de la secretaria de Cultura de la Nación, Diana Levillier.

La fórmula actividad (externa) = noticia (impresa) será parte de la metodología de gestión de Ambrosini en *Artinf*. Otra característica distintiva del modo de producción del impreso será, tanto en su etapa periódico como de revista, el “autoreferenciarse”. *Artinf* utiliza como método sistemático la republicación de sus propios contenidos. Una acción que revela más de una intención, por un lado, transmitir a sus lectores la capacidad anticipatoria de sus artículos, y por otro, la vigencia de los mismos. Llegó en algunos casos a reproducir la diagramación original de dicha nota.

Poniendo en práctica este modo de producción, las 365 páginas del importante catálogo de la exposición de la Bauhaus —editado por Cantz'sche Druckerei, en Alemania— y el catálogo especial (suplemento) que se entregaba aparte en el MNBA,

⁵⁴ Muestra que había sido expuesta en Stutgard, Amsterdam, Londres, Pasadena, Chicago y Toronto.

serán la información textual y visual (textos, fotografías e ilustraciones) que proveerá de contenido al primer número inaugural de *Artinf*.



Izq.: Tapa del Catalogo BAUHAUS editado por la casa alemana.
Der.: Tapa del catalogo (suplemento)



Doble página central del *Artinf Arte informa* del número 1 de septiembre de 1970

Sumado a la gestión y circulación del contenido, el intercambio con los diferentes actores nacionales e internacionales será trascendental para la vigencia de la información del impreso. Ejemplo de esto fue la estrategia de Victoria Ocampo, como editora de *Sur*, que, —en ocasión de visitar dicha exposición conmemorativa en el MNBA homenaje a la Bauhaus y a Walter Gropius, fallecido el año anterior—, escribe y publica en el diario *La Nación*, el texto “A propósito de la Bauhaus”, redactado en octubre de ese mismo año —y antes que finalizara la exposición—, para rememorar su último encuentro con Gropius en Buenos Aires, en 1968, y sus colaboraciones en los primeros números de la revista *Sur*. Sutilmente exhibía una “rememoración” publicitaria para el impreso y la escritora.

El comité de redacción de *Artinf*, subirá la apuesta. Convoca a participar del impreso a un protagonista directo y vital de aquella etapa: Tomás Maldonado, exdirector de la Hochschule für Gestaltung (HfG) de Ulm, exmarido de la diagramadora del periódico. De esta manera, con la exposición como soporte, Maldonado vuelca en el primer ejemplar de periódico bajo el título “Y todavía el Bauhaus” una reconsideración de los aspectos históricos que la convirtieron en un fenómeno cultural, y una crítica a su complejidad discursiva. Ambrosini, por su parte, en “Catalogo, una guía de documentación del Bauhaus” reproducirá parte de la información del catálogo impreso en Alemania con textos e imágenes de los mas representativos actores y trabajos de la Escuela. Su texto, que introduce la nota, se inicia con una reivindicación a los ingleses Williams Morris y John Ruskin anteriores a la escuela alemana por ser ellos quienes “insistieron por la vuelta al artesanado, la enseñanza en talleres, la renovación de métodos educacionales que orientaran a Inglaterra en el buen diseño”. Buen diseño que Prati intentará dejar plasmado —como ya dijimos— en la diagramación.

Las doce páginas de esta primera edición, aun bajo una misma temática, afirmará su especificidad de *periódico de información artística*, y remarcará desde su editorial que

se propone aportar respuestas a los interrogantes de los que se interesarían por las artes, pero que aun piensan que es un campo reservado para privilegiados. Profundo error” —para agregar— Este primer número dedicado a la Bauhaus, escuela de diseño moderno fundada en Alemania en 1919, que relaciona lo estético, industrial y comercial, iniciando la producción de “lo bello”, en serie, constituye un magnifico punto de partida para los fines que nos proponemos, ya que consideramos esta concepción aun vigente. (1970:1)

El periódico mas textual que visual, se completa con los artículos: “Gropius en París en 1930” entrevistado por Teriade; “La originalidad del Bauhaus” por Basilio Uribe; “Mies van der Rohe. Impresiones de un viajero por Alemania de 1914” y ‘El Bauhaus y el estilo internacional” por Alberto Costa; “Expansión industrial alemana y el Bauhaus” por Marta Nanni; “Albers” entrevistado por Katharine Kuh; “Kandinsky precursor del arte abstracto: notas de 1929”; “Paul Klee” visto por Will Grohmann; “Encuesta sobre el Bauhaus: su repercusión, entre los argentinos”; “Fenómeno 1970” por Ana Kamien y Leone Sonnino; la sección Cine y teatro a cargo de Ricardo García Oliveri, Misceláneas con noticias culturales internacionales, la sección Exposiciones; y el primer artículo para el periódico de Odile Baron Supervielle “Homenaje a Anton Webern”.

El segundo número publicado en octubre, no podrá desligarse del todo de la conexión *bauhausiana*, ciertamente por la vigencia de la muestra, extendida hasta el 15 de ese mes, y sus repercusiones. Se mantiene incluso la “Encuesta sobre el Bauhaus: su repercusión, entre los argentinos” del número anterior, y se agrega, como nota principal, un texto en primera persona del fundador y primer director de la Escuela de Ulm: “Max Bill nos envía su colaboración desde Zúrich”. Fiel a su perfil pedagógico, en este artículo, con cierta desazón por los métodos y posibilidades frustradas de la Bauhaus, insiste que en la actualidad la posibilidad de no caer “en el engranaje comercio-diseño, [depende de] una formación consciente de su responsabilidad”. El Sumario continúa con el artículo iniciado en el nro. 1: “El desarrollo industrial alemán y el Bauhaus” por parte de Marta Nanni, y, cierra la temática de la famosa escuela en esta edición con: “El Bauhaus y su tiempo” a cargo de Ambrosini. Este número se organiza luego con notas e información que agrupan temáticas como: “El mes del Grabado”, la “2da Bienal Internacional del Grabado” y, “El museo del grabado” por Oscar Carlos Pécora; la página 4 esta dedicada al Aniversario de Alberto Greco, reproduce su “Manifiesto del Arte Vivo” del 24 de julio de 1962, un texto extenso de Luis Felipe Noé “La obra de Alberto Greco” y se advierte con el título “Arte Nuevo en el Museo Sivori” la primera colaboración de Germaine Derbecq que reproduce uno de sus artículos publicados en el diario *Le Quotidien*, en octubre 1960, sobre el Arte Bruto y la obra de Greco y Kemble; “Mi participación en Venecia” por Luis Fernando Bénédict y “Estados Unidos en la Bienal, un nuevo aspecto del Carnaval de Venecia; Ricardo García Oliveri actualiza la sección Cine y Teatro, y Lidy Prati, la de Exposiciones.

Con el anuncio del fallecimiento de Alberto Prebisch y el interrogante ¿Qué es la cultura? a cargo de Jean d’Ormesson, ambos en su portada, se iniciará el número 3 del mes de noviembre de 1970 de *Artinf, periódico de Información Artística*. Será una edición con información, novedades y eventos exclusivamente del ámbito internacional.

Silvia se explaya sobre los “Argentinos en el Museo de Arte Moderno de Nueva York”, y junto a Ángela Goetz escriben “Algo de los Museos de Nueva York en 1970”, por su lado, Carlos Espartaco hace un “Informe de una información” sobre el Grupo Frontera; Odile Baron Supervielle narra su experiencia con la música en la Exposición Industrial de Osaka, comentarios que realizamos sobre la relación arte empresa; David Lamelas colabora con un texto sobre su actividad en Europa; Max Bill escribe sobre el concepto de Múltiple; Lidy, en esta ocasión tendrá la responsabilidad de describir —a

página entera con abundantes imágenes—, la obra de Pablo Curatella Manes expuesta en el MNBA y la sección Exposiciones; por su parte, Germaine, esposa de Curatella Manes, hará lo mismo con la muestra de Sibellino, en Rubbers.

El año 1970 finaliza con el cuarto número en el mes de diciembre, con una “entrevista a Pier Paolo Pasolini” realizada por Juan Carlos De Brasi y una extensa Entrevista de Silvia Ambrosini a Luis Prieto “Proposiciones para una semiología de la comunicación” que comienza en la primera plana y terminará en la página 7; Bajo el titular “Tercer Festival de las artes de Tandil 1970” Basilio Uribe y Bengt Oldenburg escribirán sobre Arte y Tecnología I y II respectivamente; Jasia Reichardt sobre el Pop Art; Prati ocupa toda la página 6 con la nota sobre “Quiénes son nuestros becados” y la sección Exposiciones; y Baron Supervielle, y su crítica sobre el concepto de “festival” implementado en el Primer Festival Internacional de la Música Contemporánea.

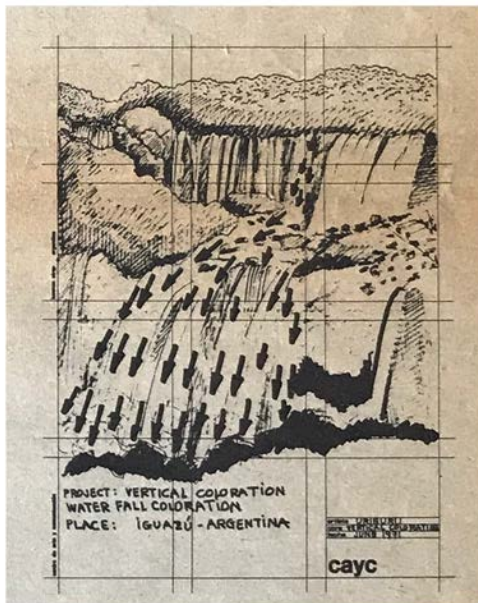
La quinta edición del periódico sale con un error de fecha en la portada de su edición. Aparece como “noviembre de 1970, año 1, número 5”, pero teniendo en cuenta que el número siguiente, corresponde según impresión a “junio de 1971, año 2, número 6”, y la periodicidad es de mayo a noviembre, este ejemplar debería corresponder a “mayo de 1971, año 2, número 5”. Esta correlación se puede verificar en ambas primeras planas ya que tanto esta edición como la del número 6 estarán dedicados íntegramente a la Ciudad. Este ejemplar, el quinto, lleva como gran titular “La gran ciudad y sus interrogantes” y anuncia que el próximo titular será “La ciudad del año 2000”, que coincide con la importante nota principal de portada “Ciudades del año 2000 – Preludios” donde Derbecq se explaya sobre la arquitectura de Le Corbusier y firma con sus iniciales.

Forman parte de ambos contenidos: ‘La ciudad una creación’ por José Luis Romero; nueve textos de Le Corbusier, “Brasilia” de Costa y Niemeyer; “Semiología del urbanismo” de Roland Barthes; “No hay un urbanismo en Buenos Aires S.O.S a las autoridades responsables” por Alberto Acosta; Con el título a doble página “Arquitectura de mañana” imágenes alusivas y de proyectos, estarán acompañadas por textos de Michel Ragon sobre ‘La arquitectura móvil’; “Ciudades espaciales” de Yonn Friedman, “Cibernética de Nicolas Schoffer” y, “Arquitectura y Urbanismo Hidroespacial de Gyula Kosice”, entre otros.

Las únicas notas que se distancian de la temática urbanística en el quinto número serán la de “Igor Stravinsky” de Baron Supervielle, y una entrevista a Calder realizada

por Katharine Kuh. Mientras que, en el sexto número, el interés de Odile por las experiencias *avant-la-lettre* de música concreta realizabas por Pierre Schaeffer en París, y su trabajo como director del Centro de Investigaciones de la O.R.T.F., la llevarán a entrevistarlo luego de una conferencia sobre psico-acústica, en su paso por Buenos Aires. Las secciones fijas de Teatro y Cine siempre a cargo de García Oliveri.

Siete meses debieron transcurrir para que el “arte” ocupara íntegramente el periódico y se anunciara con una tipografía importante y en mayúsculas en el encabezado del número 7 de julio de 1971: “ARTE CONCEPTUAL Y DE SISTEMAS”. Sin embargo, como con la muestra de la Bauhaus en el MNBA en dupla con el primer ejemplar de *Artinf*, la fórmula de Ambrosini [actividad (externa) = noticia (impresa)] se pondrá a las órdenes del periódico.



Reproducción del contenido de un folleto del CAyC sobre "Arte de sistemas", *Artinf* nro.7, p. 6, julio de 1971.

Julio es el mes de circulación de un nuevo *Artinf*, pero también, el mes que el Centro de Arte y Comunicación (CAyC) dirigido por Jorge Glusberg, y el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, bajo la dirección de Guillermo Whitelow, en forma conjunta, inauguran la exposición “ARTE DE SISTEMAS”. Este evento, nuevamente, genera un importante contenido al periódico. Por vez primera, un texto, aunque breve de Jorge Romero Brest sobre “Julio Payró” aparece en primera plana, en el espacio destinado al Sumario (esta vez ausente). Al mismo tiempo, esa portada se presenta

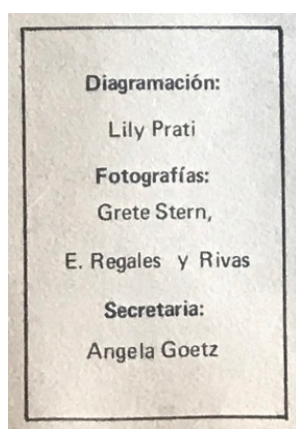
ópticamente dividida en dos grandes columnas —por aquel eje axial de simetría invisible postulado por Max Bill y comprobado en la revista *nueva visión*—, columnas que introducen los conceptos de “Arte Conceptual”, a partir de un texto firmado por Saul Yurkievich; y, el escrito de Jorge Glusberg —organizador y creador del proyecto general— donde intenta dar cuenta, bajo el título “Organización y Proyecto de arte de Sistema”, del conjunto de experiencias interdisciplinarias que engloba el arte de sistemas en la búsqueda de “un marco de pensamiento que una, de manera coherente en las acciones, ideas y proposiciones de los artistas seleccionados” (1970:1).

Artinf desplegó la abundante información relevada de manera presencial del evento y, la suministrada por el material producido por Jorge Glusberg, desde la página 4 con el título “Arte de sistemas – Museo de Arte Moderno”, hasta la 7. Informó sobre artistas internacionales como Vito Acconci, Christian Boltanski, Allan Kaprow, Joseph Kosuth, Richard Serra, Christo; y nacionales, entre otros, Mirtha Dermisache, Víctor Grippo, David Lamelas y Marie Orensanz. Otras colaboraciones: “Ausencia-Presencia”, un texto de Daniel Buren de marzo de ese año; el artículo “Del Precepto al Concepto” de la dupla Carlos Espartaco y Mercedes Estévez; “Los argentinos en el arte de sistemas” de Derbecq (al final del texto plantea un cuestionario de tono irónico para el lector que puede enviar su respuesta al diario para ser publicada); “Los lenguajes del silencio” de Baron Supervielle; “Dentro y fuera del Museo” [Nacional de Bellas Artes de Santiago de Chile] por Lea Lublin; y la sección de Exposiciones y Cine.

Sin embargo, lo más importante para remarcar en esta edición es el alejamiento de Lidy Prati de proyecto, postura que se corrobora con la ausencia de su nombre en el recuadro del Comité de Coordinación donde solo se visualizan tres: Silvia, Odile y Germaine.

Al comienzo de este capítulo nos hicimos la pregunta si Prati habría sido la diseñadora de los primeros seis números. Verificamos que, por su firma al pie, tuvo participación en la redacción de notas diversas en relación al arte como ¿Quiénes son nuestros becados? (*Artinf*, nro.4, p. 6); y en la sección Exposiciones donde realizaba reseñas como la de Aldo Paparella (*Artinf*, nro.2, p. 7). No obstante, ¿cómo identificar su participación en el plano visual? La búsqueda en todas las ediciones del periódico, de posibles “créditos editoriales o staff” con el fin de confirmar su participación en el diseño de *Artinf*, nos permitió confirmar que, solamente en el primer periódico, la diagramación aparece a su cargo, junto a Grete Stern o E. Regales y Rivas como responsables de las fotografías, y Ángela Goetz, secretaria (p. 11). Los futuros créditos atravesarán sucesivas actualizaciones. El segundo ejemplar no presenta crédito alguno. Jorge D’Andrea, se mantendrá inamovible en su puesto de diagramador desde el número 3 al 18. Del nro. 3 al nro. 4, el rol de las fotografías desaparece, Goetz se mantiene en su cargo de secretaria y, José María Branca se agrega como corrector. A los nros. 5 y 6 se suma como colaborador Alberto Costa; Goetz será reemplazada por Olga W. De Dreyzin —que ingresa con el doble rol de correctora y secretaria— y compartirá la tarea con D’Andrea hasta el nro. 10 inclusive.

Revisemos las funciones de un diseñador para finales de los ochenta. Por aquella época, el diseño gráfico no se lo consideraba todavía una disciplina, de ahí que a la persona que realizaba el trabajo de diseño se lo situaba bajo el rubro “Diagramación”, un concepto más relacionado al oficio de las artes gráficas que a la actividad proyectual. Por otro lado, son épocas de “armadores de página”, es decir, luego de bocetar cada página (diagramar/diseñar) se preparaban los originales (armador) a través de algún sistema de composición⁵⁵ para luego mandar a imprenta. Ahora bien, una misma persona podía no cumplir ambas funciones, la de diseñar y armar el original, necesarias ambas para la concreción de una pieza. Con el crédito de Prati por debajo de “Diagramación” verificamos que ella diseñaba el impreso, pero, un error ortográfico nos permite intuir que no cumplía el rol de armadora. El recuadro del único crédito correspondiente a su función lleva impreso “Lily” en lugar de “Lidy”. Esto no puede ser producto del error de la propia diseñadora lo que sugiere que otra persona, no Prati, se encargaba de armar los originales —posiblemente Jorge D’Andrea— ya que de haber sido ella la armadora de los originales, no hubiese cometido un error de ese tipo en su propio nombre. Por otro lado, el suyo, en el Comité de Coordinación en la primera plana, se encuentra escrito correctamente. ¿Habría ocasionado este “pequeño gran error” la incorporación de correctores al periódico?



Lo que se traduce en estas líneas es que Lidy llevó adelante la identidad del proyecto editorial de *Artinf*, hasta su sexta edición. Y lo hará no sin ciertas concesiones, ya que, como observaremos, el primer ejemplar será el que mejor se ordene a su formación estética.

Créditos del periódico *Artinf* nro. 1 (1970), donde se puede visualizar el error ortográfico en el nombre de Prati

El proceso de producción del periódico *Artinf*, finalizaba en los Talleres Gráficos Alemann quienes armaban los originales en fotocomposición y luego

⁵⁵ “Acción y efecto de ordenar adecuadamente, signos y espacios de manera que formen líneas a una medida determinada. También se aplica este nombre al conjunto de líneas que integran las galeras o las páginas”, definición básica de “composición” que describe el escritor y editor mexicano Roberto Zavala Ruiz en su libro *El libro y sus orillas* (1997) Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 71-72.

imprimían en offset. La fotocomposición es una técnica que desde los años cuarenta, se utilizó para diagramar textos en columnas en papel fotográfico, mediados por una “fotocomponedora” y a través de un proceso de relevado fotográfico. Tradicionalmente, las Artes Gráficas habían estado divididas en fotocomposición (texto) y fotomecánica (imágenes),

dos mundos que se habían ignorado mutuamente hasta que la autoedición les demostró la posibilidad de maquetar una página en pantalla con todos los elementos y de forma interactiva, borrando así una frontera que había permanecido inexplorable durante decenios (Pérez Cuadrado, 1996:52-53).

Así como *nueva visión* resultó la revista heredera de las publicaciones de vanguardia de mediados de los cuarenta con un profundo arraigo en las premisas del arte concreto, y que expresó el rechazo —como señala María Amalia García— contra todo rastro ilusionista en la composición plástica y el deseo de intervención sobre la realidad cotidiana del hombre moderno (2002:172), *Artinf*, toma de nueva visión cierta preocupación hacia las corrientes modernas arquitectónicas, la urbanización y las ciudades del nuevo milenio (en referencia al año dos mil), pero, por sobre todo, la puesta en página de la interpretación de los conceptos de Max Bill que hizo Maldonado: utilización de una composición ordenada, clara y funcional, la unificación tipográfica, el uso del minuscúlismo gráfico, el espaciado entre letras, balance de blancos y negros en la puesta en página, el diseño de los avisos publicitarios para alcanzar la unidad morfológica general de la pieza, aplicación de fotografías. Desde el punto de vista del contenido, *Artinf* también contará en sus filas a algunos colaboradores de *nv*: Le Corbusier, Juan Carlos Paz, Romero Brest, Ignacio Pirovano, Max Bill, Mies van der Rohe y Tomas Maldonado, entre otros. A grandes rasgos el primer número será el que cumpla con los requisitos descriptos a modo de conjugar forma y función.



Izq.: Primera plana del periódico Artinfo nro. 1 (1970), diseñado por Lidy Prati
 Der.: Tapa de la revista nueva visión nro.1 (1951), diseñada por Alfredo Hlito y Carlos Méndez Mosquera

El discurso visual de las ediciones hasta el ejemplar número 10, presentan composiciones similares en sus primeras planas, con alteraciones en algunos usos tipográficos que generan una sintaxis visual no tan uniforme. Desde su primera plana sostienen una puesta en página coherente a partir de una grilla base a veces a seis columnas y otras a cuatro. Textos justificados, ortogonalidad que de vez en cuando se quiebra al intercalar en la puesta en página, algún bloque de texto a tres columnas. Por lo general, agrupa artículos o notas que encabeza con un título general en cuerpo 36 o mayor, y en 26 para los escasos subtítulos. Mientras las bajadas o volantas aparecen de manera esporádica, la gran mayoría de los textos generales están compuestos en cuerpo 9 y, el pie de firmas en 10. Aunque en un primer momento prevalece la tipografía palo seco —que resulta en una composición homogénea de apariencia limpia, funcional y aséptica—, con el avance de las ediciones, la puesta en página se convertirá en una mixtura de fuentes tipográficas *con* y *sin serif*. A partir del nro. 7 se elimina definitivamente el Sumario de la primera plana; desde el nro. 8 se aplican en ella, imágenes, sumadas a las históricas del zócalo de la marca (habitualmente tres en cada edición), y en el nro. 9 éstas tres del zócalo también serán eliminadas. Aunque predominantemente textual, el contenido interior se completará con otras fotografías, dibujos, viñetas alusivas, textos misceláneos y anuncios publicitarios.

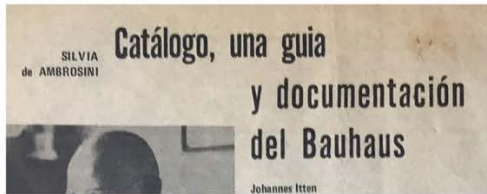


A partir del número 7, se elimina el Sumario para dar lugar a un texto o una imagen



a. Periódico Artinf nro.1
COMPARATIVO DE USOS TIPOGRAFICOS

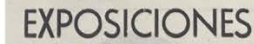
TITULOS



b. Periódico Artinf nro.2



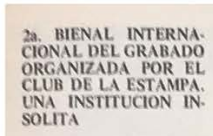
SECCIONES



BAJADAS Y TEXTO GENERAL



Frases semejantes no suenan justamente a racionalismo, y al juzgar a Gropius por su arquitectura parecerían, y así lo escribió Tomás Maldonado al creador del Bauhaus, un cuerpo extraño dentro de la teoría racionalista que defendió la escuela. Gropius, en su respuesta, dejó de lado cualquier duda sobre su paternidad: "Yo escribí el manifiesto y soy su único responsable. Para entenderlo habría que haber vivido en el clima propio de aquellos días: una mezcla de honda depresión surgida de la derrota militar y la desorganización de la vida intelectual y económica, con la ardiente esperanza de crear algo nuevo sobre las ruinas sin el opresivo patronazgo del Estado que se había recibido hasta la guerra.



plus habitantes, toda una civilización a través de 3.500 dibujos y poemas. Esta civilización, llega el momento que desaparece y es entonces que Coll crea para ellos las urnas funerarias, que son las actuales cajas realizadas dentro de una composición geométrica y como pigmento usa la luz en lugar de pintura. Logra colores volumétricos algunos, otros de forma esfumada. Su obra no necesita ser expuesta en la penumbra. Tiene una gran soltura de temas y de resultados. Coll tiene ya tres exposiciones efectuadas, y pienso que esta última realizada en "arte nuevo" posee una gran libertad cromática y una austeridad tanto técnica como plástica, guardando todo el magnetismo de la atracción por la luz.

Un notorio giro estético se evidencia a partir del periódico nro. 11 de mayo de 1972. Claramente se visualiza la génesis de un cambio conceptual de "primera plana periódica" a futura portada a partir de la reconfiguración de su lógica visual y textual. ¿Qué entendemos por primera plana y qué por portada?

El filólogo español, Rafael Osuna, resume en su texto *Los discursos hemerográficos*, algunas breves y concisas diferencias entre una y otra.

la "primera plana" de un periódico es aquella donde se imprimen las noticias mas sobresalientes y, la tipografía de los titulares y el uso del espacio cumplen una función primordial, estando además cargada de valoraciones ideológicas. (1998: 54)

Agregamos que, por lo general, utiliza en sus titulares un cuerpo tipográfico mayor y puede o no contener imágenes. Por otro lado, define “portada” como uno de los espacios más nobles de la revista, a pesar de no ser “redaccional”, donde a través de los usos tipográficos como instrumento de comunicación se vehiculiza en ella su *discurso identificador* que comprende todos sus signos de identificación posible: título, subtítulo, fecha, numeración de la unidad, precio, ciudad en que se emite, domicilio social, normas de publicación, pie de imprenta, colofón, lema de la viñeta de editor, índices y/o sumarios, a los que podrían agregarse hoy el depósito legal y el número de registro. Estos signos no son autónomos sino comunicativos (1998:36). Si la revista es ilustrada se la liga al discurso artístico correspondiente, y, si en cambio es de tinte literaria, se incluye un sumario con los nombres de sus redactores y/o colaboradores. De vez en cuando se adelantan también, los títulos del próximo ejemplar. La portada de la revista cumple la misma función histórica que la portada de un libro, protege su contenido interior y es la puerta hacia el afuera que utiliza para su propia publicidad.

Tomando la clasificación del especialista de revistas española, observamos que *Artinf* cumple con los requisitos de un discurso de “primera plana” y que, por ser un periódico de información artística, se estructura visualmente a partir de un zócalo de marca con ciertos rasgos modernizantes, su *discurso identificador* se presenta poco más o menos con todos los elementos que lo conforman, además del Sumario, la Editorial y/o los artículos más destacados de esa edición que ocupan —por lo general— alrededor de $\frac{3}{4}$ de página.

El periódico nro. 11 será el que añada a la ausencia del Sumario textual, el zócalo completo con sus imágenes a modo de Sumario visual, para dar lugar a otras con mayor visibilidad, y una identidad de marca en versión positiva (en lugar de calada en blanco sobre fondo negro), convirtiéndose de esta manera, en puente de transición de primera plana a portada.



Primera plana del periódico *Artinf* nro. 14, mayo de 1972

En las ediciones 12 y 13 —de junio a agosto de 1972—, finalmente se elimina de la primera página, lo que Osuna denomina “lo redaccional”, y adquieren ambas ediciones condición de portada con igual estructura compositiva. Destina el espacio central ocupado antes por la palabra escrita al sector de la imagen (las partituras de Paz y fotografías de objetos); dispone el título principal en la base de periódico en gran cuerpo; el número de la edición se independiza de “arte informa” y adquiere presencia; todo esto sostenido dentro de una estructura a modo de división del plano general de la portada.

Nada queda del discurso visual de las primeras planas de *Artinf*, solo acaso parte de su discurso identificador obligatorio como toda publicación impresa. Aunque su fuente tipográfica base no haya presentado cambios, el logotipo inicia un periplo de tránsito hacia el lado opuesto de su ubicación primigenia, y sendas mutaciones que lo harán tener mayor presencia en el impreso aun a costa de quebrar su signo identitario.

Ambas ediciones tendrán varias páginas —como lo hemos mencionado oportunamente—, dedicadas a la relación arte-empresa. El ejemplar nro. 12 comienza desde su portada con una entrevista de Baron Supervielle al maestro Juan Carlos Paz —quien fallece en agosto de ese año—, y continúa al interior del impreso. El arte conceptual sigue siendo tema en el Museo Nacional de Bellas Artes, y la presencia de actividades en relación a Química Argentina, Wobron, Modulor, Di Tella e Hidronor,

refuerza el intercambio y la gestión propiciada por Ambrosini para el sostenimiento económico-comercial del periódico.

El ejemplar nro. 13 dedicará su doble página central a las empresas —que ayudan a los jóvenes artistas locales—, en esta ocasión, a la Fundación Lorenzutti acompañado de su presidente y otro de su director general, Osvaldo Svanascini; luego vendrán Miro por Tristán Tzara; doble página dedicada al decimo aniversario del fallecimiento de Gastón Bachelard y, por último, las Exposiciones reseñadas por Germaine. Con respecto a esta portada que presenta una alegoría, Ambrosini contará en una entrevista al diario *La Nación*:

surgió de una idea de Germaine de contraponer una escultura, una estatuilla del siglo V, y un Pato Donald inflable producto de la industria cultural del siglo XX, como si fueran equivalentes. Me interesó mucho pensar en eso en términos de la historia del POP también, de las apropiaciones propias del arte POP en esos años (1999).



Primeras portadas del periódico *Artinf* nro. 12, junio-julio, y nro. 13, julio-agosto, ambas de 1972

Oportuno para esta tesis es el planteo de Verónica Devalle de 2008, acerca de la falta de clasificación del factor tiempo actuando en el interior de la disciplina del Diseño. Del análisis de las ediciones del periódico, se puede ubicar al interior del objeto impreso, a partir del ejemplar nro. 14, una otra etapa espaciotemporal de su producción, que comienza el 15 de octubre de 1972, y finaliza el 15 de septiembre de 1973 con el ejemplar nro. 18. Espaciotemporal signado por transformaciones de su identidad

morfológica (logotipo) y del discurso visual en sus portadas, que evidencian —como categorías narrativas— un proceso de cambio sincrónico del objeto hacia su extinción definitiva.



Portadas del periódico *Artinf* nro. 14, 15, 16 de agosto a diciembre de 1972, y el 17, de junio-julio de 1973



Sabemos que *Artinf* es una apócope de Arte informa, que se constituyó en 1970 como su nombre-marca (hoy, denominado por las nuevas estrategias corporativas como *naming o branding*), y cuya morfología —en esta etapa de prensa periódica—, fue concebida a partir del minusculismo gráfico⁵⁶, en sintonía con las experimentaciones *posbauhausiano* de la tipografía como principal medio publicitario, y el *know how* editorial de Lidy Prati.

Las transformaciones morfológicas del nombre-logotipo de *Artinf*, se producirán de manera conjunta con las de la puesta en página de las portadas 14 a 18. Estas, rompen el esquema estructural de la renovada grilla base que las portadas 12 y 13 habían hecho circular, para supeditar, sin razón aparente, el logotipo *Artinf* a la diagramación de la portada, llegando a utilizar, en

⁵⁶ Un detalle importante en vista de la identidad de *Artinf*, y a modo de corroborar esa sintonía con la Escuela, ya en la contratapa del catálogo de la muestra 50 años Bauhaus producida en Buenos Aires en el MNBA, en el borde inferior a pie derecho se inscribe la siguiente frase: “la escritura en letra minúscula es esencial parte integrante de la tipografía de la bauhaus, y por ello se ha utilizado en el presente catálogo.”

algunos casos, un cierto “tipo” gestual y otras composiciones desequilibrantes. Cambios formales que, a simple vista, parecen responder más a un juego lúdico que a una diagramación reflexiva del impreso. En esta etapa, el periódico también pierde su *tagline* “Arte informa” y la bajada que lo define como “periódico de información artística”, que reaparecerá, por última vez, en el nro. 16. *Pregnancia* y *credibilidad* son categorías que una identidad morfológica debería transmitir a un objeto determinado, no solo para trascender en el tiempo, sino como señala Chartier, porque los dispositivos formales (textuales o materiales) inscriben en sus estructuras mismas los deseos y las posibilidades del público al que apuntan (1995: 60). Si a esta afirmación le sumamos la reflexión de Jean-Marie Schaeffer sobre lo intrínseco de las representaciones “nunca se tratan solo del mundo sino también de un ‘mi mismo’” (2012:87), establecería una suerte de diálogo inconsciente entre el productor de la identidad y el receptor de la misma. ¿Cuál fue la motivación de estos cambios?, ¿acaso una búsqueda experimental de su puesta en página?, ¿la tentación de emular una obra artística?, o simplemente el preludio de la desintegración del objeto a partir de la pérdida de la noción de saber proyectual (Maldonado, 1993), uno de los principios esgrimido a la hora de validar las piezas del Diseño (Corti, 2012:8).

El ejemplar 14 (agosto-septiembre de 1972) será una excepción dentro de este recorte de ediciones, disociado en contenido y diagramación de todos los periódicos de *Artinf*, tanto de los precedentes como de los posteriores, al ser concebido a partir de un contenido mayoritariamente visual. Mientas que su doble página central esta destinada a las publicidades de la Compañía Ítalo Argentina de Electricidad, del Banco Ciudad y del *Supervielle*, *Renault* y tres galerías de arte (*Bonino*, *Van Riel* y *Art-Gallery*), su volumen textual se redujo a escasamente un párrafo con el título “Iconografía de 40.000 años de desnudo para leer” —que comparte *Ambrosini* con *Derbecq*— centrado en un cuarto de página. En estas seis páginas restantes se despliega una puesta en página con sesenta y siete imágenes para narrar con ellas la representación del desnudo a lo largo de la historia del arte, a modo de atlas iconográfico al mejor estilo *warburgiano*.



Interior del periódico *Artinf* nro.14, páginas 2 y 3

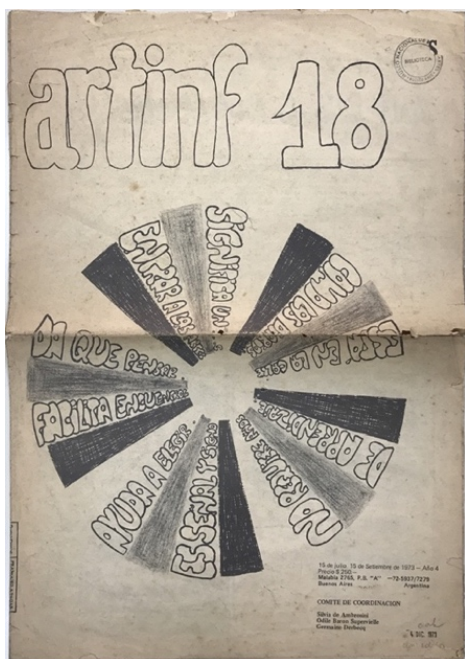
El ejemplar 15 (octubre-noviembre de 1972) en cambio, está dedicado plenamente a los artistas y las actividades del arte, comenzando con las “Analogías I y II” de Víctor Grippo (material del CAyC 1971-1972); una visita a Luis Bénédict; Mirtha Dermisache y la invención de una escritura; las obras de Miguel Ocampo, Clorindo Testa, Manuel Álvarez y María Martorell son revisitadas por Ambrosini, Samuel Oliver y Derbecq, respectivamente; una doble página con dos grandes títulos dedicados al Festival de Artes del Japón, fundado en 1965: “Arte japonés de vanguardia” artículo del crítico de arte Ichiro Hariu y “Arte conceptual” donde se explica la antinomia forma-contenido en el arte abstracto y conceptual, completa esta doble página el subtítulo “Reflexiones alrededor del arte japonés” de Derbecq, donde brinda sus consideraciones sobre dicha muestra. Finalmente, el artículo de Baron Supervielle “La música electroacústica en su entorno” como crítica a la falta de espacios propicios o salas de concierto para llevar a cabo este tipo de expresiones sonoras, y en contratapa un escueto listado informativo de las muestras vigentes en la sección Exposiciones.

Sin correrse ni un ápice del campo de las artes, el ejemplar 16 (noviembre-diciembre de 1972) contará con un texto de Fermín Fèvre “Del objeto al concepto”; un diálogo entre Derbecq y la Dra. Elena de Bertola “La imagen no es la forma”; y otras notas de menor extensión como “Artistas conceptuales” o “Entrevistas a Juan Carlos Paz”. El ejemplar 17 (junio-julio de 1973) está dedicado desde su portada en adelante, íntegramente a Pablo Picasso, a causa de su fallecimiento en abril de ese mismo año.

Última portada

Año 4, nro. 18, noviembre de 1973. En las vísperas de fin de año, las últimas ocho páginas del periódico se imprimirán y circularán por última vez. Ambrosini, Baron Supervielle y Derbecq, dejarán, cada una a su manera, su impronta y despedida.

Odile, lo hará primero, con motivo del aniversario del fallecimiento del músico Juan Carlos Paz, a quien dedicó y dedicará en la futura reconfiguración material de *Artinf* gran parte de su atención. Pero en este caso, no lo hará desde lo musical sino desde lo literario. Con el texto “In memoriam. Juan Carlos Paz en Argentina” Odile se despide de *Artinf* y rememora a su amigo patafísico con un fragmento del libro “Alturas, Tensiones, Ataques, Intensidades (Memorias II), segundo tomo de Paz, acerca de las opiniones en las solapas de los libros, pronto a publicarse por Ediciones de la Flor.



Ambrosini y Derbecq, lo harán por su parte, generando un texto *ad hoc* a partir de una iniciativa externa que culmina (o empieza) con la imagen reproducida en su última tapa. Si las “tapas” desde aquella composición visual del número 12 — cuando la primera hoja de *Artinf* comienza a perder su condición de primera plana para adquirir otra identidad diferente a la de la prensa periódica— esta nueva portada, de caligrafía gestual e inexperta, simulará un *mandala* de niño de versos dobles.

Año 4. nro. 18, noviembre de 1973

A partir de la lectura de las notas interiores “Cuento de un encuentro de acciones desencadenantes de otras acciones” de Silvia, y, “Continuación del cuento por Germaine Derbecq”, parafraseándose a sí misma, se comprende que esa imagen de tapa —atemporal para con las anteriores—, es el resultado de veinte encuentros a lo largo de cinco meses a los que asistió Ambrosini y que coordinó la artista Mirta Dermisache.

En estos talleres⁵⁷, la artista proponía a un grupo de personas “transitar el camino del aprendizaje de técnicas de educación visual infantil para adultos [a través de la experimentación de materiales y herramientas artísticas] [...] Cubrirse de formas y colores donde siempre habitaron las palabras de gesto y los silencios gráficos, el dolor y la alegría” (Ambrosini, 1973:3). Derbecq por su parte, desde sus líneas exhorta al lector diciendo “Caminante de frente sombría y ojos inquietos que pasas por la calle, DETENTE, compra *Artinf* 18 y lee el cuento de Silvia Ambrosini” para continuar “volver al estado de gracia del juego en sus orígenes, olvidando los largos y dolorosos aprendizajes de sistematización, que han podido tener sus razones de ser en otros tiempos, pero que hoy no son adecuados para formar creadores (1973: 3).

Podemos imaginar que esa imagen-texto, resultante de la experiencia y propia factura de Ambrosini, resultó en catarsis de cierre de *Artinf* con palabras que resumían el *hacer* de toda aquella etapa: No requiere años / de aprendizaje. Está en la calle / como los diarios. Significa un... / entrar a las artes. Da que pensar / Facilita encuentros. Ayuda a elegir / Es señal y signo. Una despedida, que, como el taller de Mirta Dermisache, invitaba a olvidar todo para volver a empezar.

Desde el punto de vista comercial *Artinf*, contó con un escaso apoyo publicitario. A página entera solo dos avisos de la Compañía Ítalo Argentina de Electricidad s.a, en las ediciones 8 y 18, algunos pocos a cuarto de página o apenas mas pequeños de Dandolo & Primi, Ika Renault, Bridas, Banco Supervielle. La contratapa y a veces media página era la pauta publicitaria del Banco de la Ciudad de Buenos Aires.

Los avisos a una columna se presentan como los más corrientes, pocos responden a rubros externos al arte como los relojes Cronos, los muebles contemporáneos de Harpa, el departamento de cosmética de Colmegna, Química Argentina s.a, Fate, Parque industrial OKS, etc. Los mas, a lo largo de la vida del periódico fueron los establecimientos dedicados a la producción artística y/o gráfica (CH Centro de arte y diseño, Anzilotti, Lorenzo y Cía. Talleres gráficos, Rotográfica Argentina, Joraci, Fotocrom), editoriales de arte (Ediciones Infinito) o referentes electroacústicos (Arte 11), transporte de arte (Delmiro Méndez e hijo), y la gran mayoría, galerías de arte (Bonino, Rubbers, Arte Nuevo, Carmen Waugh, Del Triángulo, Van Riel, Scheinsohn, Art Gallery y Art Gallery Internacional), que

⁵⁷ A partir de 1971, a estos talleres Dermisache los denominó “Taller de Acciones Creativas” que comienzan con las lecturas de algunas consignas para luego trabajar en el terreno de la expresión.

informan sobre quiénes son sus artistas o cuales están exhibiendo en ese momento. Coincidentemente, muchas de estas publicidades tienen su correlato en los pequeños comentarios o semblanzas que tanto Prati como Derbecq volcarán en la sección Exposiciones.

Avisos en Artinf

[IZQ.] AVISO PUBLICITARIO / [DER.] NOTA EN SECCION EXPOSICIONES



Aizenberg en Rubbers

Ese pintor a menudo clasificado como surrealista o surrealizante a mi criterio no tiene relación con esa disciplina estético-literaria. Sus dibujos se presentan con una gran pulcritud de oficio, sus personajes parecen edificadas como juguetes de construcción y con una remarcable variedad de formas siempre geometrizarantes. Estos extraños personajes nos dan la impresión que ya les conocemos, en realidad son personajes intemporales: acaso les hemos visto en otras vidas, en otros tiempos. ¿No sería acaso en Verona en el siglo XIV, o en la calle du Pont aux Chous de París en el siglo XII, o más aún, en las calles misteriosas donde se practicaba magia, en las fastuosas Flandes de Carlos Quinto?

Quiero decir eso, que a través de estos dibujos se percibe una sabiduría, no son juegos gratuitos, son muy conscientes de los imperativos plásticos y son edificadas con una lógica que tiene elegancia.



CARMEN WAUGH: 11 al 26/6 EL ARTE Y EL MUNDO DEL CONSUMO BADI, COLL, Iommi, Heredia, Paparella. Dice Pellegrini: "Hay un camino que recorrer, una puerta que abrir y penetraréis, en el mundo del artista, que es simplemente, el mundo del hombre verdadero. La obra del artista nos da la imagen perdida del hombre, que debe recuperarse. El artista no os dice consumid, os dice simplemente, vivid".

Publicidad de la galería de arte y comentario en la sección Exposiciones

Esta primera gran travesía de *Artinf* como objeto impreso periódico llega a su fin en septiembre de 1973, luego de tres años de sostener un contenido textual elitista y un discurso visual cuya puesta en página, en sus comienzos, supo recuperar la línea conceptual del funcionalismo, la austeridad y el despojamiento de las vanguardias constructivas. Tres meses después, a la edad de setenta y dos años, también se despedía la promotora inicial del proyecto, Germaine Derbecq.

Artinf, *Arte informa*, mudará su materialidad y renacerá en busca de reconocimiento, legitimidad y acumulación de capital simbólico en el ámbito de las revistas periódicas de las artes visuales argentinas.

4.3. 1980-1989, una revista diferente

El comienzo de la década del ochenta “empezaba a percibirse como una auspiciosa primavera en la salida de la dictadura, los “jóvenes”, y entre ellos los artistas, eran convocados en su condición de lozanía a ser protagonistas de los cambios que se avecinaban” (Usubiaga, 2012:135). Con este clima de aires de renovación política, social y cultural en nuestro país, comienza a gestarse el renacer de *Artinf*, *Arte informa*.

En mayo de ese mismo año, con nuevos bríos y un renovado activismo cultural, Silvia Ambrosini, ahora como única directora de la publicación, genera un salto cualitativo y cuantitativo con respecto a la materialidad, visibilidad y circulación de su objeto impreso reconfigurado. Esta cruzada editorial sin parangón de Ambrosini — como alguna vez lo definió Inés Katzenstein (2011)— mantendrá sus objetivos de “registrar lo que pasa en la Argentina y en el mundo en el área cultural” (Baron Supervielle, 1999).

La principal metamorfosis de *Artinf* será abandonar el formato periódico de los setenta, configuración que como describe Artundo admitía “ser plegado o doblado, llevado debajo del brazo y no necesariamente obliga a pensar en un lugar adecuado para realizar la lectura, además de presuponer otro tipo de contenidos” (2010: 9), a una otra dimensión física y material. La fragilidad y la delicada corporeidad del periódico obtendrá “existencia material” a partir de una flamante configuración del objeto, bajo un formato ópticamente cuadrado (26 × 28 cm), con tapa tipo *cartoné* (rústica), un cuerpo impreso en papel del tipo obra y acaballado con dos broches. Materialidad, formato y una nueva estrategia visual la ubicará —en mitad del cambio de década— en la categoría revista lo que implicará, a diferencia del periódico, “pensar [...] en otro tipo de lector, con distintas capacidades y en otras formas y tiempos de lectura” (Artundo, 2010:9).

Esta nueva concepción morfológica de *Artinf*, igual que el periódico, atravesará distintas etapas donde no podrá sustraerse a sucesivas transformaciones del impreso tanto por circunstancias económicas, como por sutiles adaptaciones a las diversas tecnologías gráficas de reproducción. Así, hasta octubre de 2003 cuando su única directora reciba el Premio de la Asociación de Críticos a la “Trayectoria Editorial” dando fin a la publicación.

De tabloide a cuadrado

La revista *Artinf* aparecerá con el número 19 —como continuación del último ejemplar del periódico—, bajo un formato muy particular, en el mes de mayo de 1980, y se mantendrá inmodificable hasta el doble número 78-79 del año 1989. Parece oportuno remarcar la responsabilidad que, en esta etapa, Ambrosini como directora de la publicación debe asumir. Diseñar una estrategia que distinga su proyecto dentro del rubro editorial y, esencialmente, en el campo de las artes visuales. De aquí, que su nueva configuración en formato “cuadrado” no parece una decisión inocente. Por esta época, y paralelamente al desarrollo de la revista, Roman Gubern, postula e investiga “el simbolismo nativo de las formas y de los colores, más allá de su condición mimética”. Para ello, analiza los estudios de Kandinsky acerca de la evocación de sensaciones táctiles por parte de determinadas configuraciones de la línea⁵⁸, hasta arribar a los gestaltistas quienes en el mismo sentido señalan

que una curva expresa suavidad, un ángulo agudo agresividad y un cuadrado equilibrio, están atribuyendo un significado nativo a formas comúnmente consideradas como asignificantes y establecen un simbolismo universal de todas las formas visuales, incluso de las más simples y elementales (Gubern, 1987:100).

Aunque hay posturas que pueden ser relativizadas, históricamente se ha pensado que las formas conllevan cierto grado de significación: las agudas connotan agresividad, las curvilíneas, suavidad; y el cuadrado y el círculo, equilibrio. Es difícil despojar al nuevo formato de *Artinf* de esa sensación intrínseca de equilibrio, lo que lo hace no solo atractivo por sus dimensiones —fuera de los cánones establecidos como revista⁵⁹—, lo corporiza en un objeto visible y pregnante. De este modo, *Artinf* inicia su camino hacia la buena forma haciendo propias, desde su formato, las cualidades que ésta abraza: simplicidad, homogeneidad, armonía, equilibrio y sencillez.

Un factor importante para la concreción del proyecto es el cambio de proveedor de imprenta. De imprimir los periódicos en Talleres Gráficos Alemann y Cía. en Capital Federal, la revista se produce desde su inicio, en mayo de 1980, al otoño de 1989⁶⁰ en la imprenta Salido, ubicada en la localidad de Junín. La elección de este proveedor

⁵⁸ “La configuración lisa, dentada, desgarrada, redondeada (de la línea), determina propiedades que ya en la imaginación evocan sensaciones táctiles.” Véase Punto y línea sobre el plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos, de Wassily Kandinsky, Barral Editores, S.A., Barcelona, 1981, p. 96.

⁵⁹ El formato de revista estándar varía entre una configuración A4 (21 × 29,7 cm) y A5 (14,8 × 21 cm). Definir el formato implica, a título comercial, un mejor aprovechamiento del pliego de papel para acotar los costos de impresión. Por otro lado, los formatos corrientes están optimizados para su distribución y visibilidad en kioscos y lugares de expendio.

⁶⁰ Corresponde al número 74-75, año 14, otoño de 1989.

ubicado en la provincia de Buenos Aires, responde a la mejor oferta que Ambrosini obtiene para la producción de la revista. Fernando Amengual, colaborador de la revista nos detalla:

La imprenta de Junín tenía un precio muy especial que permitía bajar los costos. La intención del formato cuadrado era de impactar, de hacer algo diferente, ese era el razonamiento de Silvia. Y hacerlo diferente implicaba también un costo diferente porque al no ser un tamaño estándar, el precio era superior. De ahí que, para bajar costos, el interior se imprimía [en sus primeros años] en blanco y negro (2019)⁶¹.

Artinf, debuta en el mercado editorial con pliegos interiores impresos en su mayoría a un solo color (negro) y de manera extraordinaria, algunos pocos a 4 colores, sobre papel obra de 100/120 gramos. En un comienzo con 24 páginas interiores llegando a 46, sin contabilizar el pliego de la tapa y contratapa; y en los casos de número doble⁶² podía alcanzar las 50 páginas. Sus portadas se imprimían sobre cartulina obra —a veces se utilizaba obra satinada que era un poco más brillante, pero que, al tener menos absorción, la reproducción salía mejor⁶³—, impresas en monocromo negro o duotono hasta finales de los ochenta que pasan a imprimirse a 4 colores.

La masividad no anula el deseo de calidad estética, de singularidad, afirma Sandra Szir (2016:19). *Artinf*, alcanzará ambas cualidades “calidad estética y singularidad” que la convertirán en algo más que una publicación de arte. Con el acento puesto en su transposición material —formato especial, definida impresión, prolija encuadernación—; en un discurso textual en línea intelectual con el contenido de su etapa setentista; y, con una atractiva dimensión visual —coherente en su puesta con el primer ejemplar diseñado por Prati junto a una especial estrategia de portadas—, *Artinf*, adquirirá “entidad e imagen institucional” a partir de un cuerpo gráfico palpable, que le brindará especificidad y la convertirá en un objeto-deseable de ser coleccionado.

Para que *Artinf* alcance, en la contemporaneidad, esa condición de objeto coleccionable se debe considerar no solo su materialidad como dispositivo de significación y su distintiva construcción visual sino también —como nos recuerda Enrique Longinotti— “la carga simbólica de los aspectos tecnológicos/materiales que definieron la publicación.” (2012:8). En este caso, y como con el periódico de información artística, el procedimiento inicial de composición en galera y títulos en

⁶¹ Entrevista a Fernando Amengual en el contexto de esta tesis, octubre de 2019.

⁶² Valga como ejemplo, la edición 26-27 de junio-julio de 1981 o la 33-34 de mayo-junio de 1982.

⁶³ Entrevista a Fernando Amengual en el contexto de esta tesis, octubre de 2019.

fotocomposición, le confirió al impreso lo que el diseñador Ezio Manzini —a mitad de la década del ochenta— adicionaba a la condición de objeto su “espesor cultural”, producto del proceso del trabajo artesanal o pre-industrial que otorga la mano del hombre y el paso de los siglos con el que envejecían mejor (1986).

El modo de producción de la revista se llevaba a cabo mediante un proceso de composición mecánica en frío denominado *dactilocomposición* o *composición mecanográfica*. Una máquina de escribir eléctrica específica para artes gráficas, la *IBM Selectric Composer* (1966), conocida también como la *IBM a bochita*, permitía componer textos justificados correctamente, usando una variedad de tipografías de cuerpo 8 a 14. El texto se debía escribir dos veces, la primera, para medir la longitud de la línea y contar los espacios, la segunda, justificaba y compensaba la línea. El texto se grababa sobre una cinta magnética, al tiempo que se mecanografiaba en hojas comunes, que hacían las veces de galera⁶⁴. Volviendo a Amengual, que cumplió la función de diagramador de *Artinf* en dos períodos diferentes —entre 1982 y 1995—, cuenta detalles del proceso de armado:

Al inicio hacíamos casi todo en galeras de máquinas de escribir Composer. Todo lo demás se enviaba a fotocomposición. Se armaban las páginas recortando y pegando con cemento de contacto cada tramo de texto. Bien derecho, en un tablero con regla paralela fija y escuadra. Las áreas para fotos se dibujaban con Rotring (una lapicera profesional de tinta china), y se marcaban los encuadres en las fotos con lápiz graso. Luego en el taller de películas, se hacían las películas tramadas de las fotos para impresión offset, y se pegaban en los lugares correspondientes en las películas gráficas de las páginas. Con esa película se copiaban las chapas.

La calidad de esta composición no era comparable con el sistema caliente o de fotocomposición (como la de sus títulos), ofrecía en cambio, la ventaja de poder diseñar y componer en cualquier ámbito y acotar el contenido, tantas veces como fuera necesario a la grilla de la puesta en página. Esta circunstancia tecnológica que obligaba a *Artinf* a ceñirse a determinados modos de *hacer*, se presenta en varios aspectos como carta de identidad técnico-visual de la revista: la apariencia del texto justificado delimitado por una cadencia de espacios de entre letras e interlíneas que generan columnas de negro homogéneo, similares en casi todos los números; la presencia de un

⁶⁴ “Galera se llamaba la bandeja (plancha de hierro o cinc) donde se disponían los tipos en forma de palabras para componer las líneas de texto. Más tarde, esta palabra también se la utilizó para denominar a las primeras pruebas impresas, con el objeto de verificar el diseño y la correcta composición”. Véase Eguaras Etchetto, Mariana (2017) *Publicar con calidad editorial: Cuatro pilares de la producción de un libro*, Malaquita Ediciones, Madrid. Acerca del sistema de dactilocomposición Véase Zavala Ruiz, Roberto (1997). *El libro y sus orillas: tipografía, originales, redacción, corrección de pruebas*, Universidad Nacional Autónoma de México, México DF. p. 88.

rasgo semiborroso de la letra —cualquiera sea la fuente tipográfica— que al golpe de la máquina de escribir no alcanza a definirse del todo; una superficie porosa de papel obra, que incentiva la idea de huella; finalmente, y una constante a lo largo de esta primera etapa del objeto revista, una diagramación de grilla de 5 columnas angostas (4,5 cm de ancho), con separaciones de calles también estrechas (0,5 cm), y márgenes de borde (1 cm), proporciones todas que remiten a una puesta en página similar a la de la prensa periódica, aquella que cumplía con el canon de abundante información, márgenes condensados, y angostas columnas interminables. ¿Acaso una forma de relación con su pasado reciente arraigándose a su dimensión estética?, ¿o una identidad simplemente producto de la técnica?

Tiempo después, en 1989, Apple lanza al mercado su computadora *MAC IIci*, lo que le permitió a *Artinf* actualizar el proceso de diagramación de la revista, a través de uno de su software de edición, el *Quarkpress*. Una vez aprobada la puesta de página, la imprimían en papel vegetal en una impresora láser de 300 dpi, luego se le agregaba las películas de las fotos, y se mandaba a copiar chapas para su impresión.

En todo el proceso de gestación de la revista, Ambrosini intervenía como propietaria-editora. Gestionaba y coordinaba las colaboraciones de terceros, producía sus propios textos, mediaba en la distribución de la revista, y también, decidía la puesta en página y la estética visual de *Artinf*. En una entrevista para el diario *La Nación* ella misma describe su procedimiento:

una vez reunido todo el material escrito y gráfico, se ensayan varias cuadrículas hasta lograr un sumario y una diagramación coherentes con la importancia de cada tema y con la ilustración que le corresponde

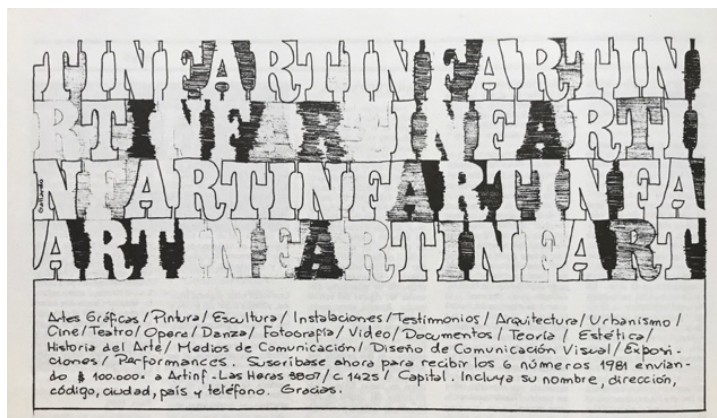
El trabajo del diagramador, en esta caso, Amengual, comenzaba cuando la revista ya estaba consolidada por la editora.

Silvia juntaba las notas escritas a máquina común, yo marcaba las tipografías para enviar a componer títulos y tipear en galeras los textos al ancho indicado. Hacíamos un índice, luego empezábamos el armado y hacer coincidir los pliegos. Calculaba la tipografía y las fotos para ver cuantas páginas daba, a partir de ahí, ella completaba...⁶⁵

El contenido de la revista expandirá su campo a otras artes: *Artinf*, fue incorporando, además de artes plásticas, rubros como música, ballet, teatro, cine, video, arquitectura, urbanismo. Amplió la sección letras con poesía, prosa, teoría, reflexiones

⁶⁵ Entrevista a Fernando Amengual en el contexto de esta tesis, octubre de 2019.

sobre arte, semiótica, etc. (Baron Supervielle, 1999). Y también diseño, disciplina que incluyó en el mismo primer número de la revista a través de un diálogo con Cesar Jannello, pionero de la enseñanza del diseño en la Universidad Nacional de Cuyo.⁶⁶



Descripción de las temáticas de *Artinf*, en aviso de 1981

Si bien Ambrosini fue la única responsable de la selección del contenido, contó con un comité asesor conformado por tres a cuatro intelectuales y artistas reconocidos, que aportaron su consejo y opinión a lo largo de los años: Odile Baron Supervielle (única del grupo original), David Lamelas, Luis A. Wells, Carlos Espartaco, Irene Van Der Poll, Thomas Moro Simpson, Luis Thonis, etc. Y una treinta de colaboradores como Diana Agrest, Roland Barthes, León Benarós, Jorge Romero Brest, Miguel Briante, Gaston Breyer, Roger Caillois, Julia Kristeva, Manuel Mujica Láinez, Julio Llinás, Eduardo Gruner, Jorge Glusberg, Mauricio Wainrot, Flama Ocampo, Raúl Santana, Samuel Olivier, Nelly Perazzo, José Luis Romero, Eduardo Shaw, Ernesto Schoo, Oscar Steimberg, Horacio Safons, Oscar Traversa, Hugo Urquijo, Guillermo Whitelaw, Amancio Williams, Bruno Zevi, entre tantos otros. Las fotografías para las revistas las proveían profesionales del ámbito como Pedro Roth, Adrián Gilardone, Caldarella, Daniel Menassé, Enrique Cervera y A. Cherniavsky.

⁶⁶ Jannello abre la primera carrera de Diseño en el país en 1958.

Nueva identidad, mismo contenido

Las transformaciones por las que atravesó el impreso cedieron a la tentación de renovar también su identidad de marca. Oportunamente nos hicimos la pregunta acerca de cuales habrían sido las motivaciones de Ambrosini para llevar adelante la desintegración de la marca *Artinf* original. Posible argumento: si aquel periódico de noviembre de 1973 fue un cierre de una etapa, la revista de mayo de 1980, debería ser el rostro de un nuevo comienzo. De esta manera, se gesta la nueva identidad morfológica de *Artinf*, deja de lado por completo la experimentación del minuscúlismo implementado por Prati, para adoptar unas contundentes mayúsculas en una fuente de corte egipcio⁶⁷, la Clarendon. Una tipografía diseñada por Benjamin Fox en 1845, con buena visibilidad y lectura en exteriores, utilizada mayormente en publicidad y adoptada por marcas de renombre como Rolex en sus inicios:

letras características de trazo grueso con bases rectangulares, de una claridad y una legibilidad extraordinarias y dotadas de una fuerte personalidad, como expresan, anecdóticamente, las caprichosas colitas de la «R» de caja alta y la «a» de caja baja. (Satué, 2005:31)



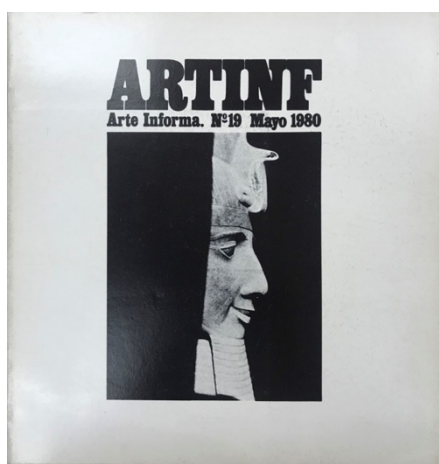
Logotipo *Artinf* en tipografía Clarendon, y el de *Rolex* con la misma fuente

Además de la primera edición de mayo, las cuatro siguientes de 1980 emplearán también la misma fuente tipográfica del nombre en todos sus títulos, a modo de trasladar y sostener la identidad al interior del objeto. Mientras que para la composición de textos generales se utilizó, en principio, la fuente Press Roman Medium (con *serif*), provista por el mismo sistema de la máquina de escribir *Composer*.

Un intersticio gráfico en la identidad visual se produjo en nueve de sus ediciones: entre el doble número de agosto-septiembre de 1982, y el doble de agosto-septiembre-octubre-noviembre de 1984. Con la misma fuente tipográfica (Clarendon) y sin alterar su identidad morfológica el nombre *Artinf* es reemplazado en la portada por *Arte informa*, en una sola línea y ubicado centrado, en el cabezal superior de la revista.

⁶⁷ La historia de la tipografía presenta cuatro clasificaciones: “romanas”, “neoclásicas”, “egipcias” y de “palo seco”. Las egipcias presentan trazos y rasgos uniformes, con remates exagerados y, sin contrastes en su modulación. Las más representativas son: Clarendon, Memphis, Época, Stymie, Rockwell, Playbill, Volta y Lubalin Graph.

Será con la primera portada de 1985 que su nombre original vuelve a ser protagonista, esta vez, con una nueva e importante mutación visual, acompañada de una obra de Polesello.



ARTINF

Arte Informa. N°20 Junio 1980

ARTE INFORMA

Sumario

ROLANDO BARTHES

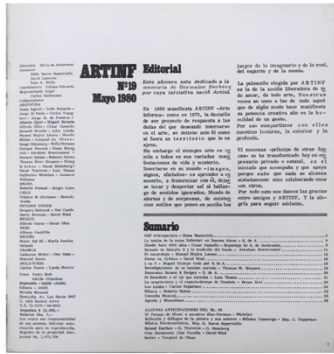
Oscar Steinberg y Oscar Traversa

El paisaje como sujeto

Es ilusorio hablar de este axioma es la pintura como que la contiene acto de pintar e "paisaje", "retraza leza muerta" sólo puede establecer una modalidad una situación c del desarrollo hi saje es mucho m ro: contribuye a toria del sujeto -por consiguien de las motivaci de la expresión p Para visualizar s

El primer ejemplar con nueva identidad y un rostro monocromo de Ramsés II, acompañan el homenaje que, en la editorial, la directora le dedica a su amiga y colega Derbecq "por cuya iniciativa nació *Artinf*".

Una composición editorial ordenada con acertados blancos que permiten descansar la lectura, y enterarse de la reconstrucción fotográfica que la empresa Kodak Pathé de París hizo de la sala del hipogeo de la Tumba de la reina Nofretari, en la planta baja del Teatro San Martín, como actividad del Museo de Arte Moderno; una buena excusa para un diálogo entre Ambrosini y César Janello para hablar sobre cuatro mil años de diseño. Arqueología, diseño, arte con Dalí, Di Benedetto y Lea Lublin; literatura con Mujica Láinez; el cine, el porno y lo erótico; Bruno Zevi y la arquitectura; el inicio de la temporada del Museo de Bellas Artes; Discos y... más jornadas sobre Diseño. Solo 4 grandes avisos a página entera: Banco Provincia, Banco Palmares, YPF y la contratapa de Aluar.



Aplicación de la tipografía al interior del diseño de la revista

Si bien la revista hasta entrados los años noventa, no presenta una división de secciones en el sumario, se percibe el abordaje de determinados asuntos de manera sistemática, que delimita su contenido y modela su lector ideal: la arquitectura, las ciudades y el paisaje vistos desde la mirada de un historiador, de un arquitecto urbanista o de un crítico de arte; la arquitectura y el psicoanálisis; la desarquitectura; la revisión de culturas pasadas; el pensamiento de vanguardia en todas las artes; la comunicación y la semiótica; los nuevos medios y dispositivos artísticos; lo que pasa culturalmente afuera y adentro; lo oculto; la música (siempre de la pluma de Odile); y, por sobre todo, los artistas.

Algunos de los artistas, escritores y fotógrafos que han pasado por sus páginas: Bénédict, Marotta, Juana Butler, Hlito, Picasso, Wells, Pérez Celis, Kemble, Distéfano, Gómez, Grippo, Renzi, Gorriarena, Suarez, Giuffré, Sanpietro, Estenssoro, Garabito, Camporeale, Cugat, Zelaya, Giménez, Stoppani, Testa, Libero Badii, Paternosto, Messil, Mendez Casariego, García Urriburu, Estevez, Tapies, Lacámara, Minujin, Berni, Bueno, Kuitca, P. Ocampo, S. Rodríguez, Brughetti, L. Porter, Katz, Lamelas, A. Trotta, Bony, Paparella, Xul Solar, Renzi, Oresanz, Pollock, Man Ray, Aldo Sessa, Brahms, Rodolfo Mederos, Macedonio Fernández, Eliot, Arturo Carrera, Roberto Rossellini, Lee Strasberg, Hugo Urquijo, Lito Cruz entre muchos otros.

Portadas: la primera gran impresión

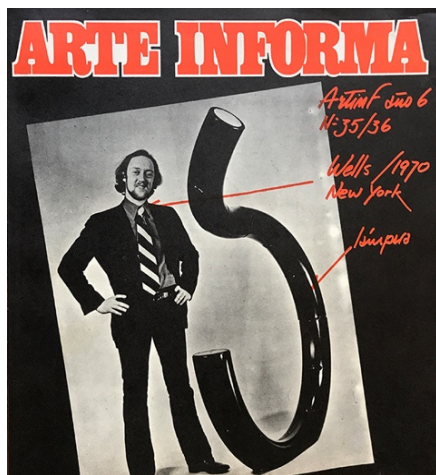
La praxis de la transformación de la dimensión visual de las últimas portadas del periódico *Artinf*, aportó la comprobación de la importancia de una portada diferente como primera gran impresión. Siete años después de esa experiencia, Ambrosini, a modo de embrionaria estrategia comunicacional —en pleno conflicto del Atlántico Sur con el Reino Unido—, invita a un joven Juan Pablo Renzi, a realizar el diseño de la portada del número doble 33-34 de *Artinf*. Con esta iniciativa, en mayo de 1982, la propietaria y editora, convierte a las portadas de su revista en puente de plata entre los artistas y el espectador, a partir de la modalidad de “solicitar el diseño de tapa a un artista argentino”, que le adjudica a la publicación una poética visual diferente a las de la época. Estas propuestas artístico-gráficas responden a dos características *sine qua non*: que lo visual se despliegue en la totalidad del formato para adquirir mayor visibilidad, y que la propuesta visual se convierta en una imagen que interpele retóricamente al lector.

Artinf posibilitó en sus portadas, la visibilidad de obras como la de Florencio Méndez Casariego (portada nro. 20, 1980), Marcelo Bonevardi (nro. 28, 1981), Pablo Renzi (portada doble nro. 33-34, 1982), Miguel Ocampo (nro. 37, 1982), Clorindo Testa (43, 1983), Mario Gurfein (42, 1983), Rogelio Polesello (50-51, 1985), Germaine Derbecq (64-65, 1987), Luis Felipe Noé y Nicolás García Urriburu (tapa y contratapa, nro. 66-67, 1987), Alfredo Prior (70-71, 1988), Julio Le Parc (74-75, 1989), César Paternosto (tapa y contratapa nro. 76-77, 1989), entre tantos otros. También contó con producciones de obra *ad hoc* como es la que exhibe el doble número 26-27 de 1981, de Liliana Porter.

Asimismo, encontramos el caso de artistas-diseñadores gráficos, como es el de Luis Alberto Wells (que también formó parte del comité asesor) y Carlos Gallardo. Ambos realizaron el diseño integral de la publicación: cuerpo y portada.

Wells diseñó tres portadas específicas: la nro. 21 de 1980, donde compuso una cuadrícula en blanco y negro, a partir de nueve obras de Alfredo Hlito; luego, su propia portada nro. 36-37 de 1982 con una fotografía donde aparece con una obra y texto gestual, indicándose asimismo. Esta portada tiene la particularidad de ser —de todas las de la revista— la única con presencia humana, puesto que no era parte de la estrategia de *Artinf* exhibir al artista sino a su obra. Coinciden en ambas ediciones, extensas notas desde la página 15 a la 17, sobre Hlito y Wells, respectivamente. En la tercera portada

—edición doble 31-32 de 1982 cuyo interior diagrama junto a Fernando Amengual— aplica un detalle de Ciudad Abierta, imagen relacionada con los artículos generados a partir de la visita de Ambrosini a la Universidad de Concepción y su “Viaje a Ciudad Abierta” en Ritoque, ambas en Chile, junto a la nota, “Pintura chilena ‘81” por Laura Buccellato.



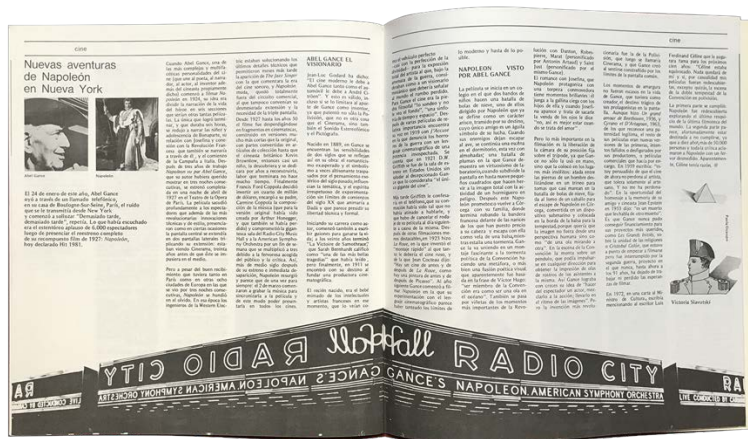
Único diseño de portada con la imagen del artista, *Artinf* nro. 36-37 (1982)

El segundo artista, Carlos Gallardo (1944-2008), diseñador polifacético, colabora de forma integral en la diagramación de los números: 24 (1980); 25 (1981); 26-27 (1981); 28 (1981), y 29-30 (1981). Excepto la portada de la edición 26-27, cuya tapa es una obra solicitada a Liliana Porter, las demás, son diseños con obras propias, con una de Marcelo Bonevardi, y otra, con una imagen de video de D. Davis. El interior de la revista —un poco mas abigarrada de contenido—, seguirá en consonancia hasta el número 24 con la dimensión estética, inaugurada en el primer y segundo número⁶⁸ (19 y 20); prolongada por Andrés Pérez, diagramador del tercer número (22-23); y luego Luis Wells. Pero es Gallardo, en el número 25, quien plantea un giro estético sobre el objeto de estudio:

- Reemplaza la tipografía Clarendon originaria del impreso y las columnas de texto con serif, por fuentes palo seco en toda la revista con cuerpos de letras de los títulos y subtítulos que dejan de lado el protagonismo de ediciones anteriores para acompañar los textos sin estridencias.

⁶⁸ Los números 19 y 20, correspondientes a la primera y segunda revista de *Artinf*, no presentan crédito alguno a su diagramación. Podríamos inferir que al estar Luis Wells de asesor de la revista, haya colaborado con Ambrosini en el armado de las mismas.

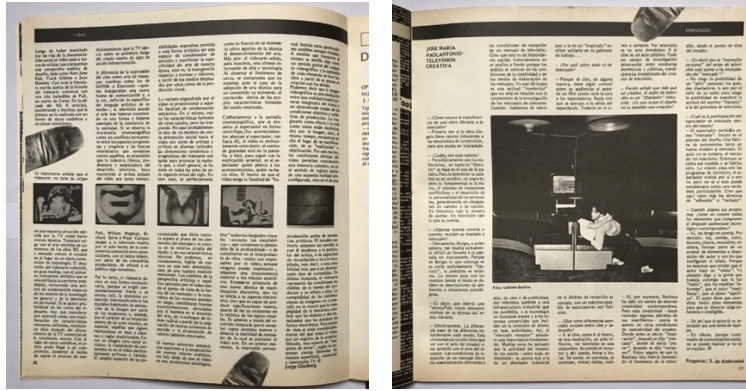
- Divide el interior de la revista en secciones eventuales conforme con el contenido, con frisos de líneas finas en la parte superior de cada página: exposiciones, arte y estéticas, artes visuales, artistas, arte-ciencia, vanguardias, documentos, escultura, pintura, Pre-América, teoría, arquitectura, arquitectura del espacio, reportaje, teatro, cine, ópera, danza, textos, letras, dibujo, coloquio, los medios, televisión, radio y tv., fotografía, historieta, video, diseño, artes gráficas, música, libros, diálogo, entrevista, polémicas y reflexiones.
- Incluye recursos gráficos como el recorte de algunas fotografías a modo de fotocollage, con una cierta reminiscencia a las composiciones constructivistas de László Moholy-Nagy, fundamentalmente por la resolución en blanco y negro, la perspectiva y el juego de la disposición en espejo.



Secciones en márgenes superiores y composición con fotografías, *Artinf* nro. 25 (1981)

- Inserta lo que en los manuscritos e impresos se denominó “*manecillas o maniculae*” que era la presencia del dedo índice (señalador) estirado en posición horizontal, sobre el margen de los propios textos para dirigir la atención hacia el fragmento señalado en un texto escrito, y siempre de afuera hacia adentro.⁶⁹ Las manecillas de Gallardo cuentan con un soplo de modernidad, a partir de recortar imágenes fotográficas de “dedos índices” que ingresan por más de un sector.

⁶⁹ Para ampliar este tema véase MIGUÉLEZ CAVERO, Alicia «El dedo índice como atributo de poder en la iconografía románica de la Península Ibérica», en *Imágenes del poder en la Edad Media. II. Estudios in Memoriam del Prof. Dr. Fernando Galván Freile*, León, Universidad de León, 2011, pp. 325-340.



Las manecillas contemporáneas de Gallardo en el cuerpo de *Artinf* nro. 29/30 (1981)

Un detalle no menor a tener en cuenta en dos de las portadas de Gallardo, la 24 y 25, junto con la 35-36 de Wells, son las tres que presentan textos a modo de títulos en sus portadas, recurso habitual en las revistas. En ambos diseños de Gallardo los títulos son parte de su obra. En la portada de noviembre-diciembre de 1980, última del año, el artista interviene un fragmento del óleo “Los observadores” del artista alemán del grupo Zebra, Dietmar Ullrich, y, por encima de ellos, coloca como “volando” los títulos de las principales notas de la revista, palabras estas, que atrapan la atención de un público que dirige su mirada hacia *Artinf*. Gallardo se sirve del clásico tramado fotográfico para llevar a cabo la impresión como estética discursiva de la tapa.

En la portada de mayo de 1981, el diseñador toma una imagen de la Intihuatana, —área sagradas de Machu Pichu—, inspirado en una nota de otro artista, César Paternosto. Gallardo interviene la fotografía de uno de esos monolitos incaicos con dibujos de edificios contemporáneos y le agrega los títulos de las notas de manera convencional sobre el margen izquierdo inferior, con una tipografía palo seco de rasgos “finos” en negro, lo que ocasiona que se fundiera con el tramado de la fotografía. Una obra al estilo de sus intervenciones fotográficas futuras con personajes empequeñecidos.



Izq.: Textos diagramados en la portada como pájaros volando, *Artinf* nro. 24 (1980)
 Der.: Títulos en tipografía palo seco fundidos con la imagen, *Artinf* nro. 25 (1981)

Fernando Amengual, a veces de manera individual y otras en dupla, con solo veinte años será el diagramador con mayor permanencia en el devenir de *Artinf*. Con una importante herencia de padre artista gráfico, diseñador y humorista, Amengual, formado en la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón, y mas adelante en comunicación estratégica, diagrama junto con Leo Har Barzel el doble ejemplar 33-34 (1982) acompañado de Miguel Briante como jefe de redacción y la obra de Pablo Renzi en la portada; el ejemplar 35-36 (1982) con el joven “colorado” Wells; el número 37 (1982) donde regresa la sección “Las empresas y el arte”, aquella con tanta presencia en el periódico, además de recuperar un extracto de la entrevista a Juan Carlos Paz que Odile Baron Supervielle le hiciera en mayo de 1972; vendrán luego por orden de aparición las ediciones: 38-39, 40-41, 42, 43 (1983); 44-45, 46-47, 48-49 (1984); 50-51, 52-53, 54-55 (1985); 56-57, 58-59, 60-61 (1986).

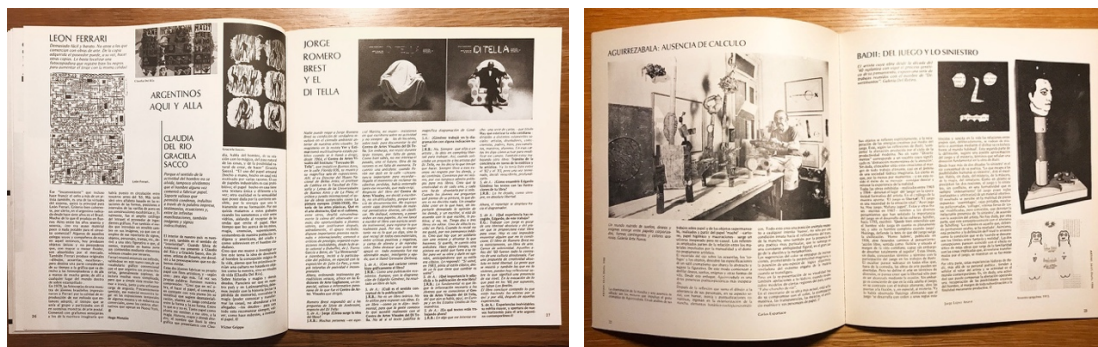
En cuanto al discurso visual de este período, observamos que: la grilla rectora del plano se redujo de las originales 5 columnas a 4; no presenta las secciones de la época de Gallardo; los textos —incluidos los títulos— compuestos con variantes de la familia tipográfica Optima que le infiere una cierta delicadeza visual en su versión fina; los espacios blancos ceden lugar a mas información textual e imágenes a mayor tamaño. Con la incorporación de algún que otro pliego color, se priorizan las imágenes y esto, habilita a los textos a otro tipo de interacción en la disposición visual: superpuestos y/o alineados en bandera.



Aplicación de textos sobre imágenes, sin justificar, alineación de párrafos en bandera centro, *Artinf* nro. 48/49, 1980

De todas maneras, las intervenciones de este tipo serán las menos frecuentes, porque —como nos recuerda Amengual—, la impresión a color por aquella época era muy costosa y *Artinf* solo podía acceder muy de vez en cuando a esa opción. Entre 1982 y 1986, la revista exhibió características homologables que giraron en torno al

monocromo negro, las columnas de textos justificados, las bajadas⁷⁰ en bandera (a izquierda o derecha), misma tipografía en toda la revista, con tamaño de cuerpos similares en títulos, imágenes de corte octogonal y, el uso de una “línea” como elemento organizador de espacios, subrayados, destacados, divisiones verticales u horizontales.



Estructura visual de la revista homologable a las revistas del período 1982-1986, *Artinf* nro. 44/45, 1984



1985. Tercera nueva identidad

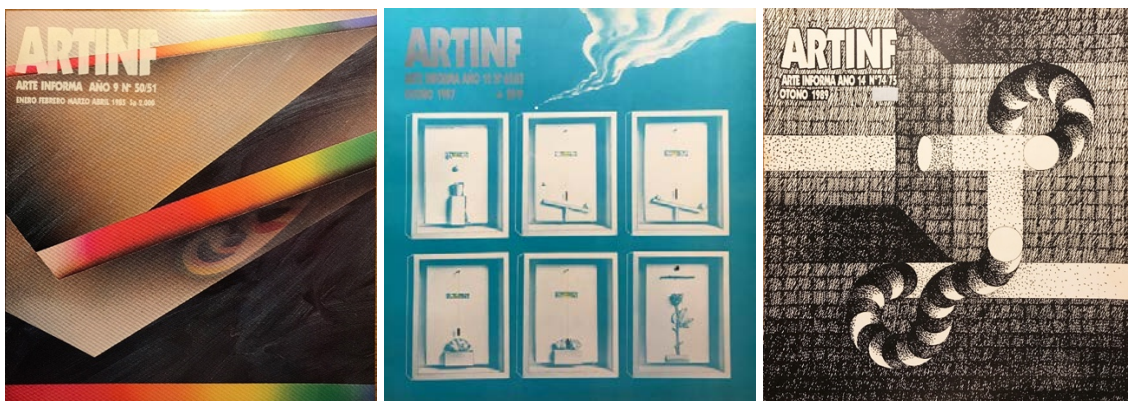
El diseñador y comunicólogo barcelonés Joan Costa sostiene que desde los orígenes de la industrialización, una marca “garantizaba una calidad estable, invariable, [...] un compromiso táctico [...] a menudo explícito— del fabricante ante el mercado”. La marca, cobraba así, un estatus legitimador y se convertía en un “instrumento de la estrategia comercial, en la misma medida que singularizaba los productos y ofrecía garantías y confianza a los consumidores.” (2018). Ahora bien, el historiador Christopher Lasch, crítico de la sociedad de consumo americana, en el mismo año que *Artinf* decide cambiar su identidad morfológica por tercera vez, afirmaba que aquel mundo construido con objetos

duraderos, estables, había sido reemplazado “por productos descartables destinados a una obsolescencia inmediata”, y que en ese mundo, “las identidades pueden adoptarse y descartarse como un cambio de ropa” (1985:32,34,38). Estas dos posturas contrapuestas

⁷⁰ Copete o Bajada: término periodístico que se utiliza para denominar al texto que acompaña al título (habitualmente por debajo). Es una síntesis de la información del título, a modo de reseña sin repetir las palabras de este.

alcanzan otra dimensión cuando el “producto” es un “producto cultural”, que sin duda se rige por otra dinámica particular. Nos preguntamos, si esta tercera identidad de *Artinf*, se altera por la dinámica propia de la disciplina que evoluciona o porque su identidad propiamente dicha, nunca fue parte de su estrategia comunicacional.

Imaginamos que este tercer nuevo cambio de identidad morfológica —estrenada en el número 50-51 de 1985— buscó, al principio, reflejar un signo de modernidad, un *update* de la marca (utilizando la terminología que define hoy a una *actualización*). Pero, al examinar las subsiguientes portadas, entre 1987 y 1989, se percibe un “hacerse cargo” de la diagramación por parte de otros proveedores de la revista. Omar Salido, responsable de la impresión se hará cargo de la diagramación de la edición de otoño de 1987; y luego, Aldo Sambucetti, proveedor también de la composición de la revista desde 1984 —en reemplazo de la empresa Tipos—, asumirá el armado de siete ediciones de *Artinf*: 64-65, 66-67 (1987); 68-69, 70-71, 72-73 (1988), 74-75, 76-77 (1989). Ese *laisse faire* al oficio gráfico y la experimentación con los avances artístico-tecnológicos cautivó a Ambrosini, quien cedió la identidad del logotipo a otros cambios, no solo al tipográfico. Al examinar algunas de las portadas de esta época se observa que éste atravesó alteraciones técnicas en función de la obra a ser reproducida. Valga como ejemplos, la aplicación de *Artinf* en transparencia sobre la obra de Polesello; impreso en “plata” sobre una portada que baña de turquesa tanto una obra de Víctor Grippo en la portada, como una de Torres García en la contratapa; o redibujado con contornos negros para incluirlo pero a la vez separarlo, del dibujo *Modulación 764*, en blanco y negro, de Julio Le Parc.



De izq. A der.: revistas *Artinf* 50-51 (1985); 62-63 (1987); 74-75 (1989)

De todas maneras, la marca no estuvo ajena a sucesivas intervenciones, fruto en los ochenta —en el decir de Ambrosini— de fragmentaciones y de enlaces exentos de

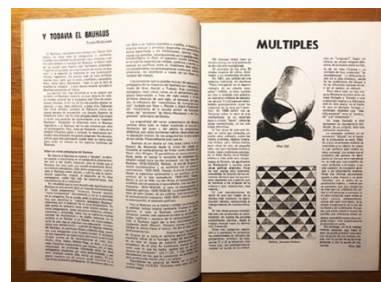
esteticismos estáticos (1991:7). Se alcanza a visualizar una identidad intrínseca al propio objeto revista, a su materialidad y formato, indistintamente de las alteraciones gráficas por la que atravesó la marca.

Entrados los años noventa, y con una nueva actualización del formato, Amengual retomará la diagramación de *Artinf* acompañado indistintamente de Tamara Miguelson y/o Liliana Roca.

Arte para consumir

Desde los años sesenta y setenta, el mercado del arte, de la mano de las vanguardias, de las estrategias publicitarias ligadas al arte, del llamado “boom de la literatura latinoamericana” alcanzó un desarrollo inusitado al que no es ajeno el mercado editorial. Desde ese contexto —como bien describe Silvia Dolinko— se puede pensar que [...] mantuvieron puntos en común: estrategias de mercado, perfil del público, renovación y revisión de discursos. (2011:374). En efecto, *Artinf*, procuró de manera constante diseñar nuevas propuestas en cada nueva publicación para la “captación de un público no iniciado en la formación de una colección pero que bien podía considerar la adquisición de obras de arte”, e incentivar, volviendo a Dolinko: “los hábitos de consumo de los coleccionistas establecidos” (2011:364).

La estrategia vino acompañada de la voz legitimadora de Max Bill, quien en el segundo periódico *Artinf* (1970), publicó una nota con respecto a la obra de arte multiplicada, bajo el título Múltiples. En ella afirmaba “que no hay ninguna diferencia artística entre un tiraje limitado y firmado y una producción masiva”, porque la producción en serie no diluye “la expresión artística” (1970:7), para más adelante agregar que “el poseedor de un ‘múltiple’ firmado, o también de una obra gráfica, [...] participa del ‘éxito del artista’ como si retuviera de alguna manera una acción. (1970:7)



Izq.: “Múltiples” por Max Bill en periódico *Artinf*, nro. 3, noviembre de 1970, p. 7.
Der.: Misma nota, fragmentada. La ilustra una obra de Max Bill y un múltiple de Germaine Derbecq,
revista *Artinf* nro. 86, octubre de 1993

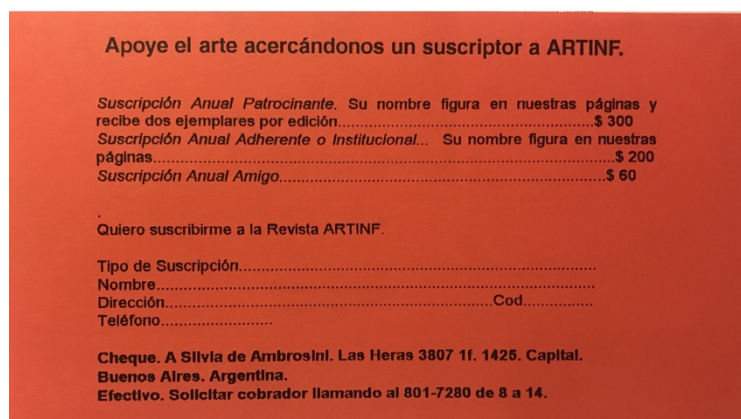
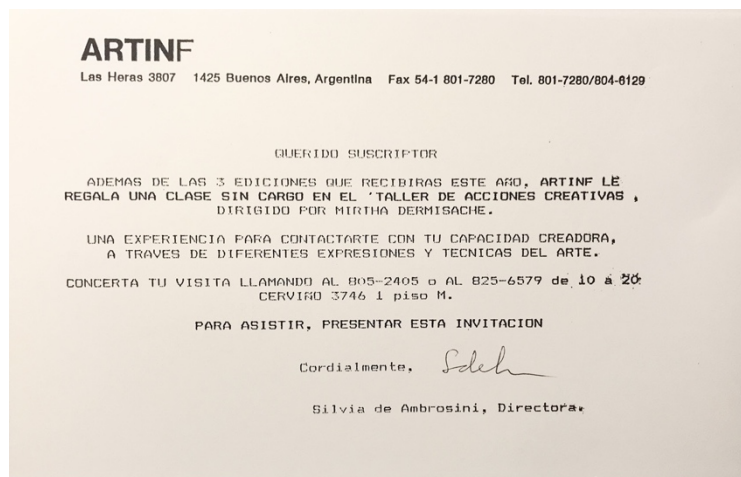
Ambrosini toma al pie de la letra el objetivo de construir una relación personal entre el productor y el consumidor a partir de un ejemplar firmado. De ahí que, benefició a sus suscriptores, con un número limitado de obras gráficas de artistas que surgían a manera de “múltiples originales”. Fueron láminas sueltas, impresas en papel cedido por Ediciones de Arte Gaglianone, que se enviaban como un “plus” junto con el ejemplar de la revista. Valga como ejemplo, dos obras múltiples que se entregaron con la revista en el primer año de la vuelta a la democracia en nuestro país: la de Armando Rearte, que acompañó el nro. 42 de julio-agosto, y la de Guillermo Kuitca, junto con el ejemplar 43 de noviembre-diciembre, dedicada “A Hlito con cariño”. Doce años después, en 1995, hizo circular la 4ta. Edición facsimilar de la obra de Mirta Dermisache, *Diario nro. 1, Año 1* de 1972, que se entregó con el ejemplar nro. 90, acompañado de una invitación que anunciaba que con esa suscripción —además de las 3 ediciones del año— *Artinf*, le obsequiaba “una clase sin cargo en el ‘Taller de acciones creativas’, dirigido por la propia artista. Al número siguiente, otra obra gráfica de Dermisache emergía de la revista, una página de libro con los “grafos informales”, acompañada desde el interior de la revista por una nota a doble página bajo el título: “Dermisache. El libro ausente”.



Emilio Rearte (1983) *Artinf*, nro. 42; 1983;
Guillermo Kuitca, obra gráfica dedicada a Alfredo Hlito (1983) *Artinf* nro. 43



Mirta Dermisache, Diario N° 1, Año 1, 1972
 (impresión offset sobre papel obra, 47,5 × 36,5 cm, 4 pág.), *Artinf*, 90, 1995



Suscripciones a la revista y al Taller de Dermisache, insertos en la revista *Artinf*, 90, 1995

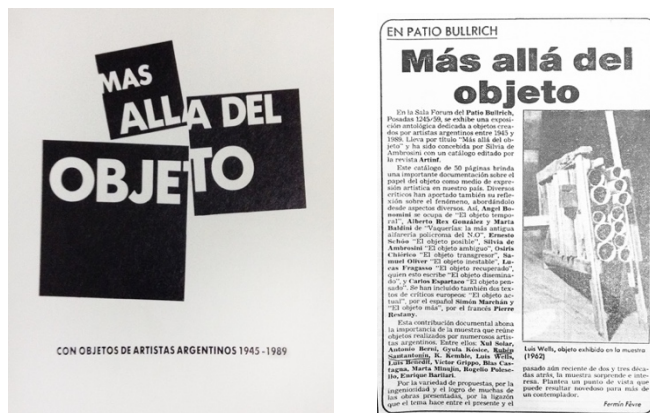
Si a través del grabado, la imagen gráfica oportunamente, tuvo “la posibilidad de actuar simultáneamente en distintos circuitos de difusión”, Ambrosini encontró en el offset, la herramienta ideal para la “materialización de propuestas de popularización del arte, como recurso para los intereses comerciales” (Dolinko, 2012:15).

4.4. 1989, Más allá del objeto

Noviembre de 1989, será la última edición de la emblemática revista “cuadrada”. Ambrosini diseñó, a modo de final de acto, una doble estrategia comercial y comunicacional. Por un lado, convocó a una gran cantidad de artistas —presentes todos en el correlato de vida de *Artinf*— a una exposición de sus obras y por otro, transformó su revista en catálogo y en objeto icónico de dicha muestra.

“*Artinf* tiene el agrado de invitar a Ud. A la pre-inauguración de la muestra “Mas allá del objeto” con objetos de artistas argentinos, que se realizará en la Sala Forum del Patio Bullrich a beneficio de Faiam Fundación Ayuda Integral al Miasténico, con el auspicio de Sociamer International Bank y Diners Club International”.

En consonancia con las palabras de Rothfuss, en cuanto que las formas “ya no se dispondrían en un espacio ilusorio, sino que serían elementos ‘reales’ en el espacio ‘real’” (Rossi, 2018:16), Silvia dirigió y coordinó en la Sala Forum del Patio Bullrich, la muestra *Mas allá del objeto*, que incluyó piezas de artistas argentinos de 1945 a 1989, auspiciada por Socimer International Bank y Diners Club International, a beneficio de la Fundación Miastenia Gravis dedicada a la lucha contra esa enfermedad.



Estética de la muestra y nota de Fermín Fèvre, *Clarín*, 1989

La muestra, cuyo montaje estuvo a cargo de Samuel Oliver, convocó —como broche de oro de los catorce años de la revista— a sesenta y tres artistas para reivindicar las posibilidades estéticas del objeto, entre ellos Barilari, Bedit, Bianchedi, Cáceres, Castaña, Causa, Conte, Diciervo, Dompé, Elía, Esteves, Fazzolari, García Uriburu, Giménez, Gómez, Jiménez, Kosice, Lecuona, Macchi, Minujín, Nigro, Onofrio, Paksa, Paparella, Polesello, Portillos, Prior, Renzi, Renart, Siquier, Smoje, Testa y Wells.

Las posturas a favor de la muestra, como las de Fermín Fèvre en *Clarín* y Edward Shaw en el *Buenos Aires Herald*, o cierta crítica de Jorge López Anaya en la

sección Bellas Artes-Temas cotidianos de *La Nación* en la que expresó que “Ambrosini, directora de la revista *Artinf*, ofrece un panorama amplio, con algunas inclusiones no siempre justificables del arte objetual en nuestro país” (1989) —en referencia a los objetos pop de los artistas ligados al Instituto Di Tella 71—, no menguaron la táctica comunicacional diseñada para la ocasión. Su directora, desde el editorial de la publicación, contextualizó la muestra de Buenos Aires entre París y Nueva York, ya que el Centro Pompidou albergó la exposición *La cultura del objeto* y en el Museo Guggenheim se hizo una similar al año siguiente. “Teníamos que ser nosotros, los iconoclastas, los adoradores de lo efímero, quienes reivindicáramos el objeto, haciéndolo protagonista absoluto”, escribió Ernesto Schóo en el catálogo. El comentario del crítico junto con las piezas exhibidas, retoma el concepto de *ready made* venciendo el tabú estético del objeto realizado artesanalmente, contra el manufacturado en serie, asociado a la belleza.

Diagramada por Nicolás Jiménez e impreso en los Talleres Gráficos Gaglianone, el número 78-79 de la revista devenida ahora en catálogo de la muestra, desplegó en cincuenta páginas, una veintena de diversas connotaciones acerca del “objeto”: temporal, posible, ambiguo, transgresor, inestable, recuperado, diseminado, pensado, actual, hasta el “objeto más”. Categorías estas interpretadas por Ángel Bobomini, Alberto Rex González, Marta Baldini, Ernesto Schóo, Osiris Chiérico, Samuel Olivier, Lucas Fragaso, Fermín Fèvre, Carlos Spartaco, Simón Marchán, Pierre Restany y Silvia Ambrosini, quien, además, en la Introducción, da cuenta de cómo surgen al comienzo de siglo nuevas puestas del objeto transformados “por la acción reflexiva, analítica o lúdica del artista” (Ambrosini, 1989:6).

La identidad gráfica del catálogo, la misma con la que se difundió la muestra *Mas allá del objeto*, contempla tres cuadrados en movimiento (tres revistas *Artinf*) que mantienen la línea del suprematismo de Malevitch, y a cuyas formas también Germaine Derbecq se subordinó. Podemos pensarla también como un otro homenaje por parte de Ambrosini a su amiga, a quien recordaba cada vez que podía en el impreso.

⁷¹ Se refiere a los trabajos de Alfredo Rodríguez Arias, Marta Minujín, Juan Stoppani y Edgardo Giménez.



Izq.: Portada del catálogo, *Artinf* nro. 78-79, 1989
 Der.: Bocetos de las 37 cajas-objetos realizados por los artistas

A modo de completar la estrategia y despedida de la revista la muestra suma además del catálogo, treinta y siete *cajas-objetos* realizadas por artistas en las que se guardaban los catálogos. Cada una de ellas era un original firmado que, según Ambrosini podían competir en calidad con los objetos exhibidos. De esta manera, la revista *Artinf*, como la conocimos en mayo de 1980, se despide del mercado habiéndose expandido de revista a catálogo —respetando el mismo discurso visual al interior de sus páginas—, y es a partir de contenerlos en estas cajas intervenidas que muta su condición de impreso a “objeto estético”, desplegados entre “objetos reales”. Consciente o inconscientemente un nuevo modo de resignificar el hecho estético.

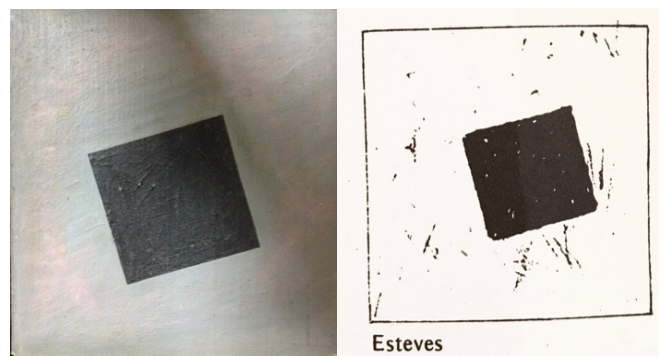


Imagen de la caja-objeto real y su boceto, creación de la artista Mercedes Estévez

A excepción de las imágenes adjuntas publicadas en 1989 por *La Nación* y, el registro de la caja-objeto de la artista Mercedes Estévez, propiedad del galerista

Oswaldo Centoira⁷², en esta instancia de la tesis no contamos con otros registros para el análisis de todos estos “objetos-plásticos” en el decir de Cristina Rossi. El estudio específico de estos dispositivos, abre el camino hacia otra investigación futura.



4.5. *Artinf* nro. 80: Los 80 en el MAM

1991. Tuvo que pasar un lapso de silencio —casi dos años— para que *Artinf* volviera a resurgir. Nuevamente bajo el formato catálogo, pero esta vez, como uno tradicional. Silvia Ambrosini acompañada de la crítica de arte Alina Molinari (Tortosa), organiza y cura la muestra *Los 80 en el MAM*, presentada del 8 de abril al 8 de mayo de 1991, en el Museo de Arte Moderno. Para Viviana Usubiaga, esta exposición puede ser considerada como uno de los primeros balances sobre la producción de artes plásticas de los años ochenta en Buenos Aires. Y quien mejor para llevarla a cabo sino la directora de “una de las publicaciones que con mayor atención y continuidad [que] siguió el derrotero del arte producido y exhibido durante aquellos años”.

El proyecto consistió en veintisiete instalaciones realizadas por artistas⁷³ representativos de la escena artística de Buenos Aires durante la década de 1980. Cada una de estas propuesta se reproduce a color en el catálogo —de manera vertical (23 × 28 cm)— junto con un boceto original y un resumen de la carrera de cada artista. Mil ejemplares compuestos en caracteres helvética e impresos en su interior en papel novamalt de 150 g., y tapa de 240g., impresos por Anzilotti, un antiguo proveedor de *Artinf*. La diagramación estuvo a cargo de Remo Bianchedi, también artista expositor.

⁷² Amigo personal de Silvia Ambrosini y distribuidor de la revista en una cierta etapa.

⁷³ Aguirrezabala, Ballesteros, Bianchedi, Bissolino, Bueno, Conte, Danziger, Dompé, Kreye, Lecuona, Molina, Monzo, Prior, Siquier, Antoniadis, Cambre, Causa, Eckell, Elía, Fazzolari, Jezic, Macchi, Médici, Paparella, Pierri, Schwartz y Suárez.

No solo será convencional su formato, sino también su discurso visual interior, que de manera apropiada, compone una estructura a dos columnas paralelas. Una destinada a la literatura y otra a la obra, aunque visualmente la imagen acapare mayor atención.



Tapa e interior del catálogo Los 80 en el MAM, *Artinf* nro. 80, 1991

Artinf, a partir de la organización y coordinación de las muestras *Mas allá del objeto* (1989) y *Los 80 en el MAM* (1991), se redefine como impreso. Al asumir el rol de productor —nos dirá Néstor García Canclini— se adapta de objeto a producto y se despliegan nuevas actividades y dinanismos alrededor de la marca (eventos, ferias, exposiciones, subastas, cursos, entre otras) que permitirán no solo la supervivencia del impreso sino también la ampliación de su espectro de circulación y difusión. (1990: 37).

4.6. Diseño editorial y leyes del mercado

Arribada la década del 90, y después del hiato producido por el catálogo de la muestra del MAM, *Artinf* reconfigura nuevamente su formato a uno de revista estándar del mercado. Quince números de 23 × 28 cm, de 1991 a 1996, se sucederán en el mismo formato del catalogo del MAM; luego, cuatro ediciones, 20,6 × 27,3 cm para y por último, 21 × 28,2 cm, desde 1998 a 2013, formato definitivo hasta su último ejemplar publicado.

Se sucederán dos ajustes más de formato: 23 × 28 cm para unas pocas ediciones a mitad de los 90, para finalizar luego de 21,3 × 28,2 cm. Se nutre de nuevos colaboradores como Inés Katzenstein —que la asistió como secretaria hasta 1997—, y cuyo padre, el arquitecto Katzenstein, formaba parte del comité asesor de aquellos años.

María Amelia Rigon, diagramará los números 81 (1991) y 82 (1992) secundada por la imprenta Anzilotti. Se actualiza la marca con una cuarta versión, y del mismo modo el discurso visual se vuelve más ecléctico.

ARTINF



Nueva versión del logotipo. *Artinf* nro. 81 Primavera (1991). Tapa Blas Castagna e interior

Regresa Fernando Amengual junto con Tamara Miguelson y Liliana Roca, en dupla o trío indistintamente, para diagramar los números: 84, 85, 86 (1993); 87; 88, 89 (1994); y 90 (1995). Roca de manera individual, asume el diseño de los números 91, 92 (1995); y 93, 94, 95 (1996). La marca se vuelve a actualizar con una condensación de su tipografía.

ARTINF

Nueva versión del logotipo del año 1994

Los últimos años de la década del noventa y el nuevo milenio tendrán como diseñadores a Mónica Pujol y Daniel Wolkowicz en los números 96, 97, 98-99 (1997); 100, 101, 102 (1998), 106-107, 108 (2000). Diseñan la sexta versión del logotipo de la revista. La tapa del nro. 100 de 1998, cuenta con una participación especial del diseñador Rubén Fontana.

El ejemplar que inicia el nuevo milenio, el número doble 106-107 —año 24 de *Artinf*—, compendia en 98 páginas interiores, a modo de “revista retrospectiva” —como lo hizo el número 86 de 1993 pero en formato facsímil—, “las manifestaciones artísticas

que sucedieron entre 1970 y el fin de siglo”, con un pulcro sistema de diseño en blanco y negro por parte de Mónica Pujol- Daniel Wolkowicz, y una obra Jorge Pirozzi desplegada a lo largo de tapa y contratapa, impresa a dos colores, negro y azul. La impresión en esta época está a cargo de la imprenta Garbarino.

ARTINF

Nueva versión del logotipo del año 2000

Verónica Duh y Mara Ares son las últimas responsables de la puesta en página de la revista con los números: 110, 111, 112 (2000); 113 (2001); 114 (2002); 117-118 (2003)⁷⁴, con este último doble ejemplar se despide *Artinf* del mercado editorial y Mara Ares como su última diseñadora.

Las publicaciones especializadas en artes visuales que se ocupaban del arte contemporáneo argentino no eran fáciles de identificar en el mercado editorial. Para el año 2000, “la revista *Artinf* era, prácticamente, el único medio gráfico que sobrevivía en forma mensual haciendo un valioso aporte, pero muy cerrado sobre el criterio de su editora, Silvia Ambrosini”, opinó el editor fundador de la revista *Ramona*, Gustavo Bruzzone (2010). De nuestro análisis se desprende el esfuerzo de la controvertida artífice de esta publicación, por intentar adquirir y sostener el valor simbólico que una buena revista debe alcanzar, a partir de crear un balance entre el propio diseño y el diseño del artista, mientras las imágenes teorizan o documentan en clara referencia al objeto enunciado. *Artinf* le habla, todavía hoy, a las instituciones, coleccionistas, artistas, universidades, y al amateur de arte que quiere alcanzar un *update*, como surge de la relectura del nro. 113 de 2001, a pocas ediciones del cierre definitivo de la revista. En ella, desde lo alto de un edificio diseñado por el arquitecto Katzenstein, y revisitado por Freddy Garay, se puede visualizar qué sucede en la Trienal de Barcelona, repasar los últimos 50 años de la historia del cine, reconfortarnos nuevamente con el mundo Bauhaus o, desde la mismísima tapa de la revista, ingresar al precursor conceptualismo feminista a través de la pintura de Juan Lecuona.

⁷⁴ Los números de ediciones mencionados son aquellos que han sido chequeados por esta tesis. Pudiendo existir números no mencionados o adjudicados a algún otro profesional del diseño.

5. *Arte al día*, por y para el mercado del arte

Nuestro segundo objeto de estudio, *Arte al día*, es una publicación que se inscribe en lo que se ha dado en llamar industrias culturales, tanto por la orientación explícita de su contenido en relación al mercado del arte, como por las actividades que a lo largo de su derrotero desplegó en torno al impreso: periódicos, plataformas virtuales, eventos artísticos, ferias y exposiciones, metamorfosis que le obliga a reconfigurar su dimensión estético-visual para adaptarse a los diferentes dispositivos, elaborar nuevos canales de circulación y difusión, ampliar sus destinatarios/consumidores,

Si el anterior objeto de estudio, se nutre de la sinergia y convergencia de cuatro mujeres insertas en el ámbito cultural y artístico local, *Arte al día*, elípticamente lo hará del saber hacer y del *expertise* de sus orígenes editoriales. Este capítulo, da cuenta de ese antecedente histórico y de sus protagonistas para exponer las similitudes del proceso de concepción y desarrollo del impreso. De manera cronológica, analiza también las significativas transformaciones materiales y visuales de formato revista a periódico, este último con más de una variante. Finalmente, y de manera somera, su adaptación a otros nuevos dispositivos que dan cuenta de la expansión del impreso a otros medios y espacios de circulación del campo artístico.

5.1. Cuando Peuser renace en Costa Peuser

A mitad del siglo XIX uno de los negocios editoriales familiares más importantes de los inicios de la industria editorial argentina fue el de Jacobo Peuser, tatarabuelo de los actuales editores de la revista *Arte al Día*—. Nacido en Alemania, se instala, en 1855 con su familia en la provincia de Entre Ríos y, años después, en la ciudad de Rosario da sus primeros pasos en una librería e imprenta donde se forma como tipógrafo.

En Buenos Aires toma contacto con José Alejandro Bernheim⁷⁵, litógrafo, fundidor de tipos e impresor francés, en cuya empresa se encamina definitivamente

⁷⁵ Se considera a José Alejandro Bernheim (Francia, 1822 - Buenos Aires, 1897) uno de los propulsores de la imprenta argentina y creador de la primera fundición de tipos/caracteres de metal en el país. En una época caracterizada por la aparición de los más importantes diarios de colectividad del siglo XIX, relacionados con el proceso migratorio argentino, funda y dirige dos diarios: el primer periódico francés publicado en el país en 1865, *Le Courrier de la Plata*, y en enero de 1868, *La República*.

hacia las artes gráficas. Con solo 24 años, inicia su propio emprendimiento, la Librería Nueva, un modesto local ubicado en Cangallo 89, esquina San Martín en el barrio de Monserrat. Al año siguiente y con la ayuda de Bernheim le compra al alsaciano su propia librería ubicada en Moreno 130.

En 1872, contrae matrimonio con doña Juana Badaró, con la que tendrá ocho hijos: tres hombres y cinco mujeres.⁷⁶ Esta descendencia que será fundamental no solo para la continuidad de la empresa sino también para la prolongación del apellido Peuser a través de la rama femenina. Al año siguiente, y paralelamente al nacimiento de su primogénito homónimo, suscribe dos contratos de alquiler donde instala un taller de rayado y encuadernación de libros. La expansión de la empresa coincide —como bien señala Damián Andrés Bil— con un proceso de concentración y centralización productiva que daría lugar en Buenos Aires, al surgimiento de grandes firmas como Guillermo Kraft (1864), la Casa Juan Kidd (1865), Ángel Estrada (1869) y Stiller & Lass (1880). La firma Jacobo Peuser en 1880, contaba con más de 300 empleados (Cosme Chueco, 1886), coincidiendo con el proceso de modernización, progreso económico y organización política que provoca el surgimiento de la denominada Generación del '80. Peuser no fue ajeno a estas transformaciones. Mientras el país se construía “sobre los valores de la República, y todo material de discusión y doctrina debía ir a diarios, panfletos, boletines y demás”, en febrero de 1875 publica el *Semanario Argentino Alemán*, una hoja informativa considerada el primer periódico escrito en ese idioma que dio respuesta “a las exigencias de esa colectividad, ampliamente expandida en los pueblos del Plata” (Peuser, 1943: 22). Meses más tarde, esa misma edición hebdomadaria⁷⁷ se transforma en el *Periódico Argentino Alemán*, de aparición trimestral, medio que le permite a Peuser ingresar a la historia del periodismo argentino.

En consonancia con las tendencias económica de la época, Peuser encaminó su estrategia hacia una importante diversidad productiva en un número considerable de talleres multigráficos. La Casa Jacobo Peuser Ltda., ahora bajo la denominación “Papelería, Librería e Imprenta Argentina” abarcó los más variados rubros de las artes gráficas, desde láminas artísticas a libros escolares y comerciales.

⁷⁶ Por orden de nacimiento: Jacobo Francisco (1873), Ana María (1874), Carmen (1875), María Elena (1877), Ricardo (1879), Juana María (1881), María Angélica (1883) y Manuel Alberto (1885).

⁷⁷ Periódico o publicación que aparece cada semana.

En 1890, Jacobo Peuser, en Av. Regimiento de los Patricios 567⁷⁸ monta diez mil metros cuadrados de instalaciones fabriles que abarcaban composición o tipografía, imprenta, dibujo y litografía, calcografía, monotipia, linotipia, fotografía, fotograbado, fototipia, estereotipia y galvanoplastia, rayado, encuadernación y otras dependencias (Costa, 2018: 196). Es allí, en pleno corazón de Barracas, que adopta en 1893, su rubro definitivo “Casa Editora – Imprenta – Litografía y Encuadernación de Jacobo Peuser”.

Un año después, establece su casa matriz en la calle San Martín al 200 (esquina Cangallo) reconocida popularmente como: la esquina de Peuser. Sus principales producciones fueron almanaques, postales, manuales, libros y un artefacto que —como adelanto de las comunicaciones virtuales— se convirtió en un objeto imprescindible de consulta sobre las calles y avenidas de Buenos Aires, y sus transportes: la famosa “Guía Peuser”⁷⁹.

A fines siglo XIX, y en función del lazo creado con los artistas e intelectuales la Editorial Peuser otorga un importante protagonismo a los libros ilustrados por plásticos consagrados e ilustradores profesionales. Fruto de esta relación en 1897, edita *Arte Moderno*, dedicado al pintor Francisco Domingo con texto de José Artal, volumen donde pone en práctica por primera vez la fotocromía.

Son tiempos en el que el mundo de la ilustración gráfica empieza a gestar el traspaso del grabado en madera a la impresión industrial por fotograbado. Esta técnica le permitió a Peuser, y a la mayoría de las firmas centrales de la rama, ilustrar las revistas con tapas impresas tipográficamente, por medio de la tricromía, un sistema de separación en placas o planchas de los tres colores primarios, a partir del proceso fotográfico.⁸⁰

⁷⁸ Su fachada fue protegida por ley en 2014.

⁷⁹ Gestada en 1887, inconfundible publicación de tapa roja de actualización mensual, con diversas bajadas según avanzaba su tirada —«Metropolitana de Transporte y Turismo» (1945), «Metropolitana y del Gran Buenos Aires» (1956), «Guía Peuser del viajero» (1956), «Metropolitana y sus alrededores» (1958), etc., incluía un desplegable, cuadrulado y numerado, con el plano de la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores, grilla que se correspondía con el texto y permitía averiguar en detalle, el recorrido de cada transporte. Informaba también las salidas de navíos de ultramar, fluviales y de cabotaje y horarios de ferrocarril. Brindaba, además, de manera pormenorizada “direcciones útiles” que incluía a las principales dependencias públicas, municipales y estatales —intendencias, consulados, embajadas, correos y telégrafos, comisarías, hospitales, etc.— así como privadas; cines, teatros y los principales hoteles.

⁸⁰ De esta manera, se confeccionaban tres clisés diferentes, uno por cada color, para luego imprimir esos colores superpuestos. Para 1918, la mayoría de los establecimientos contaban con prensas offset que aceleraron los tiempos de la producción, disminuyeron costos y generaron nueva fuente de trabajo.

Jacobo Peuser fallece a los 58 años, el 8 de noviembre de 1901. Supo construir un imperio gráfico y sumarse a las transformaciones tecnológicas de la época, como lo reflejan las numerosas sucursales en ciudades del interior que dieron cuenta de su progreso.⁸¹

Su viuda, Juana Badaró de Peuser tomará posesión del establecimiento junto con un apoderado general, y el mayor y el menor de los hijos Peuser, Jacobo Francisco y Manuel Alberto, respectivamente. De la progenie de Jacobo solo dos de sus hijas darán la continuidad al apellido, Juana María y María Angélica. La primera se unirá a Enrique Francisco Costa Piola, dando origen a la familia Costa Peuser y la segunda, a los Knaak Peuser por contraer matrimonio con Fritz Knaak. Un nieto de Jacobo, fruto de esta última unión, Gilberto Knaak Peuser asume el rol de director general y presidente de la firma, y, como editor, librero y marchand, inaugura en 1944, en la calle Florida 750 — pleno centro de la ciudad—, el Salón Peuser “un nuevo emprendimiento apoyado sobre las mismas bases que habían fundado los intereses culturales de la firma Peuser desde fines del siglo XIX” (Bermejo, 2011:1). El artista plástico y gestor cultural, Antonio Chiavetti asume, en 1945, la dirección de la galería hasta la muerte prematura de Knaak Peuser, en 1948 en Suiza. Chiavetti —entre 1999 y 2003— será uno colaborador permanente del periódico *Arte al día*, con su columna “Las pequeñeces y lo increíble en los grandes”.

La oferta artística del salón ayudaba a delinear el incipiente mercado del arte, además de favorecer la producción de la editorial y de la librería “desplegada [...] en los catálogos de exposiciones que editaba la misma firma, y la imagen asumía un nuevo protagonismo” (Bermejo, 2011). De alguna manera, Peuser, supo hacer interactuar los espacios legitimadores del arte, los institucionales (museos, salones) y los comerciales (galerías, colecciones) para “la consolidación del mercado”.

Jorge Augusto “Coco” Costa Peuser⁸², nieto de Juana María Peuser Badaró y Enrique Francisco Costa Piola retoma de sus antecesores el camino al mundo del arte y de la edición. Luego de una educación en el Liceo Militar, en 1965, desde su agencia

⁸¹ En La Plata en 1885 (Ing. Luis Monteverde esq. 83), Rosario en 1890 (Córdoba 1164-66, Santa Fe), Bahía Blanca en 1910 (O’Higgins 44), Mar del Plata en 1920 (Rambla 120), Mendoza en 1923 (Necochea 53) y Córdoba en 1924 (Deán Funes 61). Mientras que, en la ciudad de Buenos Aires, se inauguran la sucursal de Once (Av. Rivadavia 2718 en 1910), Anexo Florida (Florida 205, en 1930), la sucursal Constitución (Lima 1686, en 1938) y la de Boedo 735 (en 1939) en el barrio de homónimo.

⁸² Jorge Augusto Costa Peuser nació en 1927 y falleció a los 72 años, en febrero de 1999.

Costa Peuser Publicidad, entra en contacto con el ámbito artístico y cultural argentino a partir de la venta de avisos publicitarios a las casas de remate como La Casa de la Pintura Argentina o Subastas Roldán, entre otros. Es en esta etapa que aprende acerca de la compra y venta de obras de arte y donde comienza su propia colección.⁸³

En 1982, incursiona en el campo periodístico en sintonía con actividad de su bisabuelo. Colabora —a través de su columna Antes de colgar— con el diario *La Nación*, donde traza una semblanza de los artistas a priori de sus muestras, y, más tarde, desde las páginas del diario *Clarín*, da vida a la sección Arte y Antigüedades. No hay duda que la cercanía con los artistas, con los medios legitimadores y del consumo del arte (galerías, coleccionistas, anticuarios, casa de subastas, museos, empresas y medios de comunicación), contribuyen a afianzar su *know how* en el ámbito de las artes hasta convertirse en un operador cultural asociado al mercado del arte.

5.2. Revista de informaciones del mercado del arte y antigüedades

Luego de una primera frustrada experiencia editorial con un socio anticuario, en mayo de 1980, “Coco” Costa Peuser funda *Arte al día*, coincidiendo con la aparición en el mercado editorial de *Artinf*, *Arte informa*.

Si desde los sesenta las revistas delimitaron sus temáticas y concentraron sus objetivos dando origen a la especificidad de las publicaciones, *Arte al Día* —entre sus coetánea *La Actualidad en el Arte*, fundada por Celestino Fernández—, será la que mejor desarrolle y represente los conceptos de consumo e información como dos de sus equivalencias más significativas, asumiendo —con respecto a aquellas— el rol de “llenar un vacío existente en la amplia gama de revistas”, y, ser portavoz “de la información de actividades y del mercado del arte⁸⁴”. Objetivos que con claridad transmite en la Carta de la dirección a modo de editorial, del ejemplar número 1:

Es nuestro objetivo ser una amplia y segura “guía de arte” y de sus cotizaciones, lo que permitirá formar e impulsar un sólido mercado estrechando vínculos entre los coleccionistas, los diletantes, y quienes deseen ingresar en este mundo artístico sea en forma definitiva, o sólo temporaria.⁸⁵

⁸³ Entrevista a Marcela Costa Peuser, 9 de mayo de 2019, Ciudad de Buenos Aires.

⁸⁴ Cuando nos referimos a las publicaciones desarrolladas como órganos de divulgación, difusión e información del “mercado del arte” nos referimos a aquellas que dan cuenta del “concepto económico y artístico que designa al conjunto de agentes individuales e instituciones que se dedican a la explotación comercial del arte y que, como mercado, fija precios a los productos artísticos u obras de arte”.

⁸⁵ *Arte al día*, nro.1, año 1 de 1980.

Sin duda el comité de coordinación conformado originalmente por César Magrini como director adjunto, y un consejo consultor integrado, entre otros, por José Manuel Moraña, Carlos Cañas, Enrique Scheinshon, Julio Álvarez, Arturo Cuadrado, Jorge Álvarez y Juan Pedro Franze, ponderaron —en aquella editorial inaugural— la ubicación de la Argentina como cuarto centro del mundo en el movimiento artístico luego de París, Nueva York y Londres; y alertaron “entre líneas” sobre la implicancia que podría tener en el mundo del arte la falta de información sobre las actividades de un mercado *in crescendo*

Casi cien galerías de arte, casi doscientos anticuarios, ocho salas de concierto, cinco asociaciones musicales, veinte talleres, importantes empresas de remates especializadas en arte, más de cuarenta talleres de artes plásticas y otros tantos de artesanías muestran la dimensión de lo expresado.⁸⁶

El primer número se publicó con un gran esfuerzo, señala Marcela Costa Peuser, por esa época encargada de la coordinación gráfica de la revista, y directora responsable, desde el año dos mil de la plataforma www.arte-online.net sobre arte argentino contemporáneo. Aquel primer equipo se completó con Andrés Rodríguez Mercer como jefe de redacción, Mariano Costa Peuser, encargado de la fotografía, Diego y María Costa Peuser en archivo, y el Estudio 3 —Carlos Antonio Zorrilla, Gladys Stella Aguirre y Patricia López— en arte y diseño.

Comienza su circulación por las calles porteñas, bajo un formato de 21 × 28,5 cm con un parejo monocromo negro desplegado en 36 páginas de papel obra, para extenderse rápidamente a partir del número 4 a 52 páginas. Desde el 5, pasa a imprimir sobre papel ilustración, a uno o dos colores indistintamente en su interior, e incluye algunos pliegos centrales de color donde reproduce obras e imágenes de los artistas.

El nombre, *Arte al día*, ubicado en el margen superior izquierdo, mantendrá inmutable, su identidad gráfica⁸⁷ y puesta en página, hasta la actualidad. Aunque se desconocen las razones compositivas del logotipo, la elección de la Helvética como fuente tipográfica, tercera gran tipografía del siglo xx, creada por Max Miedinger en 1956 —por encargo de la fundición de tipos Haas de Zúrich— transfiere, tanto a la identidad como al proyecto editorial, sus atributos de sobriedad y modernidad.

⁸⁶ *Arte al día*, nro.1, año 1 de 1980.

⁸⁷ Consultada la familia Costa Peuser acerca del origen de su identidad gráfica y el porqué de la fragmentación de la fuente tipográfica, se desconocen las razones de su concepción.

Por debajo de éste, un texto en forma de bajada que describe el rubro inequívoco que ubica a la publicación dentro del mercado editorial: “revista quincenal de informaciones del mercado de arte y antigüedades”, y más por debajo, en letras pequeñas “aparece jueves de por medio”, circulación que se volverá flexible a corto plazo.

arte al día

Logotipo de la revista Arte al día creado en la década del ochenta

Arte al día, optó en sus inicios por portadas de carácter textual, situando a la vista del lector la mayoría de sus secciones interiores y títulos. Completa su primera apariencia una fotografía del artista Pérez Celis —“pequeña estampilla” como la describe Marcela Costa Peuser—, de 5,7 × 8 cm, que obligaba a direccionar la mirada del lector al centro mismo de la publicación. Esta primera puesta en página a lo largo de sus portadas de 1980, responde a una necesidad de darse a conocer en el mercado editorial, teniendo en cuenta, que excepto la sección de plástica que se expresaba con imágenes, la base de la revista era informativa y su origen residía en la escritura.



Portadas de *Arte al día* nro. 1 y 4 de 1980

De todas maneras, esta única imagen en la portada ganará en presencia, a medida que se amplían sus dimensiones. Primero, se extiende de manera horizontal al ancho de caja, hasta llegar al corte mismo del impreso. Más adelante, divide el plano de la portada de manera horizontal y luego, vertical. Reubica la información en dos secciones: del lado izquierdo los textos, del lado derecho la imagen, dejando una

“pequeña estampilla” en el punto central. Será en diciembre de 2003, con motivo de sus cien números publicados que la fotografía ocupe, finalmente, la totalidad de la superficie de la revista.



Registro de las transformaciones de la puesta en página de la imagen en las portadas de *Arte al día*

Si *Artinf*, definía su sumario a partir de los artículos de la Redacción y de sus colaboradores siempre bajo una temática específica en cada número, *Arte al día*, estructura el suyo a partir de secciones fijas, bajo denominaciones colectivas, con algunas variantes de ubicación en el cuerpo del impreso según la extensión de las notas. Personajes y Escenarios, Filatelia, Mercado de Pintura Argentina, Numismática, Fotografía, Críticas y comentarios, Actualidad plástica, Audiomanía, Informaciones del Interior, Informaciones del Exterior, Críticas y Comentarios, Quién es quién, Humor, Subastas y Datos útiles, serán algunos de los enunciados genéricos en el primer sumario, con el que *Arte al Día*, empieza a delinear su propio género discursivo: informativo y publicitario.

La revista —fiel a su especialización— dio lugar al mercado de las antigüedades donde la platería, tuvo un lugar destacado en la sección “Nota de Fondo”. Artículos sobre otras culturas y el diseño precolombino como Los tesoros del arte oriental, El arte

jesuítico-guaraní, La pirámide templo en Mesoamérica, Arquitectura Precolombina o Estética amerindia, entre otros, fueron publicados desde 1989 al 2000, por el crítico e historiador César Sonderegger, uno de los principales colaboradores de Costa Peuser.

La información como discurso visual

El diseño y de la diagramación de los números 1 al 5 de la revista se mantiene sin grandes modificaciones durante 1980: caja de textos a dos o tres columnas (a excepción de la última página dedicada a Datos Útiles en cuatro), en párrafos ordinarios emblocados con sangría al estilo español⁸⁸, siempre en familia tipográfica del tipo con serif⁸⁹ en sus variantes redonda, cursiva y negrita. Los usos tipográficos de los títulos en cambio, responden a un heterogéneo muestrario de romanas, romanas antiguas, egipcias y palo seco acompañados de algunos pocos adornos y rayas, casi como una escueta reminiscencia del Muestrario de tipos Peuser.⁹⁰

Con respecto a su materialidad, es a partir del quinto número que presenta variantes sustanciales. Hasta el cuarto su interior imprime en papel obra en color negro; la tapa, contratapa y el pliego central lo hace a cuatro colores en papel ilustración, solo las retiraciones de tapa y contratapa, habitualmente publicidades, oscilan entre uno o dos colores.

Con el número cinco yo pase a diseñar la revista, y mi hermano Diego a vender publicidad. Hasta ese momento la revista se hacía toda blanco y negro, salvo la tapa, y la página central que era un pliego a color. Le planteo a mi padre que una revista de arte tiene que ser a color. [...] entonces, imprimo las fotografías en un sistema más económico de separación de color que quedaba como una serigrafía. Así fue que llegó el color a *Arte al Día*.⁹¹

El color llegó y lo hizo sobre papel ilustración. A cuatro colores para las páginas dedicadas a las artes plásticas y, a dos colores —magenta o celeste acompañando al negro— para un mejor *aggiornamento* de los títulos, avisos y ornamentaciones, aplicado en pliegos de manera indistinta. Además, eran tiempos de las primeras

⁸⁸ El párrafo ordinario comienza con una sangría, habitualmente de 0,6 cm. El texto en este tipo de párrafo esta justificado y la última línea debe terminar con no menos de cinco letras y el punto final.

⁸⁹ Refiere a las romanas antiguas, aquellas que presentan un remate o terminal en forma triangular bien delimitada.

⁹⁰ El Muestrario de tipos Peuser, no presenta fecha de publicación, pero puede intuirse su publicación bajo la razón legal Peuser s.a., a partir de la década del 50, puesto que desarrollan y describen toda su gama de tipos tanto para Linotipo, Monotipo como para Composición a mano.

⁹¹ Entrevista a Marcela Costa Peuser, diseñadora gráfica, formada en la Nueva Escuela.

fotocomponedoras, y Marcela Costa Peuser, aprendía a componer párrafos en bandera (justificado solo de un lado), gracias a los talleres gráficos La Ley, imprenta de la revista, que poseía una de esas primeras máquinas. Luego incorporaba los textos a la revista, liberando párrafos de la estricta dominación del justificado de la anterior tecnología.



Interiores con aplicación de color. *Arte al día* nro. 5, 1980

En cuanto a su estructura visual llama la atención que, ante un sólido contenido pautado desde el sumario, que responde a informaciones determinadas y precisas — donde solamente las notas sobre los artistas quiebran ese fluido interno de información— en general, a medida que progresa la revista, la puesta en página se permite visibles libertades en su composición fuera de todo sistema visual preconcebido. Ejemplo de ello, cuatro versiones diferentes de sumarios que presentan estructuras diversas con muy pocos puntos en común desde el planteo de diseño.



Comparativa de diagramación de Sumarios. *Arte al día* nro. 1, 2 y 4 de 1980; nro. 12 de 1982.

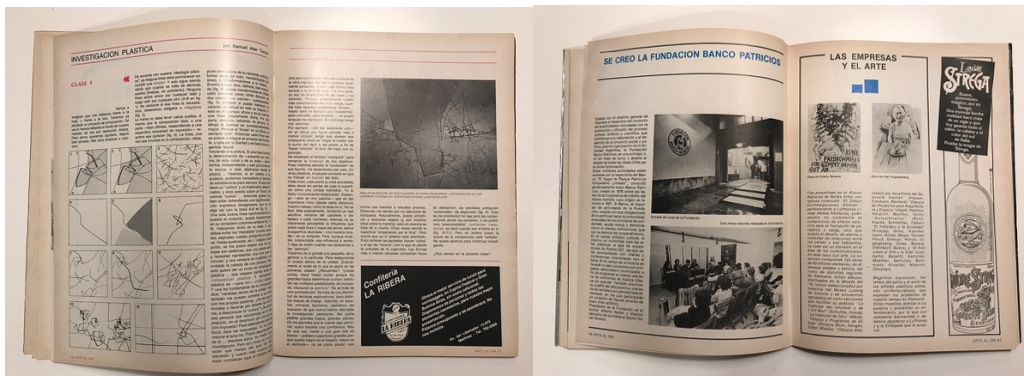
Una serie de pequeñas misceláneas, se despliegan en la publicación a partir del slogan “Su segura guía de arte” que aparece en la portada graficado como un sello. Esa misma estructura es usada para colocar el número de edición en tapa, luego para los sellos-nombres de secciones y finalmente la misma tipografía del tipo Stencil es aplicada para el titulo de sumario. Desde el punto de vista del diseño lo que resulta de estos detalles es la aplicación de un sistema visual. Pequeño, pero sistema al fin.



Sistema aplicado a partir de un uso tipográfico, 1982

A medida que la publicación progresa en el tiempo, se incrementa su cantidad de páginas: 36, 52, 68, 72, 80, 84, 88, 92, llegando a 116 en abril de 1984, una cantidad que de manera excepcional superará al ingreso del nuevo milenio.

Desde el número 19 de julio de 1984 y hasta el año siguiente, un joven César Bandin Ron, poeta, artista visual y diseñador gráfico, estará a cargo del diseño de la revista. La diagramación interior se ordena a partir de respetar una grilla que conjuga en las diferentes páginas según la extensión del texto. También los títulos se unifican en una misma tipografía palo seco, lo que le brinda armonía, no solo a la mirada, también ordena y armoniza la lectura.



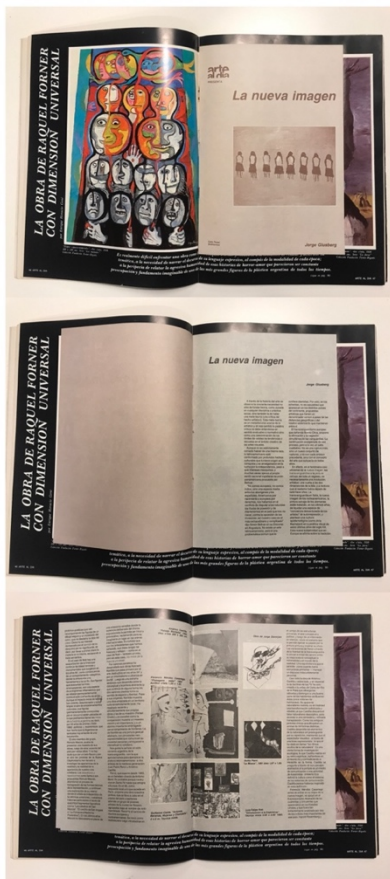
Diagramación interior de Cesar Bandin Ron, nro. 19 y 20, julio y octubre respectivamente

En octubre de este último año, y en virtud de su quinto aniversario presenta un ejemplar diferenciado, el número 20 de la revista, en un formato ajustado a 22 × 28 cm. Aunque prosigue con el azul y negro aplicado indistintamente en sus noventa y seis páginas interiores, un metalizado color plata, invade frente y dorso de su tapa y contratapa que, a su vez, se despliega al doble de su tamaño para exhibir —en formato miniatura— todos los diseños de sus veinte cubiertas a modo de gráfica retrospectiva.



Número especial, V aniversario de la revista, octubre 1984. Tapa y retirada desplegada

Durante esta década, algunas de sus ediciones, tendrán adosados en su interior ciertos “insert” de Costa Peuser Ediciones, cuya puesta en página exhibe un discurso visual diferente al planteado en la revista. Las formas compositivas y estéticas de estos “folletos” parecen extrapolados de la dimensión visual de *Arte al día*, como si



estuvieran animados por la influencia del diseño de los años cincuenta de nueva visión y Tomás Maldonado. Están compuestos por doce páginas en formato A5 (14,8 × 21 cm), e impresos totalmente en negro sobre papel obra de color (por lo general gris suave), con imágenes y textos *ad hoc*, como el del “CAYC” (septiembre, 1983); “La nueva Imagen” (diciembre, 1983); “Artistas en Papel” (julio, 1984), o con solo la cubierta impresa a cuatro colores como el de “Luisa Reisner” por Ernesto Ramallo (octubre, 1984). Todos priorizan los blancos en sus puesta en página, dando respiro a las columnas de textos —por lo general en bandera hacia la derecha—, y también a las imágenes encolumnadas. La tipografía parece abroquelarse en las “palo seco” oponiéndose a la romana de la revista. Marcela Costa Peuser recibe el crédito del diseño gráfico al final de la pieza. Al final

de esta misma pieza Arte al día, informa sobre la suscripción anual de cinco números, cuatro durante la temporada artística —de abril a diciembre— y un número denominado DOCUMENTA, que aparece fuera de temporada.

La oferta de un plus de ejemplares o los *inserts* incorporados a la revista, sin ser múltiples, pero casi como pequeñas piezas coleccionables, es parte del cambio significativo que atravesará Arte al día en la década del ochenta. Transformaciones que no involucran en sí, su dimensión visual, sino la textual. Arte al día, ingresa a una etapa de afianzamiento publicitario, que, al mejorar las condiciones y modos de producción, determina una mejor oferta y visibilidad para sus clientes.

Lo más relevante terminando los años ochenta es el direccionamiento de su perfil exclusivamente a los artistas y el mercado del arte. Atrás quedan los otros rubros desplegados en sus primeros ejemplares. En esta etapa, Costa Peuser se concentra en tres pilares: expansión, publicidad y difusión, características intrínsecas a las industrias culturales. Como primer medida rebautiza a la revista, en 1989, con el nombre de Arte al día Internacional, agregando al logotipo de marca la adjetivación por debajo del mismo, y al pie de la portada la frase en inglés “International Magazine of Latinoamerican Art Antiques”, anticipa los próximos contenidos bilingües (inglés-español). Este ejemplar de 96 páginas interiores, contiene pocas notas, la agenda, la guía de exposiciones, y el sumario ubicado en la página 11, antes y después son páginas dedicadas íntegramente a las publicidades.



Logotipo con el agregado de Internacional. Publicidades dentro del ejemplar de 1989

En un artículo para la revista *Artinf* de 1982, Jorge Glusberg expresa acerca de las acciones de consumo que es la creatividad quien conduce de valor de uso de un objeto, a valor de cambio. En esa línea de pensamiento, diez años después, Diego Costa Peuser, hermano de Marcela, participa con la revista en la Primera Edición de la Feria Art Miami de 1990, experiencia que le permite entrever la necesidad de ampliar los horizontes y, en sus palabras “pensar en grande”

El mercado en la Argentina era muy limitado y me pareció interesante trabajar en la conquista de América latina. Me di cuenta de que la revista podía ser un medio fundamental de difusión del arte de la región y sobre todo una forma de entrar en el gran mercado americano (*La Nación*, 2008).

Aquí comienza una nueva etapa de metas comerciales de la mano de las transformaciones del impreso, en la búsqueda de mas coleccionistas “que sigan a los artistas en su crecimiento y [...] los apoyen para una internacionalización”, decía Diego Costa Peuser, delineando un contenido de la revista que oscilará en el año dos mil, entre catálogo de publicidades, notas a artistas y guías de exposiciones.

Hemos visto en otros capítulos cómo los avances tecnológicos sofistican la calidad de impresión y reproducción, y habilitan mayores y variadas formas, así como diferentes modos de interrelación entre lo escrito y lo visual que —según Sandra Szir— operan en el amplio campo de las prácticas culturales de producción de sentido (2018: 63). La imagen en la revista será el “impulso innovador” e “invaluable accesorio del texto”, sin grandes narraciones, por el contrario, acompañada por pequeños relatos bilingües. Sumado a esta hegemonía, la materialidad adoptará nuevas calidades visuales acorde a los avances de las tecnologías del offset, papel ilustración con gramaje diferenciado en tapa e interior, impresión full color en toda la revista con terminación en polipropileno mate, lomo trazado y encolado en sistema *binder*. Una producción de calidad destinada a un público y un mercado internacional.



Ejemplares de *Arte al día internacional*

5.3. Periódico *Arte al día informa*

Así como Jacobo Peuser publicó el Periódico Argentino Alemán —influenciado por el primer diario francés dirigido y fundado en nuestro país por Bernheim, su maestro⁹²— Jorge A. Costa Peuser, con la inspiración puesta en el accionar de las generaciones anteriores, transita un camino de historias semejantes. Como un apéndice de la revista, desde sus oficinas de la calle Azcuénaga, dirige y produce también el periódico *Arte al Día informa*, que nace en los años noventa en color negro, sobre papel ilustración, en formato A4 (21 × 29,7 cm), y con una cantidad de páginas que variaba según la extensión de su contenido. Denominado más adelante periódico independiente, informativo y de opinión evoluciona hasta llegar a un tabloide de 6 a 20 páginas, impreso a una tinta negra en la Agencia Periodística CID–Diario del Viajero, con una tirada de 25.000 ejemplares de distribución gratuita

Si la revista fue pensada —en palabras de Marcela Costa Peuser—, para “abrir el arte” con un lenguaje “mas llano, accesible”⁹³, su hermano Diego dirá en una entrevista que con la aparición del periódico *Arte al día* “creció hasta llegar a un público ajeno al circuito del arte” (*La Nación*, 2008), alcanzando así una nicho de mercado hasta ese momento ignorado, sobre todo del interior del país.



Periódico *Arte al día informa*, abril de 1996

⁹² Nos referimos a *Le Courrier de la Plata*.

⁹³ Entrevista a Marcela Costa Peuser citada.



Pero el periódico no será su única publicación adicional. Para julio de 1998 *Arte al día*, produce la primera edición del *Directorio de Arte Latinoamericano*, donde convocan a participar a todas las entidades, museos, centros culturales, galerías de arte, talleres de artistas, etc. que quieran tener presencia en “América”. De esta forma, el propio impreso se convierte en una usina de contenido y en “base de datos” de clientes a nivel regional.

Al año siguiente y en virtud del fallecimiento —en el mes de febrero— del fundador de la revista, Diego Costa Peuser asume la dirección de toda la empresa “ARTE AL DIA, ha perdido a su fundador [...] va a continuar con sus publicaciones y su perfil editorial, que tanta repercusión ha alcanzado en el país y en el ámbito internacional” (carta de Editor, mayo de 1999).



El cambio mas sustancial que llevará a cabo la nueva dirección es el reemplazo de Philippe Derooy por Fermín Fèvre⁹⁴ como responsable de la dirección editorial de ambas publicaciones, las que al inicio del nuevo milenio, contarán con un segmento del mercado bien definido. La revista *Arte al día Internacional* se

vende en librerías de Estados Unidos, México, Colombia, Panamá, Puerto Rico, Chile y Uruguay y se ocupa de la pintura contemporánea de los países latinoamericanos, mientras que el periódico *Arte al día Informa*, sobre la actividad en el mundo de la plástica de Argentina, Chile y Uruguay.

Al igual que la revista en sus orígenes, el diario se estructura bajo las mismas premisas de secciones fijas inamovibles, aunque direccionadas mas al quehacer artístico que al mercado, no sin dejar de tener presencia. Además de contar con los suplementos extras o dobles páginas de Ferias de Arte y eventos masivos, la última página a cargo de

⁹⁴ A su fallecimiento, en 2003, lo reemplaza Gastón Deleau.

Adrián Gualdoni Basualdo, es la que informa sobre las novedades del mercado del arte. Las anécdotas de la tercera página, “Las pequeñeces y lo increíble en los grandes” (denominada a veces Recuerdos) será la columna fija de Antonio Chiavetti y a su lado, “La opinión de Fermín Fèvre” compartiendo el pliego; “La página de Rafael Squirru” reseña muestras y trayectorias de artistas en la quinta página. Además de notas federales sobre artes, reseñas de libros y la “Guía de Exposiciones de Buenos Aires y del Interior”. Serán sus colaboradores Rosa Faccaro, Cesar Sondereguer, Jorge Barón Biza, Julio Sapollnik, Julio Sánchez, Rafael Squirru, entre otros.

La puesta en impreso la conforma una grilla de cinco columnas con textos justificados en tipografía *serif*, con estas características transita de la diagramación no identificada de 1998, al del número 69 de 1999 diseñado por María Eugenia De Genaro. Desde el 2000 es reemplazada por Sebastián Sternschein, y dos años después, por Nicolas Arzamendia, quien se turna en el rol con Verónica Adragna.

La composición editorial irá incorporando sutilmente elementos (recuadros, franjas, esp[acios blancos, etc.) que en algunos casos refuerzan semánticamente la función de determinada información, es el caso de los títulos que al crecer en cuerpo se posicionan como inicio de lectura y no se aglutinan con los demás textos por igual.



Puesta en página de las secciones de Gualdoni Basualdo y Fèvre. Izq.: 1998 (diseño sin identificar); Der.: mayo de 1999 diagramada por De Genaro

Mas adelante, la diagramación se ordena con mas blancos que permiten concentrar las informaciones vertidas de manera precisa y delimitadas a un espacio reconocible.



Puesta en página de las secciones de Gualdoni Basualdo y Fèvre de mayo 2002 por Adragna

5.4. Año 2000. El campo expandido del impreso

Adelantamos cómo en el año dos mil *Arte al día*, redirecciona su contenido y su estructura interna, lo que acrecentó de manera exponencial su difusión y visibilidad, objetivos que Costa Peuser padre, se había propuesto al ingreso de los noventa. *Arte al día* ya no responde solo al impreso y sus derivados en el plano bidimensional sino que se organiza en torno una estrategia de “marca paraguas”, como medio de apropiación del mercado del arte, a través de ofrecer otros conceptos o subproductos comerciales de la empresa bajo el mismo nombre e identidad. La marca *Arte al Día*, parece encontrar en esta etapa de expansión su verdadera razón de ser, las características intrínsecas de la tipografía de aquel logo creado a comienzo de los ochenta: audacia, personalidad, y modernidad palabras claves hoy, que garantizan el éxito.

Instalado desde 2003 en Miami, Diego Costa Peuser, reestructura la revista en función de un nuevo contexto de producción, circulación y consumo. Si desde sus orígenes, el *target* del consumidor fueron los que consumían y comercializaban arte, en esta nueva etapa, los protagonistas de la revista serán los artistas del *establishment* (tanto argentinos como extranjeros) acompañados de textos de especialistas que dan

cuenta de sus muestras, instalaciones y performances; y las publicidades de las empresas, ferias y/o galerías que sustentan a dichos artistas.

Arte al Día Internacional con el fin de explotar sus intangibles —s sofisticación, *high class*, vip, diferente— junto con Gastón Deleau, director comercial de la revista, conciben nuevas unidades de negocio. Primeramente, las *Gallery Nights* y los *Gallery Days* eventos que proponen “un recorrido por las galerías y espacios de arte de la Ciudad de Buenos Aires a través de tres circuitos: Palermo/Villa Crespo, Recoleta/Retiro y Distrito de las Artes”⁹⁵. Luego, las ferias de arte: Perú Arte Contemporáneo [ParC], Pinta Miami y Buenos Aires Photo con el fin de convertirse un referente del arte latinoamericano. Actualmente la revista se publica a modo de catálogo de estas Ferias en el momento en que las mismas se están llevando a cabo.⁹⁶

Todas estas transformaciones —comerciales y personales— instaron a Marcela Costa Peuser, a abrirse definitivamente del negocio familiar e incursionar en sus propios proyectos. Reformulará el periódico familiar. Bautizado en los ochenta con el nombre *Arte al día Informa*, de 2006 a 2008 aparecerá como *Arte al día Informa ARG*, cuyo diseñador Pablo de Palma sera también el de la revista *Arte al día Internacional*, y de 2008 a 2011, *Arte al día News Argentina*.

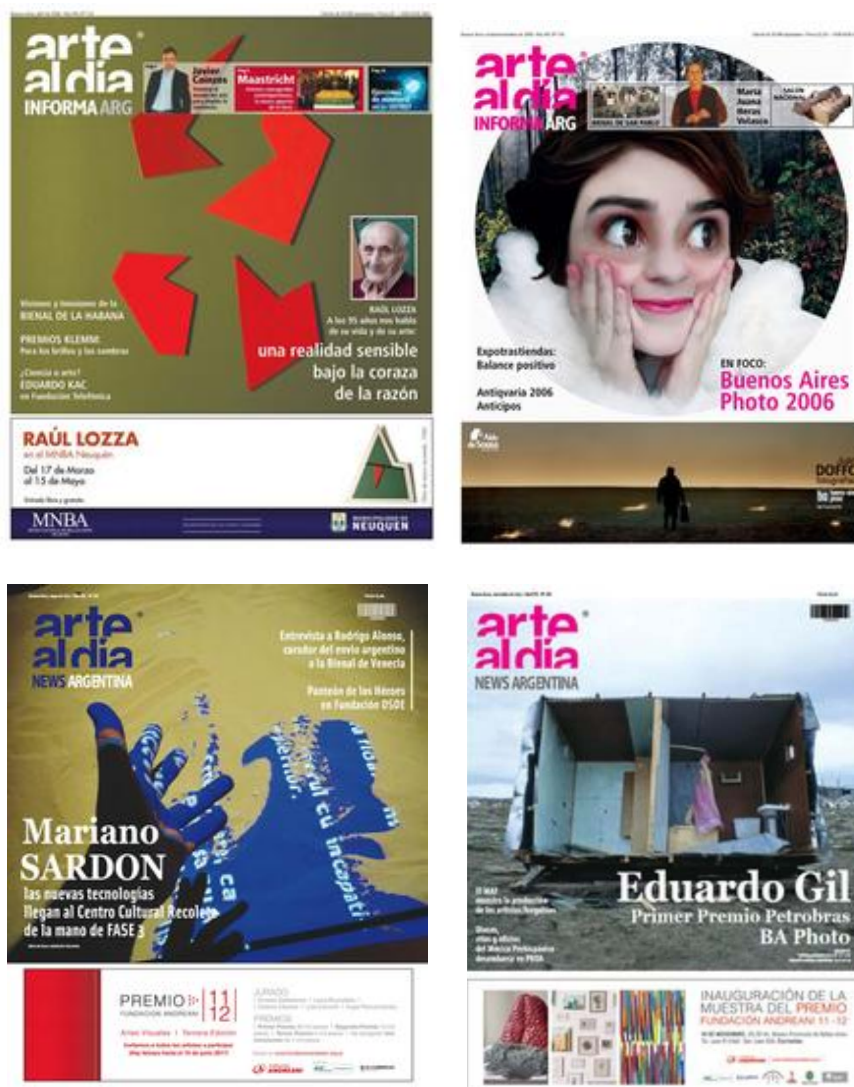
Como directora ejecutiva, Marcela, opta por una ecuación inversamente proporcional: reducir el formato para crecer en cantidad de páginas. Del formato de 29 × 41,5 cm de la época de su padre, pasará a 25 × 31 cm, y luego a 27 × 33 cm en 2006. Incrementa la cantidad de páginas a 24 que se imprimen a todo color en un papel obra de pulpa blanca que lo emparenta mas a un suplemento cultural coleccionable que a un periódico de papel prensa. Su tirada oscila entre los 30 mil y 15 mil ejemplares, ya no de distribución gratuita. Algunos de sus colaboradores de la etapa anterior se mantienen, y se suman otros como Jorge López Anaya, Rosa María Ravera, Laura Batkis, Adriana Lauría, Laura Feinsilber, Rodrigo Alonso y Victoria Verlichak, entre otros.

La diagramación del diario de este período es ecléctica en su individualidad y homogénea en su totalidad. Cada ejemplar contiene abundante información —mas

⁹⁵ Al momento de consulta de su plataforma online correspondiente, anunciaban la realización de la doceava edición de las *Gallery Nights*. Ver mas en <http://gallery.com.ar/>

⁹⁶ Aunque en la web de artealdia.com dice que se publica cuatro veces al año.

textual que visual—, dispuesta a 6, 5, 4, 3 y 2 columnas según las páginas, tipografías de textos con y sin serif, color de títulos variados, imágenes no mayores de 10 cm de ancho y muchas del estilo estampilla, excepto la de tapa que ocupa un tercio de la misma. Estas condiciones visuales que dan forma tanto a la versión de *Arte al día Informa ARG*, como *Arte al día News Argentina* parecen responder a una estructura pensada desde la dirección de la revista, puesto que las puesta sen páginas y diagramaciones a lo largo de seis años no presentan cambios considerables, aun con cambios de diseñadores designados, según consta en los créditos del staff de los diferentes periódicos.



Ejemplares de los periódicos Arte al día informa ARG y Arte al día News Argentina

5.5. De la materialidad a la visibilidad

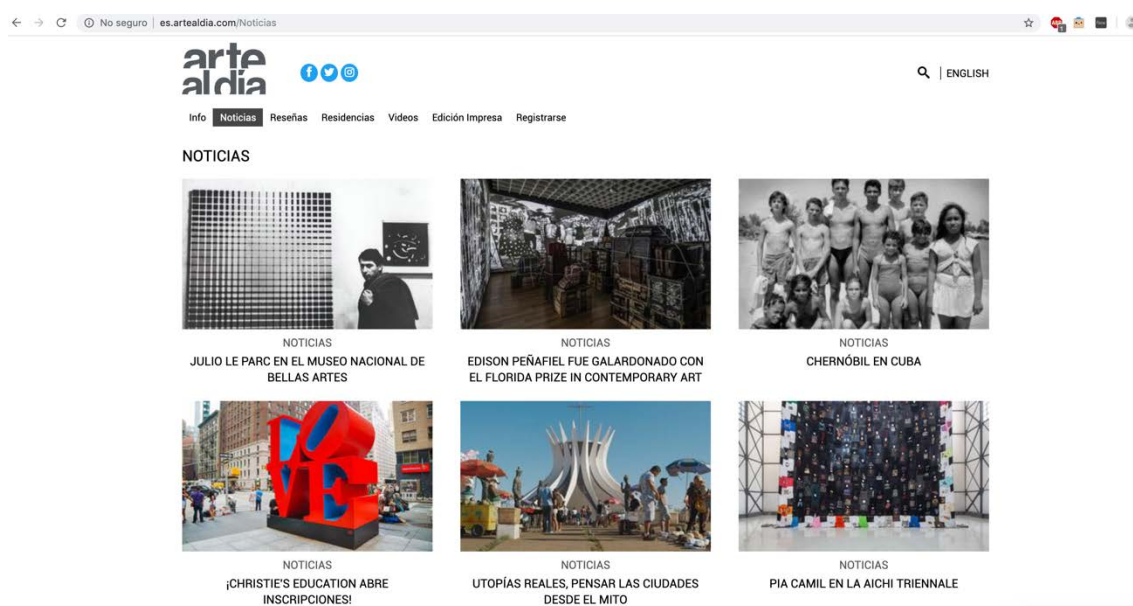
En esta instancia, y en función de las mutaciones materiales y visuales de *Arte al día*, debemos tener en cuenta que si las transformaciones tecnológicas en la producción gráfica que se sucedieron durante el siglo XIX promovieron la aceleración y multiplicación de la “fabricación de impresos y potenciaron la reproducción y emplazamiento de imágenes en sus páginas” (Szir, 2014: 72), la evolución de los dispositivos tecnológicos y la creciente interacción por parte de un usuario, en los últimos 30 años, no solo ha modificado el modo de circulación de dichos impresos sino también, la manera que tenemos de relacionarnos y apropiarnos de los mismos.

Según Artundo, el estudio específico de las revistas lleva a distinguir características particulares, y esas características hablan de las decisiones de cada proyecto. Diego Vigna por su parte, sostiene que las características materiales de producción denotan un posicionamiento específico, podemos entonces pensar que las nuevas tecnologías ubican a la *visualidad* como elemento central en torno al diseño, desplazando a la materialidad.

Diego Costa Peuser, director de *Arte al día Internacional*, paralelamente a la circulación de la revista impresa (aunque de aparición discontinua desde 2016), despliega su producto en otros dispositivos. Incursiona en el mundo virtual donde genera presencia de marca a partir de crear el sitio *artealdia.com* donde se presenta como *revista orientada a la promoción de artistas latinoamericanos contemporáneos, con más de 35 años de trayectoria*. Aunque se enuncia como “revista”, su estructura visual no replica la estructura tradicional de la versión impresa, ni tampoco la totalidad de su contenido editados en papel, al contrario, *Arte al día Internacional*, ahora bajo una narrativa digital coincide con un discurso gráfico virtual de *revista-blog* que son aquellas plataformas cuya información no refiere ni a un número de edición, ni a un volumen o dossier y por lo general, en su mayoría, tampoco se advierte una actualización permanente.

Actualizan sus contenidos sin una periodicidad definida, y las publicaciones se ofrecen en forma cronológica inversa, ubicando la entrega más actual arriba. El diseño y la estructura de esta naturaleza de espacios responden a la idea de “mancha” o “zona” donde encontrar los textos, con secciones definidas por una organización semántica, con etiquetas o palabras clave. (Vigna, 2015)

El menú digital de *Artealdia.com* esta conformado por 8 botones: Inicio, Noticias, Reseñas, Galerías, Residencias y Convocatorias, Videos, Edición Impresa y Registrarse. En el correspondiente a *Edición impresa* es donde adquiere presencia y se cataloga —con mínima información a modo de índice, y una imagen de tapa— a las ediciones impresas de *Arte al día*. Se verifica en esta sección el comentario de Vigna sobre la pérdida de actualidad de las *revista-blog* debido a la falta de actualización periódica al no alimentar de manera regular su contenido.⁹⁷ *Noticias* es la sección donde se actualiza la información con mayor frecuencia con hechos, acciones y eventos representativos del campo artístico siendo su relevamiento —por lo general— del presente inmediato, y debido a que es intrínseco a su denominación y a su área de relevamiento cultural la categoría de “internacional”, en esta sección se suceden —uno a continuación de otro— acontecimientos de procedencia indistinta guiados únicamente por la premisa de la inmediatez de hacer visible dicho acontecimiento antes que su propia fecha de vencimiento ocurra.



Captura de pantalla de la sección/entrada de Noticias de la plataforma digital de Arte al día (artealdia.com)

Por su parte, Marcela Costa Peuser, anuncia en el último ejemplar impreso número 188 de *Arte al día News Argentina* también un cambio de formato y de

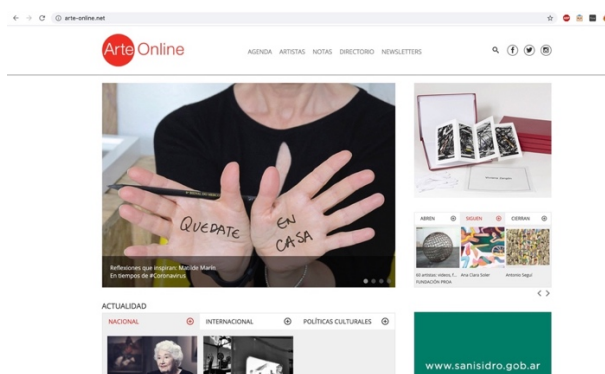
⁹⁷ Al momento de finalización de esta tesis la web artealdia.com registra como última edición impresa el nro. 151 de septiembre de 2016 con la artista Lydia Okumura en su tapa y como primer ejemplar al nro. 98 de agosto-septiembre de 2003.

denominación. Con fecha noviembre de 2011, el periódico en papel anuncia su muerte y su resurrección en el territorio de la virtualidad. Con esta breve necrológica *Arte al día News Argentina* se despide de la cultura impresa para renacer en el mundo virtual como www.arte-online.net, nueva plataforma dedicada al arte argentino contemporáneo.

Estructurada también bajo una puesta de diseño digital y programación de revista-blog, difiere de *Artealdia.com* en que la actualización de su contenido se realiza permanentemente. La migración de un soporte a otro, no alteró aquel tradicional contenido del periódico, por el contrario, condensa en un menú principal de cinco etiquetas —Agenda, Artistas, Notas, Directorio y Newsletter—, mas de treinta submenús, con los que despliega el *know how* de sus años impresos: Panorama cultural federal e internacional, Mercado del arte, Obra en foco, Remates, Política cultural, Artista destacado, Reseñas de exposiciones, Museos, Conferencias, Cursos, Presentación de libros, Agenda de eventos, para nombrar algunas. Estas no se denominarán «secciones» como en el impreso sino «entradas». Lo que se lee, se mantiene como una constante, el cómo se lee se construye con enlaces diseñados para conducir al lector a través de la información interconectada (Meggs, Purvis, 2009).



El emprendimiento muta de periódico impreso a plataforma digital.
Logotipos institucionales de cada etapa



Captura de pantalla de la sección/entrada de Noticias de la plataforma digital de Arte-Online
(www.arte-online.net)

Arte al día, revista o periódico, implicaba una lectura lineal del texto impreso, *Arte-online*, mediada por una pantalla como principal soporte de visualización, se suma a los nuevos modos de lectura que propone la narrativa hipertextual y que Chartier claramente etiqueta como “discontinua, fragmentaria, inmediata y espontánea” (Quevedo, 2016). Una textualidad electrónica ya no de arriba hacia abajo sino horizontalmente creando secuencias de textos se que despliegan dentro de la misma o en diferente pantalla, y donde la imagen se ubica, como define Szir, “en un lugar de privilegio [...] desafiando la hegemonía del texto” (2009: 53). *Arte-Online*, ofrece también otros servicios como diseño de páginas web, micrositiros de Instituciones, artistas, talleres de arte, difusión de artistas e instituciones en agenda y una *Newsletter* semanal y/o personalizadas producciones fotográficas o de videos. Redes y marketing digital.

En un mundo donde la tecnología es lo único que parece evolucionar, *Arte al Día*, fiel a su condición de dispositivo *por y para* el mercado del arte, reinventó su materialidad: del papel a la pantalla y de la pantalla al espacio tridimensional tangible. Con la misma identidad de marca expande su campo a plataformas digitales donde comercializa —a través de discursos textuales, visuales y ahora también audiovisuales— la visibilidad y difusión de la información del mundo del arte—; y a espacios expositivos —fijos o transitables— donde convergen todas las unidades de negocio: arquitectura y espacialidad (stands), producción de publicaciones y difusión virtual.

Las familias Peuser y Costa Peuser demostraron vibrar con la vitalidad propia del desarrollo de las artes y con las mutaciones visuales y tecnológicas de los diversos dispositivos comunicacionales, de la misma forma que las expresiones artísticas fueron modificaron sus propios soportes. Desde la materialidad explícita y sensorial del papel, a la transparencia intangible de la virtualidad, *Arte al Día*, en su vital devenir da sentido a su nombre.

Conclusiones

En el comienzo de esta tesis nos interrogamos sobre si los discursos visuales — estructuras compositivas y recursos gráficos— de las revistas culturales destinadas a las artes visuales pueden contribuir con un aporte diferencial a la praxis editorial dentro del diseño gráfico. Hemos visto cómo la sinergia del encuentro entre arte y diseño ha generado un salto cualitativo de las dimensiones visuales y materiales del objeto impreso, ampliando la perspectiva que ofrecía el papel en blanco hasta llegar a dotar a la tipografía de novedosas potencialidades.

Con respecto a la concentración de roles dentro de un mismo proyecto editorial y la responsabilidad inherente en las decisiones de diseño, tanto Silvia Ambrosini en *Artinf*, como la familia Costa Peuser, en *Arte al día*, encarnaron sus proyectos editoriales de manera unívoca. Ambos comparten la lógica de “empresa familiar” donde —en determinadas etapas— se presenta difusa la distribución de funciones. No obstante, en las publicaciones se evidencian las tensiones propias de un equipo heterodoxo donde se alternan los protagonismos de asesores y colaboradores en cuestiones de contenido literario y, con el paso del tiempo, esa alternancia también se observa entre profesionales del diseño.

En el análisis de los discursos visuales y textuales de *Artinf* y *Arte al día* se pueden distinguir dos estrategias editoriales diferenciadas. La primera, direccionada a la divulgación del pensamiento y convicciones en el campo de lo estético y cultural de determinados grupos de intelectuales, y la segunda, hacia una manifiesta estrategia empresarial-editorial, que procura tanto la sustentabilidad del impreso como la especificidad y la ampliación de su circulación. Nacida esencialmente de la matriz del arte, bajo la forma de periódico desde los setenta buscó diferenciar su contenido de otras publicaciones culturales, en base a un modo de producción académico-intelectual. Comenzó con una *puesta en impreso* en línea con la rigurosidad estética de la vanguardia concreta —dirigida a lectores involucrados con la actualidad cultural nacional e internacional— para luego mutar su materialidad hacia un formato de revista atípico. Este proceso, que podemos denominar como una “edición de autor”, convirtió en esta revista cultural en “marca reconocida” de una época.

Arte al día, por su parte, focalizada en la promoción del arte contemporáneo de Latinoamérica, en los noventa, amplió su contenido hacia otros formatos y variables del

impreso (periódico, directorio de arte, catálogo de feria), para reconfigurar su materialidad y expandirse hacia nuevos dispositivos del campo artístico (plataforma virtual, ferias y eventos artísticos) con la intervención de los relatos especializados, la profusión de imágenes y las reproducciones masivas que caracterizaron a la sociedad posmoderna. Los Costa Peuser plantearon un discurso textual de contenido preciso y operaciones compositivas del impreso acorde a una metodología comunicacional empresaria, en el cual las producciones se transforman en voceras de las industrias culturales y de los intereses propios de los actores que conforman las mismas. Es la existencia de estas “secciones fijas, inamovibles y pautadas”, la que brinda la posibilidad de comercializar el impreso.

Identificar los discursivos visuales tanto de *Artinf* como de *Arte al día* nos llevó a estudiar desde la perspectiva del diseño la puesta en página de ambas revistas desde sus primeras apariciones, las mutaciones de materialidad del propio impreso, los dispositivos derivados como campo expandido del mismo, las dimensiones textuales y visuales y los modos de su producción propios del campo del arte de la época. También nos condujo a entrecruzar los contextos y dinámicas sociales en el seno de cada publicación, las posibles vinculaciones estéticas e influencias teóricas como antecedentes de su visualidad.

La articulación entre estas dos revistas nos enfrentó, entonces, a dos tipos de tendencias editoriales: *Arte al día*, volcada hacia un servicio informativo con fuerte protagonismo del capital simbólico de las imágenes, y *Artinf*, de características cognitivas. Ambas difieren, no solo en la dimensión visual del objeto impreso, sino en la forma de captación de sus potenciales lectores. Mientras que la primera se complace con una presentación eficaz de la información, que excluye —en el decir de Benjamin— los sucesos narrados de la experiencia del lector, la segunda intenta captarlo directamente. *Artinf*, como revista de autor, en cada nuevo ejemplar se propone sorprender al lector con una revista diferente —en la que se potencian contenido y visualidad—, mientras que, por el contrario, *Arte al día*, maneja una estrategia comunicacional en tanto órgano informativo que apela a una estructura fija (sumario, secciones, pauta publicitaria, etc.).

Por decisión empresaria —y en busca de la optimización de recursos— cada revista aplica una exacta ecuación entre espacios publicitarios y espacios destinados a contenidos específicos, y recurre a una forma de fidelidad más cercana al concepto de

consumidor que al de lector, confrontando con aquellas que llevadas por el lirismo propio de la disciplina que abordan, pueden haber transitado otros riesgos editoriales.

Las producciones estéticas poseen un modo de *ser* en el tiempo que, sin embargo, requiere de un *hacer* crítico-literario (el texto curatorial, el texto teórico, la documentación, la reproducción, la crítica,) para facilitar el contacto con sus públicos. Las revistas culturales—junto a los libros de artistas, catálogos de exposiciones, actualizaciones sobre el mercado del arte, etc. —, no solo son canales que asumen un rol fundamental en la difusión, sino que en sus propios proyectos editoriales contienen las claves para comprender el desarrollo del diseño de una época. En este sentido, el análisis comparativo del proyecto de *Artinf* y de *Arte al día* contiene las huellas que contribuyen a comprender los desafíos que debió enfrentar el campo cultural argentino en un período crítico para la expansión del mercado del arte latinoamericano y de las innovaciones tecnológicas que transformaron las comunicaciones y la industria editorial.

Bibliografía

- ALCAIDE, Carmen (1997). “El arte concreto en Argentina. Invencionismo-Madí-Perceptismo”, *Arte, Individuo y Sociedad*, nro. 9. Madrid: Universidad Complutense.
- ALEXANDER, Christopher (1986 [1966]). *Ensayo sobre la síntesis de la forma*. Buenos Aires: Infinito.
- ALMEIDA, Marta (2009). “Rebelión en la gráfica. Verónica Devalle: retrospectiva”, *Transferencias de Diseño, Revista iF*, nro.5, noviembre. Buenos Aires: Centro Metropolitano de Diseño.
- AMBROSINI, Silvia (1989). “Editorial”, *Artinf*, año 14, nro. 78-79, octubre, p. 6.
- ARTUNDO, Patricia M. (2004): *Mário de Andrade e a Argentina. Um país e sua produção cultural como espaço de reflexão*. São Paulo: Edusp.
- (2008). *Arte en revistas. Publicaciones culturales en la Argentina 1900-1950*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- (2010). *Reflexiones en torno a un nuevo objeto de estudio: las revistas*. En *Memoria Académica*. Recuperado en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1028/ev.1028.pdf (consultado mayo 2019).
- BAJTÍN, Mijail (2005). “Planteamiento del problema y definición de los géneros discursivos”. En M. Bajtín, *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- BALDASARRE, María Isabel (2006). *Sobre los inicios del coleccionismo y los museos de arte en la Argentina*. San Pablo: Anais do Museo Paulista, 293-321.
- (2008). “La revista de los jóvenes *Athinae*”. En Patricia M. Artundo, *Arte en revistas. Publicaciones culturales en la Argentina 1900-1950*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- (2017) “Ilustrar e Imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires 1830-1930”. En *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*, nro. 10. Recuperado en <http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=books/book.php&obj=272&vol=10> (consultado enero 2020)
- BARON SUPERVIELLE, Odile (1970). “La Música y la Industria en la Exposición de Osaka”, *Artinf*, año 1, nro. 3, noviembre.
- (1970). “Homenaje a Anton Webern”, *Artinf*, año 1, nro. 1, septiembre.
- (1970). “Primer Festival Internacional de Música Contemporánea”, *Artinf*, año 1, nro. 4, diciembre.
- (1999). “El placer de informar”, *La Nación*, Suplemento Cultura. Recuperado en: <https://www.lanacion.com.ar/214810-el-placer-de-informar> (consultado septiembre 2017).
- BARTHES, Roland (1964): *El arte y la cultura en la civilización contemporánea* (coloquio), Fundación Cini, Venecia, septiembre de 1964. En Piero Nardi (1966), *Arte e Cultura nella civiltà contemporanea*. Florencia: Sansoni.
- (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- BAY, Ana María (1954). “Hacia una plástica pura y universal”, *Arte Madí Universal*, nro.7-8, junio. p. 23
- BELTING, Hans (2009). *Imagen y culto*. Madrid: Akal.
- BELLIDO GANT, María Luisa (2012). “Las artes plásticas españolas en la revista *Correo Literario* (1943-1945)”, *Semata, Ciências Sociais e Humanidades*, vol 24, 435-450.
- BERMEJO, Talía (2011). “El Salón Peuser: entre la apuesta comercial y el afianzamiento de un mercado para el arte”, en *Arte y sociedad. Revista de investigación*, Universidad de Málaga, EUMEDNET, nro. 0, Recuperado en: <http://asri.eumed.net/0/tb.html> (consultado junio 2019).
- BERTONE, Paula (2006). “Había que borrarne: que es lo que hicieron siempre. Lidy Prati conversa”, *Ramona*, nro. 62, pp. 64-77.
- BERTÚA, Carla (2016). “Entre el atelier y el escaparate”, *Boletín de Arte*, año 16, n.º 16, septiembre.
- BIL, Damián Andrés (2007). *Gran industria y descalificación en la rama gráfica en la Argentina, 1870-1930*. Recuperado en: https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/Filo_f804f7cd97a2d8bba1926a6290157e78 (consultado noviembre 2018).
- BILL, Max (1970). “Múltiples”, *Artinf*, nro. 3, noviembre, p. 7.
- BLANCO, Ricardo (2013). “La abstracción en el Río de la Plata. Su incidencia en el Diseño argentino”. En *Anales del IAA*, Recuperado en:

- <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/115/103> (consultado mayo de 2018).
- BLIFFELD, Alejandra (2014). *La vida de las revistas*. diCom, Recuperado en: <https://maestriadicom.org/articulos/la-vida-de-las-revistas/> (consultado noviembre 2019).
- BOURDIEU, Pierre (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- BURUCÚA, José E. (1999). *Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política* (tomo II). Buenos Aires: Sudamericana.
- CABO, Josefina (2014). “La Imprenta de Martín Biedma (1872-1910)”, *Orbis Tertius*, 19 (20), 141-147. Recuperado en <https://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/view/OTv19n20a16> (consultado febrero 2020)
- CARTER, Boyd G. (1963). “Las revistas literarias argentinas (1893-1960)”, *Revista Iberoamericana*, 29 (56), 341-344. Recuperado en: <https://doi.org/10.5195/reviberoamer.1963.2081> (consultado marzo 2020)
- CHARTIER, Roger (1992). *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa.
- (1993). “Textos, impresos, lecturas”. En *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza.
- (1995). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona: Gedisa.
- (1996). “La historia hoy en día: dudas, desafíos, propuestas”. En Ignacio Olabarri y Francisco Javier Caspistegui (dir.), *La “nueva” Historia Cultural: la influencia del postestructuralismo y el auge de la interdisciplinariedad*. Madrid: Universidad Complutense.
- (2006). *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin*. Buenos Aires: Manantial.
- (2006). *Inscribir y borrar. Cultura escrita y literatura (siglos XI-XVIII)*. Buenos Aires: Katz.
- CHARTIER, Roger (dir.) (2002). *Prácticas de lectura*. La Paz: Plural.
- CORTI, Laura (2012). *Discurso del Diseño: La revista Summa y el desarrollo del campo disciplinar del Diseño Gráfico en la Argentina (1963-1993)*. Buenos Aires: Instituto de Arte e Investigaciones Estéticas “Mario J. Buschiazzo” (FADU-UBA).
- COSME CHUECO, Manuel (1886). *Los Pioneers de la industria nacional*. Buenos Aires: Imprenta de la Nación.
- COSTA, Joan (2018). “Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del Siglo XXI” *Razón y Palabra*, 100, vol. 22, 1 100, enero-marzo. Recuperado en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/index.html> (consultada marzo 2020)
- COSTA, María Eugenia (2016). “Semblanza de Jacobo Peuser (1843-1901)”. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes – *Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI) – EDI-RED..* Recuperado en <http://www.cervantesvirtual.com/obras/materia/editores-y-edicion-americana-latina-siglo-19-29189> (consultada mayo 2019)
- (2018). “Trayectoria del librero e impresor Jacobo Peuser”. En Fabio Ares (comp.), *En torno a la imprenta en Buenos Aires*. Buenos Aires: Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico.
- (2018). “La trayectoria de Attilio Rossi en los albores del diseño editorial moderno en Argentina (1935-1950)”, *Caiana*, 12, primer semestre, 156-172
- CRISPIANI, Alejandro (1996). “Las teorías del buen diseño en la Argentina. Del Arte Concreto al Diseño para la Periferia”, *Crítica*, n° 74, diciembre. Buenos Aires: Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas Mario J. Buschiazzo, FADU.
- (2011). *Objetos para transformar el mundo. Trayectorias del arte concreto-invencción, Argentina y Chile, 1940-1947*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Buenos Aires: Prometeo 30/10; Santiago de Chile: Ediciones ARQ, 2011.
- DAGATTI, Mariano y Paula Siganevich, (2013). “El diseño gráfico en la era de ‘la Precarización de Sí’”. En Lydia Elizalde et. al., *Semióticas gráficas*. Buenos Aires: La Crujía.
- DE DIEGO, José Luis (Dir.) (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- DEL GIZZO, Luciana (2005). *La vanguardia después de la vanguardia: El invencionismo y su deriva en el movimiento poesía buenos aires (1944-1963)*. Tesis de doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- DEVALLE, Verónica E. (2006). “Un nuevo planteo conceptual sobre la tipografía. Maldonado y la revista nueva visión”, *Question*, 1 (11), Universidad Nacional de La Plata, invierno (julio-

- septiembre). Recuperado en, <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/221> (consultado enero 2020)
- (2007). “El proyecto cultural de la revista *Nueva Visión*”, *XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán.
- (2008). “El diseño gráfico en la Argentina. Buenos Aires”, *Alpha* 27, diciembre, p. 217-228.
- (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- (2009). “Hacia la síntesis de las artes”, *Anclajes* 13, diciembre.
- (2010). “*Nueva visión* (nv): una revista de arte en los años ’50, una revista de diseño en la actualidad”, *Revista Lis*, Año 3, nro. 5. p. 8. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.
- (2013). “Tradiciones disciplinares en la conformación del discurso del diseño gráfico. Herencias, legados y horizonte de proyección”. En Lydia Elizalde et al., *Semióticas gráficas*. Buenos Aires: La Crujía.
- DOLINKO, Silvia (2008). “El rescate de una cultura ‘universal’. Discursos programáticos y selecciones plásticas en *Correo Literario*”. En Patricia M. Artundo, *Arte en revistas*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- (2009). “Grabados originales multiplicados en libros y revistas”. En L. Malosetti Costa y M. Gené (comps.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa, p. 165-194.
- (2011) “Obra múltiple en la ampliación del consumo artístico”, *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina* (vol. 1). Buenos Aires: CAIA-Eduntref, p. 363-391.
- (2012). *Arte plural: el grabado entre la tradición y la experimentación, 1955-1973*. Buenos Aires: Edhasa.
- DOLINKO, Silvia y Ma. Amalia García (2017). “Dispositivos para lo nuevo: diálogos entre publicaciones de la modernidad latinoamericana”, *Revistas de Arte Latinoamericano*, Recuperado en <http://www.revistasdeartelatinoamericano.org/items/show/62>
- DORFLES, Gillo (2016). *El devenir de las artes*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DORNER, Alexander (1955). “Laszlo Moholy Nagy”, revista *nueva visión*, nro. 7, Buenos Aires, p. 11.
- ESCOBAR, Claudia y Silvia Salgado Ruelas (2008). “El libro y el pueblo, revista de largo aliento”. En Lydia Elizalde (coord), *Revistas culturales Latinoamericanas 1920-1960*. México: CNCA.
- ENGLEKIRK, John (1961). “La literatura y la revista literaria en Hispanoamérica”, *Revista Iberoamericana*, 26(51), 9-80. Recuperado en: <https://doi.org/10.5195/reviberoamer.1961.2007> (consultado marzo 2019).
- GABRIEL, Markus (2016). *Por qué no existe el mundo*. México: Océano.
- GARCÍA, María Amalia (2001). “El diseño de una colección: Tomás Maldonado e Ignacio Pirovano en la representación del arte concreto”. En AAVV. *Poderes de la imagen. IX Jornadas de Teoría e Historia de las Artes*. Buenos Aires: Centro Argentino de Investigadores en Arte (CAIA).
- (2002). “La ilusión concreta: un recorrido a través de *Nueva Visión*”, *Revista de cultura visual*, 1951-1957, serie monográfica. Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- (2009). “Lidy Prati y su instancia diferencial en la unidad del arte concreto”, en Adriana Lauria, María A. García y David Weseley, *Yente/Prati* (cat. exp.), Buenos Aires: Malba.
- (2011). *El arte abstracto. Intercambios culturales entre Argentina y Brasil*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- (2012). “La revista Arturo y la conexión carioca”, *Pós: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFGM*, v. 2, n. 4, nov, p. 36-59. Belo Horizonte.
- (2015). “Vanguardia en doble página. Intervenciones del invencionismo argentino en la revista *Joaquim*”, *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, nro. 61, p. 159-182, agosto, doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v0i61p159-182>
- (2019). “Tomás Maldonado to Max Bill, letter, Buenos Aires, January, 1949, Bill Archive”. En AA.VV. *Abstract Crossings: Cultural Exchange between Argentina and Brazil*. University of California Press: California.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990). *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.

- GARCIA TERÁN, Marta (2012). "El arte busca que pienses distinto", *Sophia Online*, 14 de noviembre. Recuperado www.sophiaonline.com.ar/el-arte-busca-que-pienses-distinto/ (consultado diciembre 2019).
- GENE, Marcela y Sandra Szir (comp) (2018). "Tradiciones y cambios en las 'guías del tiempo'". *A vuelta de página*. Buenos Aires: Edhasa.
- GIORGI, María Eugenia (2012). "La Maestría desde adentro: introducción al Diseño Comunicacional. Entrevista con Enrique Longinotti". En *DiCOM*. Recuperado en: <https://maestriadicom.org/articulos/la-maestria-desde-adentro-introduccion-al-diseno-comunicacional-entrevista-con-enrique-longinotti/> (consultado diciembre 2019).
- GIRBAL-BLACHA, Noemí María (2014). "El poder de la palabra y la imagen. El Centenario de la Casa Jacobo Peuser S. A. (1867-1967)", *IAHM. Revista de Historia Bonaerense*, 43.
- GIUNTA, Andrea (2001). *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los años sesenta*. Buenos Aires: Paidós.
- GLUSBERG, Jorge (1980). "Producto de consumo o un valor cultural", *Artinf*, nro. 31/32, marzo-abril.
- GÓMEZ DE LA SERNA, Ramón (2009): *La penosa manía de escribir: Ramón Gómez de la Serna en la revista Saber Vivir, 1940-1956*. Recuperado en https://issuu.com/mariusestudio/docs/g_mez-de-la-serna (consultado mayo 2019).
- GONZÁLEZ, Horacio (2014): "Palabras Previas". En *Revista Arturo: edición facsimilar*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2014.
- GUBERN, Roman (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GUERRINI SUAREZ, Florencia (2008): "Discursos críticos sobre el arte moderno en Argentina", *Ensayos. Historia y Teoría del Arte*, nro. 15. Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional de Colombia.
- HELGUERA, Delfina (2013). "El coleccionismo de arte en nuestro país y en el mundo actual", *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, nro. 59, octubre.
- HERRERA, María José (2014). *Cien años de arte argentino*. Buenos Aires: Biblos-Fundación OSDE.
- JOWETT, Garth S. (1992). "Imágenes de largo alcance". En Raymond Williams (1992). *Historia de la Comunicación: Vol.2. De la Imprenta a Nuestros Días*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- LASCH, Christopher (2003 [1985]). *The Minimal Self: Psychic Survival in Troubled Times*. En Stuart Hall, Paul Du Gay, *Cuestiones de Identidad Cultural*. Buenos Aires: Amorrortu (2003), p. 49.
- LEDESMA, Jerónimo (2006). "Política de la sombra", *Variaciones Borges*, nro. 21, p. 175-206.
- (2009). *La revista perdida: Saber Vivir, 1940-1956*. Buenos Aires: Fundación Espigas.
- LOERI, Nelly (1989). "Mágicos objetos en el camino del arte", *La Nación*, 19 de noviembre, p. 10-11.
- LONGONI, Ana (2010). *Poéticas/Políticas*. En CIA. Recuperado en: http://www.ciacentro.org.ar/sites/default/files/longoni_completo.pdf (consultado marzo 2019).
- LÓPEZ ANAYA, Jorge (1989). "Actualidad y desgaste del arte de los objetos", *La Nación*, noviembre, p. 5.
- MALDONADO, Tomás (1949). "El diseño y la vida social", *Boletín del Centro de Estudiantes de Arquitectura*, nro. 2, octubre-noviembre, 7-8.
- (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: GG.
- (1997). *Escritos Preulmianos*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- MALOSETTI COSTA, Laura y Marcela Gené (comp.) (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa.
- MANZINI, Ezio (1986). *La matière de l'invention*. París: Centre Georges Pompidou.
- MARGOLIN, Victor (2008). *Las políticas de lo artificial. Estudios y ensayos sobre diseño*. México: Editorial Designio.
- MEGGS, Philip B. y Alston W. Purvis (2009). *Historia del diseño gráfico*. México: Mc Graw-Hill.
- MELÓN PIRRO, Julio César (2015). *La prensa de oposición en la Argentina post-peronista*. Tel Aviv: Tel Aviv University.
- MÉNDEZ MOSQUERA, Carlos (1997). "Introducción". En Tomás Maldonado, *Escritos Preulmianos*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- MOLINARI, (Tortosa), Alina (1991). "La década del Ochenta en Buenos Aires". En *Los 80 en el MAM* (cat. exp.). Buenos Aires: Amigos del Museo de Arte Moderno, p. 7.
- MUNARI, Bruno (2004). "Un libro ilegible". En *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona: Gustavo Gili.

- OSUNA, Rafael (1998). *Tiempo, materia y texto: una reflexión sobre la revista literaria*. Kessel: Edition Reichenberger.
- PACHECO, Marcelo, (2013). *Coleccionismo de arte en Buenos Aires (1924-1942)*. Buenos Aires: El Ateneo.
- PATÍÑO, Roxana (2006). “Revistas literarias y culturales argentinas en los 80: usinas para pensar una época. Letras argentinas. Un nuevo comienzo. Revistas. Poesía. Teatro”, *Ínsula*, nro. 715-716, julio-agosto.
- (2008): “Revistas literarias y culturales”. En José Amicola y José Luis de Diego (eds.) *La teoría literaria hoy. Conceptos, enfoques, debates*. La Plata: Buenos Aires.
- PATÍÑO, Roxana y J. Schwartz (2004). “Introducción”, *Revista Iberoamericana*, 70 (208), 647-650. Recuperado en: <https://doi.org/10.5195/reviberoamer.2004.5529> (consultado mayo 2019).
- PERAZZO, Nelly (1997): “Tomás Maldonado y los orígenes de la vanguardia argentina”. En Tomás Maldonado, *Escritos Preulmianos*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- (2011). *Galería Lirolay 1960-1981*. Buenos Aires: Macla Editorial.
- PEUSER, Jacobo (1943). *Rasgos salientes de su vida y obra*. Buenos Aires: Editorial Peuser.
- PISCITELLI, Gustavo A. (2005). *Del objeto a la interfaz. Las pulidas y sanas teorías de Gui Bonsiepe*. Buenos Aires: Filosofitis.
- PITTALUGA, Mariana (2017): “Metodología del diseño: impronta científica en el diseño. Diseño y complejidad. La expansión del campo del diseño”, *área*, nro. 23, octubre.
- PIZZA, Antonio (2001). “Abstracción formal y las nuevas estilizaciones arquitectónicas”. En *Arte y arquitectura moderna. 1851-1933, Arquitect 3*. Barcelona: Ediciones UPC.
- PRIETO, Adolfo (1983). “Los años sesenta”, *Revista Iberoamericana*, 49 (125), 889-901 doi:<https://doi.org/10.5195/reviberoamer.1983.3846>
- PUIG COSTA, Manuel (2017). *Sobre el coleccionismo. Introducción a la historia*. Barcelona: Real Academia Europea de Doctores.
- QUEVEDO, Luis (2016). “Roger Chartier: Vivimos en la época de la digitalización de las relaciones”. En *Nuevos Papeles* Recuperado en: <http://www.nuevospapeles.com/nota/1128-roger-chartier-ldquo-vivimos-en-la-epoca-de-la-digitalizacion-de-las-relaciones-rdquo> (consultado marzo 2020).
- RESTANY, Pierre (1989). “El objeto más. Más allá del objeto”, *Artinf*, año 14, nro. 78-79, p. 44.
- ROCA, Cecilia (2016). “Odile”, *La Nueva*, 4 de septiembre. Recuperado en: <http://www.lanueva.com/nota/2016-9-4-9-1-0-odile> (consultado noviembre 2019).
- ROGERS, Geraldine (2019). “Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición”. En V. Delgado y G. Rogers (coords.). *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Colectivo Crítico; 5). Recuperado en Libros de la Fahce <https://libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/148> (consultado marzo 2020).
- ROMÁN, Claudia (2017). *Prensa, Política y Cultura visual*. Buenos Aires: Ediciones Ampersand.
- ROMANO, Eduardo (2015). *Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933)*, *REHIME. Cuadernos de la Red de Historia de los Medios*, año 5, nro. 4, 2015-2016. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- ROMERO BREST, Jorge (1972). “¿Qué es eso del arte?” (III Bienal de Coltejer, Medellín, Colombia). En Romero Brest, *Pensamiento en curso (inéditos 1972-1987)*. Buenos Aires: Corregidor.
- ROSSI, María Cristina (2004): “En el fuego cruzado entre el realismo y la abstracción”. En María Amalia García, Luisa Fabiana Serviddio y María Cristina Rossi, *Arte Argentino y Latinoamericano del siglo XX*. Buenos Aires: Fundación Espigas, pp. 85-125.
- (2010). “Búsquedas y Encuentros. Abstracción desde La Plata en los años sesenta”. En Isabel Plante y Cristina Rossi, *La abstracción en la Argentina: siglos XX y XXI*. Buenos Aires: Fundación Espigas, pp. 75-156.
- (2017). “La revista Arturo en su tiempo inaugural”. *I Jornadas Internacionales de Estudios sobre Revistas Culturales Latinoamericanas. Ficciones metropolitanas: revistas y redes internacionales en la modernidad artística latinoamericana*. Buenos Aires: Fundación Espigas.
- (2018). *La revista Arturo en su tiempo inaugural*. Buenos Aires: Fundación Espigas. Recuperado en: <http://revistasdeartelatinoamericano.org/items/show/57> (consultado octubre 2019).
- ROTHFUSS, Rhod (1950). “A propósito del marco”, en *Madi Nemsor*, nro 4, octubre.

- S/A (2008) “Llevar el arte bien lejos”, *Revista La Nación*, 10 de agosto. Entrevista a Diego Costa Peuser. Recuperado en: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/llevar-el-arte-bien-lejos-nid1036734> (consultado mayo 2019)
- S/A (2018) «Quién fue Jacobo Peuser, el hombre detrás de la famosa guía», *Revista Lugares-La Nación*, 10 de septiembre. Recuperado en: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/quien-fue-jacobo-peuser-el-hombre-detras-de-la-famosa-guia-nid2160362> (consultado mayo 2019).
- SAAVEDRA, M., Patricia Artundo (dir.) (2002). *Leer las Artes*. Buenos Aires: UBA.
- SAITTA, Silvia (2005). “La prensa literaria rioplatense”, *La Nación*, 20 de marzo. Recuperado en <https://www.lanacion.com.ar/688711-la-prensa-literaria-rioplatense> (consultado marzo 2019)
- SÁNCHEZ GARCÍA, Raquel (2005). “Morfología del texto y producción de sentido en la lectura”, *Ayer* 58. Madrid: Universidad Complutense.
- SARLI, Carla (2017). “El problema de diseñar en la complejidad: las metodologías y sus aportes teóricos”. En *diCom*. Recuperado en <https://maestriadicom.org/articulos/el-problema-de-disenar-en-la-complejidad-las-metodologias-y-sus-aportes-teoricos/> (consultado marzo 2020).
- SARLO, Beatriz (1992). “Intelectuales y revistas: razones de una práctica”, *América: Cahiers du CRICCAL*, n°9, 10. *Le discours culturel dans les revues latino-américaines 1940-1970*, p. 9-16. Recuperado en: https://www.persee.fr/issue/ameri_0982-9237_1992_num_9_1 (consultado marzo 2019).
- SATUÉ, Enric (1998): “La Bauhaus impone el diseño gráfico como categoría disciplinar”. En *El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.
- (2005). *El arte oculto en las letras de imprenta*. Real Academia Catalana de Bellas Artes de Sant Jordi, Barcelona, el día 22 de junio.
- SCHAEFFER, Jean Marie (2012). *Arte, objetos, ficción, cuerpo: cuatro ensayos sobre estética*. Buenos Aires: Biblos.
- SCHANZER, George O. (1970). “Historia de la literatura hispanoamericana a través de sus revistas”, *Revista Iberoamericana*, 36 (70), 145-146. Recuperado en <https://doi.org/10.5195/reviberoamer.1970.2411> (consultado mayo 2019).
- SELLE, Gert (1975). *Ideología y utopía del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- SIMON, Herbert y Pablo Noriega (ed.) (2006): *Las Ciencias de lo Artificial*. Granada: Comares.
- SOLÀ I DACHS, Lluís y Jaume Capdevila (2011): *Andreu Dameson: Geni de la caricatura*. Barcelona: Fundació Josep Irla.
- SOSNOWSKI, Saúl (1999). *La cultura de un siglo. América latina en sus revistas*. Buenos Aires: Alianza.
- SZIR, Sandra (2009). “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional”. En Marcelo Garabedian, Sandra Szir y Miranda Lida, *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*. Buenos Aires: Ediciones Biblioteca Nacional/Teseo.
- (2014). ‘Gráfica y discurso’, *Todavía* 32, segundo semestre. Buenos Aires: Fundación Osde.
- (2017). “Impresos que interpelan la mirada”. *Inmediaciones*, nro. 2. Uruguay.
- SZIR, Sandra (coord.) (2016). *Ilustrar e imprimir: una historia de la cultura grafica en Buenos Aires 1830-1930*. Buenos Aires: Ampersand.
- SCHWITTERS, Kurt (1924-1925). “Tesis sobre la tipografía”, *Merz*, nro. 11. Hannover.
- TARCUS, Horacio (2007). “Las revistas culturales argentinas”. En *Catálogo de Revistas culturales argentinas 1890-2007*. Buenos Aires: CeDInCI.
- TOMÁS, Silvia Inés (2015). “El discurso de y sobre las imágenes: artes plásticas y crítica de arte en tres revistas argentinas”. En Patricia Orbe y Carolina López (eds.). *Las revistas como objeto de investigación en Humanidades: Perspectivas de análisis y estudios de casos*. Bahía Blanca: Hemisferio Derecho.
- USUBIAGA, Viviana (2012). *Imágenes inestables*. Buenos Aires: Edhasa.
- VIGNA, Diego (2015). “De la tradición de revistas al mundo virtual. Aproximación a las publicaciones culturales digitales en el campo intelectual argentino de la última década”, *Pilquen (sección Ciencias Sociales)*, v. 8, nro 3.
- WILLIAMS, Raymond (1992). *Historia de la Comunicación: Vol.2. De la Imprenta a Nuestros Días*. Barcelona: Bosch Casa Editoria.
- YOLIS, Milena (2017). “Arte Madí Universal en clave visual”. En *I Jornadas Internacionales de Estudios sobre Revistas Culturales Latinoamericanas. Ficciones metropolitanas: revistas y*

redes internacionales en la modernidad artística latinoamericana. Buenos Aires: Fundación Espigas. Recuperado en http://publicaciones.espigas.org.ar/index.php/espigas/yolis_arte (consultado octubre 2019).

Repositorios consultados

Archivo Arte al Día Internacional
Archivo Cristina Rossi
Archivo Laura Buccellato
Archivo Galería Osvaldo Centoira
Archivo Mónica Pallone
Archivo Fundación Espigas
Colección Marion Helft
Biblioteca Ediciones Amperstand
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Biblioteca del Museo de Bellas Artes
Biblioteca Universidad Nacional de San Martín
Instituto de Arte Americano Universidad de Buenos Aires

Repositorios virtuales (Publicaciones periódicas consultadas)

<http://www.artaaldia.com/>
<https://www.arte-online.net/>
Americalee, portal de revistas latinoamericanas del CeDInCI <http://americalee.cedinci.org/revistas/>
Revistas de Arte Latinoamericano <http://revistasdeartelatinoamericano.org/>
Fundación Espigas <http://catalogo.espigas.org.ar/>
Archivo Lafuente: Latinoamérica 1920-2000 / Arte concreto- invención/Madí/Perceptismo, <https://archivolafuente.com/>
Instituto de Arte americano e Investigaciones estéticas “Mario J. Buschiazzi”, <http://www.iaa.fadu.uba.ar/>
REDCSUR Red Conceptualismos del Sur <http://www.archivosenuso.org/>
Archivo digital de documentos del arte latinoamericano y latino de siglo xx del ICAA <http://icaadocs.mfah.org/icaadocs/ELARCHIVO/>
Repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata <http://sedici.unlp.edu.ar/ci>
Revista de Letras y Ciencias Humanas <http://www.insula.es/>
Instituto de Teoría e Historia del Arte Julio E. Payró <http://payro.institutos.filo.uba.ar/>
Portal de Publicaciones Científicas y Técnicas <http://ppct.caicyt.gov.ar/>
Caiana. Revista académica de investigación en Arte y cultura visual <http://caiana.caia.org.ar/>
Portal de revistas de la Universidad Nacional de La Plata <http://revistas.unlp.edu.ar/>

Agradecimientos

Cristina Rossi
Sandra Szir
Jorge Caterbetti
Marin Eppinger
Laura Buccellato
Osvaldo Centoira
Marcela y Diego Costa Peuser
Fernando Amengual
Mariángeles Fernandez Rajoy
Viviana Usubiaga