

¿Innovación o tendencia? ¿Política o mercado? La propuesta visual de la revista Transformaciones en la década del 70.

Daer, Nadia.

Cita:

Daer, Nadia (2017). *¿Innovación o tendencia? ¿Política o mercado? La propuesta visual de la revista Transformaciones en la década del 70. XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-019/326>

Nadia Daer – UBA - IEALC

¿Innovación o tendencia? ¿Política o mercado? La propuesta visual de la revista Transformaciones en la década del 70

Introducción

Transformaciones. Enciclopedia de los grandes fenómenos de nuestro tiempo fue editada entre agosto de 1970 y septiembre de 1973 por el Centro Editor de América Latina. Esta publicación se caracterizó por la incorporación de elementos visuales novedosos como fotografías (de gran tamaño y variados colores) y por el trabajo de diseño de sus portadas. Con el propósito de indagar en la estética de la época y acercarnos a una respuesta acerca de la propuesta innovadora y reflexionar sobre las tensiones entre democratización, vanguardia, industria y política, se caracteriza a la revista a partir de una serie de elementos. Los contenidos propuestos: temas y escritores; imágenes seleccionadas: fotografías, ilustraciones, collage, gráficos, etc. y las portadas de la publicación. Las décadas del 70 y del 80 han sido en diferentes manifestaciones de apertura o repliegue, la propuesta es aportar a estas miradas a partir del análisis de la propuesta visual de *Transformaciones*.

Este trabajo tiene el propósito de reflexionar sobre las representaciones visuales de *Transformaciones*, se analizan los modos en que aparecen textos e imágenes publicados en la revista. Textos e imágenes que son concebidas como irreductibles entre sí porque se exceden mutuamente y, si bien mantienen relaciones estrechas, no pueden confundirse. Cada una de estas formas de representación y la diversidad de sus manifestaciones cumplieron un papel dentro del campo cultural. El concepto de cultura y la perspectiva teórica con la que se trabaja contempla las relaciones de poder; la cultura deja de ser pensada como el simple reflejo de lo social y lo político y toma distancia de las miradas que se centran en la determinación cultural por las relaciones sociales. Desde este punto de vista la cultura se concibe como elemento central en la constitución de lo social y lo político en tanto se advierte como una dimensión a partir de la cual pueden producirse cambios que desbordan la esfera cultural. Este trabajo se realizó como parte de los avances de la tesis de maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES) de la Universidad de San Martín (UNSAM) y del proyecto UBACYT “Repliegue, crisis y reconstrucción: las expresiones alternativas de la cultura masiva bajo la dictadura militar (1976-1983)”.

El proyecto editorial del CEAL: entre el reciclaje y la democratización

Un mes después del golpe militar autodenominado “Revolución Argentina” que derrocó al gobierno de Arturo Illia (1963-1966) sucedieron los hechos que conocemos como “la noche de los bastones largos”, lo que significó la renuncia de una parte importante del cuerpo docente de la Universidad de Buenos Aires. Este suceso se encuentra muy ligado

al origen del CEAL ya que fue este episodio el que motivó la renuncia de Boris Spivacow a la Universidad de Buenos Aires. El Centro Editor de América Latina (CEAL) inicia sus actividades en septiembre de 1966 y se mantuvo activo hasta 1995, su producción fue prolífica, alcanzó 78 colecciones y casi 5000 títulos. Boris Spivacow fue profesor de la Facultad de Ciencias Exactas y gerente general de EUDEBA (Editorial de la Universidad de Buenos Aires) pero cuando la universidad fue intervenida decide abandonar sus lugares de trabajo y crear un nuevo proyecto. Esta iniciativa ponía en práctica una serie de ideas acerca de la literatura, la democracia y la cultura. Como señala Judith Gociol estos textos permiten desentramar “un sistema de ideas, un modo de producción, una forma de posicionamiento cultural” (Gociol, 2007: 9). La propuesta del CEAL fue novedosa en varios aspectos. Afectó la industria editorial de la época e influyó en “la edición de fascículos, la venta en los kioscos, antes que en las librerías, la distribución en todo el país, la diversidad temática, la amplitud de públicos, la calidad de los contenidos, el tono de divulgación (pedagógico, quizá, pero en su mejor sentido, y no como bastardeado sinónimo de lo escolar) que tenían los textos” (Gociol, 2007: 12).

Otro de los rasgos sobresalientes del CEAL fue su concepción democrática para la producción editorial. Este emprendimiento fue concebido bajo la idea de que un libro es un artículo de primera necesidad y por eso debía valer menos de un kilo de pan. El eslogan que sintetiza esta idea es: “Más libro para más”. Boris Spivacow profundizó el modelo que había caracterizado a EUDEBA. El pasaje del ámbito público al privado y el distanciamiento del ámbito universitario le permitió ampliar la propuesta editorial hacia otros públicos y temas - cabe mencionar que esa apuesta se había iniciado en la editorial universitaria -. Para Spivacow el rol del editor era el de determinar los gustos de los públicos, interpretarlos y adaptarlos a ellos con el objetivo de saldar esa demanda. “Ser editor es tratar de encaminar al público en cierta dirección, tratar de ampliar las percepciones que hay en su mente, en sus sentimientos” (Fernández, 2006: 48). Por ello creaba distintas colecciones que estaban orientadas a satisfacer diversos gustos, a diferentes públicos. Para Beatriz Sarlo, “Capítulo inauguró la era revolucionaria del fascículo en Argentina. Ahora las revistas vienen acompañadas de las cosas más diversas –incluido el guiso del día anterior– pero por entonces nunca se había entregado un fascículo con un libro, por lo menos en América Latina. Para ambas ediciones fueron convocados los mejores especialistas, lo que provocó el ingreso a la escritura crítica de la generación anterior a la mía, de la mía y de la que vino después” (Gociol, 2007: 32). El fascículo tiene una estructura que conforma la idea de serie, tiene definidas sus formas retóricas y visuales de modo fijo (Iriarte, 2007). Además tiene una narrativa concluyente, por eso refiere a la historia del movimiento obrero, la literatura, la ciencia, los temas de nuestra época, etc.

La venta de las publicaciones bajo el concepto de colección era una diferencia sustancial que se convirtió en ventaja comparativa para el CEAL; por un lado, en la etapa de producción, no se requiere de grandes inversiones y su preparación es más rápida y, por otro, el lector, tiene el beneficio de que con una suma baja de dinero adquiere tomos hasta completar la obra. Si se analizan los espacios de las publicaciones donde el CEAL le habla al lector que en su mayoría son la contratapa, encontramos que el discurso se orienta a destacar las facilidades económicas y la condición de la colección de los productos editoriales: “Los viernes adquiera en todos los kioscos esta obra que le ofrece el Centro Editor de América Latina: El cuento ilustrado”, “Mi país, tu país. Adquiérala en comodísimas cuotas mensuales”, “Ahora usted necesita solo 40 semanas para conocer la historia contemporánea de nuestro continente”, entre otros ejemplos. “Según el gerente

general, la editorial era rentable si permitía seguir sacando los libros a los que la gente debía tener acceso, por eso las ganancias de las colecciones de gran venta se utilizaban para solventar otras que devenían en fracasos comerciales” (Gociol, 2007: 12). Esto implicó una serie de consecuencias en las condiciones materiales de las publicaciones: papel de baja calidad, colecciones que se desarmaban, letra de menor tamaño y la aplicación de trucos gráficos; todo ello al servicio de una publicación de bajo costo (Gociol, 2007).

Miguel Palermo, colaborador del proyecto, sostiene que “todo el trabajo del Centro Editor debería llamarse como el de una de sus colecciones: Transformaciones” (Gociol, 2007:14). Los propósitos de democratización de la cultura del CEAL no fueron ajenos a la dinámica capitalista y de la industria cultural. Había colecciones que se alargaban para mantener en vilo al público a pesar de que ello implique una modificación de la obra, series que, según la conveniencia económica, se reducían o extendían; en muchas ocasiones el material se reorganizaba y conformaba una nueva publicación, se utilizaban diferentes fuentes que se reordenaban bajo un concepto o idea común; en el caso de las traducciones, muchas se realizaban con dedicación y seriedad y otras eran tan rápidas que solo consistían en el reemplazo de palabras que disimulen la versión original. Algunos de estos artilugios eran realizados directamente por Spivacow sin avisarles a autores ni directores (Gociol, 2007). Estas aventuras editoriales de reciclaje provocaron un efecto colateral, “en paralelo a su publicación, o apenas la colección se terminaba, los fascículos eran reunidos en tomos respetando el orden de aparición, o agrupados temáticamente, entre otros criterios. Ese reaprovechamiento le dio perdurabilidad a la vida frágil y efímera de los fascículos” (Gociol, 2007: 14). A veces tomaba forma de enciclopedia, otras, de libro de historia.

La estrategia de Boris Spivacow era trabajar con estudiantes que se encontraban en su etapa de formación, pero que con el paso del tiempo se ubicaron en lugares consagrados dentro del campo intelectual argentino. Cada uno dentro de sus disciplinas específicas escribieron y aplicaron lo que estaban estudiando o investigando. Beatriz Sarlo, que en su momento era una estudiante de Letras, Oscar Steimberg, que se iniciaba en los estudios de la semiótica y la historieta, Alcira Argumedo quien pertenece al campo de la sociología, entre muchos otros ejemplos. En términos de Bourdieu podemos decir que los autores que escribieron en el Centro Editor no tenían posiciones privilegiadas dentro del campo en el que se desarrollaban (literatura, ciencias sociales, historia, filosofía, ciencias exactas, etc.). Sin embargo, con el tiempo se constituyeron en los principales referentes de sus disciplinas. Los trabajadores del CEAL eran personas de una gran formación, gente “que sabía de cine, de música, de literatura, de pintura y también de papeles, de gramajes, de tipos de imprenta y de precios. Para ellos los medios y los modos de producción no resultaron una consecuencia sino una parte constitutiva de la creatividad” (Gociol, 2007:12). Como alguna vez señaló Aníbal Ford, “eran laburantes de la cultura”. Anibal Ford, quien fue colaborador del CEAL y uno de los pensadores argentinos que realizó grandes aportes al campo de la comunicación y la cultura recuerda, sobre Spivacow, “Amarreteaba para que los libros salieran baratos, pero cuando había que jugarse tiraba la casa por la ventana. Era un tipo valiente, que se bancó tres dictaduras, publicando lo que él pensaba que había que publicar. Que vio cómo le quemaban los libros, cómo le ponían bombas, como le apagaban los incendios tirándoles manguerazos a los libros que se habían salvado, cómo caían sus colaboradores, a los cuales nunca abandonó, en la mala. Sin aflojar. Loco y jodido en el trabajo, gritón y a veces arbitrario, tenía una gran serenidad y lucidez en los momentos de peligro. Me importa muy poco que a alguien le

suene esto como un panegírico, porque lo es. Boris no era un santo, pero eran un gran tipo, de esos de los que ya no hay repuesto” (Maunás, 1995: 181).

Otra modalidad del CEAL fue su comercialización. La venta a través de los quioscos se consolidó como una de las formas de venta apropiadas para el público al que se dirigía. Era parte de una visión estratégica, muchas veces el lector al que se dirige la revista tiene más contacto con los quioscos que con las librerías: “el público va a tomar el colectivo, por ejemplo y con frecuencia se encuentra al lado de un kiosco de diarios y revistas. Se detiene y mira, sabe lo que va apareciendo. El público de librerías es un público más interesado en la lectura” (Entrevista del Archivo Nacional de la BN a Hugo Rapaport). Las tapas de las revistas de esta editorial tuvieron su desarrollo en función de la venta en los quioscos “debían pelear por un espacio de visibilidad” (Rocha, 2012).

“Mirala hasta que te guste”¹: De aperturas comerciales y culturales

La apertura económica de la década de 1960 trajo aparejada una serie de consecuencias que trascendió al campo económico y afectó a otros ámbitos, se destaca el de la cultura, las artes y los medios de comunicación de masas. La agenda cultural de Buenos Aires se adaptó a las transformaciones que se sucedían en el mundo. Durante estos años se dio un “intercambio cultural con el norte, la apertura del mercado de consumo masivo, el crecimiento del estándar de vida, el descubrimiento del potencial mercado de bienes culturales y de las consecuencias –queridas o no– de la industria cultural” (Devalle, 2009: 293). Esta permeabilidad hacia otras formas culturales convivió con un clima de agitación política y con el surgimiento de los movimientos de izquierda de las décadas de 1960 y 1970.

Las transformaciones en el mercado editorial se observan en la ampliación de los públicos lectores a través del crecimiento en la producción y en la venta. La década del 60 implicó un proceso de transformación de la sociedad y la cultura de la época, la incorporación de nuevas tendencias culturales y artísticas al repertorio nacional y su buena recepción, en especial en los centros urbanos de clase media, fueron posibles gracias a las condiciones económicas, pero también por una renovada disposición y extensión de los términos moderno y modernidad (Devalle, 2009). A esta década se la conoce como la de la “explosión visual”. Durante este período se conforma el campo profesional del diseño gráfico,² lo que contribuye a un interés mayor por la imagen. Devalle analiza la emergencia y la consolidación del Diseño Gráfico en Argentina a partir de dos experiencias que considera paradigmáticas: el Departamento de Diseño Gráfico del

¹ “Mirala hasta que te guste” fue una muestra realizada por la Biblioteca Nacional que homenajeó al Negro Díaz. La historia es resumida por Beatriz Sarlo en el folleto de la misma. “Recuerdo una anécdota de cuando alguien, que debo haber sido yo misma –no quiero acusar a otro–, dijo que no le gustaba una pintura, digamos, de Braque o de Matisse. Entonces, el Negro sonrió y dijo: ‘Mirala hasta que te guste’. No era la respuesta de un académico, era la respuesta de un vanguardista: la respuesta del forzamiento que hace un vanguardista. Son máximas estéticas para siempre, que celebro haber recibido en algún momento de mi vida”.

² El surgimiento del diseño gráfico como disciplina data de 1948. A partir de allí comienza un recorrido con influencias hasta su consolidación en 1984 –año en el que se crea la comisión que decide incorporar las carreras de Diseño en la UBA–. En el país impactaron las vanguardias europeas de principios de siglo XX, como el Arte Concreto Invención de los 40 y el Movimiento Moderno en arquitectura de los 50. Otros acontecimientos significativos fueron la creación de la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Cuyo en 1958 –la primera en el país– y en 1963 en la Plata. Luego, vino la explosión visual de los años 60 con el Instituto Di Tella, Agens y el CIDI, Tomás Maldonado y la Escuela de ULM. Finalmente, en 1985 la FAU (Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires) incorpora al Diseño y conforma la FADU.

Instituto Di Tella (ITDT) y la agencia Agens (agencia publicitaria del Grupo Siam Di Tella).³ Como señala la investigadora, las producciones que realizaron estos proyectos tienen un vínculo estrecho con el modelo desarrollista de la época. “Desconocer aquellas peculiares circunstancias sería una manera de empobrecer nuestro trabajo, reduciendo la ‘explosión visual’ de los años 60 a su comprensión en términos de una historia de las transformaciones en los medios de impresión o un más pretencioso, pero no menos limitado, enfoque morfológico *strictu sensu*” (Devalle, 2009: 288). Por ello, se considera acertada la mirada sobre las publicaciones del CEAL desde un marco más general que contemple las condiciones que hicieron posible su origen, desarrollo y evolución en términos económicos, pero también políticos y culturales. En particular, se destacan las variaciones en el campo del diseño gráfico y el de la comunicación y la cultura porque permitirán observar con precisión los aspectos visuales de *Transformaciones*.

El desarrollo del mercado publicitario afectó la comercialización de los productos en la región y las experiencias del Di Tella asumieron “las transformaciones gráficas que ya se estaban poniendo en marcha en el mundo, en particular el nuevo concepto publicitario que se manejaba en EE.UU. y la trayectoria de la Escuela Gráfica de Suiza” (Devalle, 2009: 295). Este crecimiento publicitario norteamericano surge para acompañar al modelo económico de producción masiva y al desarrollo de la sociedad de consumo, donde las empresas compiten por la diversificación de la demanda —y no por su satisfacción— e interpelan al deseo como motor de la compra.

En términos visuales, estas transformaciones comprometen a nuevos lenguajes. Se comenzó a utilizar el *collage*, el fotomontaje y otros recursos estilísticos que habían pertenecido a las vanguardias modernas, con el objetivo de combinar palabras e imágenes para remitir a una idea. También se producen cambios a nivel tipográfico en el mercado editorial, “la explosión de una nueva clase de publicidad, donde la cuestión gráfica empezaba a ser prioritaria compuso un nuevo diagrama de intereses” (Devalle, 2009: 297).

Se comenzó a hablar de “gráfica hablada”,⁴ lo cual implicó la fusión y exploración en distintos lenguajes. La composición gráfica se estaba liberando de tecnicismos tipográficos o de las aspiraciones a la “buena composición” que la habían precedido para transformarse en “texto”. “La exploración con los nuevos materiales y las nuevas tecnologías de impresión permitía la conjunción de un sinnúmero de elementos en la unidad mayor de la pieza de DG: foto, tipo, expresión plástica, ilustración, formas geométricas se liberan de sus anteriores pertenencias e ingresaban libremente al sistema de referencias construido desde una perspectiva comunicacional del Diseño” (Devalle, 2009: 309). Es pertinente recuperar los aportes que realizaron los Institutos Di Tella a la conformación del campo del diseño gráfico y pensar en estos rasgos a partir de

³ “La familia Di Tella y su empresa –SIAM– pueden ser consideradas el denominador común entre Agens y el Departamento de Diseño Gráfico del Di Tella, ya que de alguna manera encarnaron, en un proyecto industrial específico, las características de toda una época que parecía, entre otras cuestiones, comenzar a necesitar del Diseño. Bien podemos entonces pensar a SIAM Di Tella como exponente del concepto desarrollista de modernización que excedía lo meramente industrial, instalándose en la esfera de los servicios, la comercialización, como también dentro del campo cultural propiamente dicho” (Devalle, 2009: 288).

⁴ Juan Carlos Distéfano utiliza este término para describir la época. Personaje importante para el campo del diseño, escultor argentino de gran trayectoria que estuvo a cargo del Departamento de Artes del Instituto Di Tella entre los años 1960 y 1970. Era común que los profesionales del Diseño Gráfico se formaran en las disciplinas del arte y la arquitectura. “El DG se perfila como la respuesta necesaria a un campo cultural que ya no clasifica los productos en términos de fruición estética (arte) o consumo mercantil (publicidad). Por el contrario, se instalaba en una zona que paulatinamente iría adquiriendo mayor envergadura: el área de las comunicaciones” (Devalle, 2009: 308).

Transformaciones para trazar un mapa de continuidades y discontinuidades. Los Institutos fueron considerados como una síntesis de lo que estaba sucediendo en la época, “una experiencia profesional que retoma la trayectoria de “lo gráfico” en el país, incorpora tendencias y técnicas de trabajo internacionales y que, al estar directamente vinculada al campo cultural –por los objetivos del Instituto– puede pararse en la diversidad de lenguajes artísticos como insumo y disparador de su propio crecimiento” (Devalle 2009: 311). “La gráfica” surge como un área con cierta autonomía, una práctica cultural que se distingue del resto y que tiene procedimientos específicos.

La serie gráfica

En los aspectos visuales *Transformaciones* también se constituyó como serie, la repetición y estandarización de determinados rasgos contribuyeron a conformar la idea de colección. Se consideran a la portada, la fotografía y la diagramación como elementos que permitieron esta construcción, aunque la revista haya trabajado con otros componentes –como grabados, ilustraciones, cuadros estadísticos e historietas–. Como señala Fabián Iriarte, la colección “tiene una estructura retórica y visual fija, que hace a la idea de serie; cada entrega (...) es similar al resto pero al mismo tiempo difiere por su contenido”⁵.

Uno de los recursos más utilizados fue la fotografía. Si se contabilizan y describen los componentes de cada publicación, resulta que las imágenes fotográficas superan en cantidad y tamaño al resto. La estandarización como recurso también se encuentra en el modo en que los elementos visuales ocupan el espacio. Es decir, así como hay una cantidad exacta de páginas en cada número –que es de 32–, sucede algo similar con la fotografía en relación con el espacio y su distribución en las publicaciones. La diagramación de la revista permite pensar en la constitución de un tipo visual para conformar la serie. Lo mismo sucede con la portada, que se puede analizar como un elemento en sí mismo, con sus propias reglas, colores y diagramación, que abreva en la tradición afichista. Estas composiciones gráficas son las que constituyen la identidad de la colección.

La forma de trabajar en el CEAL era “más artesanal que industrial. Desde la investigación de los temas, el tipeo y la corrección de los textos hasta el tratamiento de las imágenes, el diseño de las tapas y el armado final del libro, todo requería de un esfuerzo, una astucia y un gasto muy difíciles de imaginar hoy” (Gociol, 2007; 13). En muchos casos, se recortaba y pegaba literalmente, se hacían traducciones de libros olvidados porque los contratos de traducción estaban solo en algunas editoriales. Al diseñador de EUDEBA y el CEAL, Oscar Díaz, lo llamaban “Manos de tijera”. Según el relato de sus compañeros, este apodo se lo ganó por el método de trabajo: artesanal, que se valía de pocos recursos y surgía de modo espontáneo. Estas improvisaciones lograron constituirse en una marca distintiva de la editorial y, en muchos casos, alcanzaron un estilo visual, como fue el de *Transformaciones*. Los colegas recuerdan que “cada uno de los componentes gráficos de la tapa o el interior de un libro o fascículo se hacía a mano, dibujándolo, pintándolo o

⁵ <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libros/10-2238-2006-09-17.html>

recortando y pegando elementos”,⁶ era una época donde en el diseño no se utilizaban computadoras y los bocetos se pintaban con temperas y acuarelas. Otro aspecto de su método era la idea de búsqueda ya que consideraba que para realizar un buen diseño se debía estar inmerso en un mar de información, “trabajaba rodeado de libros, de revistas, de catálogos de editoriales de todo el mundo, de figuritas, de recortes, de reproducciones de pinturas, de muestras de tipografías... Sobre el tablero de arquitectura había siempre varios pinceles”.⁷

La caracterización del trabajo del “Negro” Díaz que hace la diseñadora gráfica Helena Homs⁸ nos revive la imaginación de que es en épocas de crisis cuando surgen las mejores ideas u obras, “en el Centro el Negro hacía de la falta un aporte” (Rocha Alonso, 2012: 194) y sostiene que esa era la estrategia en un contexto donde los recursos eran escasos y había que hacer uso del ingenio para “sobrevivir”. Un ejemplo de ello fue la creación de la “foto pluma” o “foto quemada” que surgió para resolver algunos problemas de presupuesto e impresión –en aquellos casos en los que la imagen no era de buena calidad–. Este recurso que consistía en una foto con mucho contraste, prácticamente sin escala de grises, resultó –sin buscarlo– uno de los principales rasgos del estilo de las publicaciones de la editorial. Beatriz Sarlo recuerda que “como la resolución gráfica tenía que ser muy rápida, el Negro buscaba una estética que le permitiera trabajar a velocidad. Recurrió al planteo gráfico que le permitía el modo de producción –el tipo de papel, las imprentas– de Eudeba o del Centro Editor, que no eran como los de la arquitectura próspera de la revista *Summa*, por citar un ejemplo de la época. Y esas condiciones las cruzó de una manera maravillosa con una estética muy vanguardista”.⁹ El Negro Díaz hacía “diseño de la carencia”, como solía decirlo él mismo (Rocha Alonso, 2012).

El color y la fotografía fueron recursos utilizados que cooperaron con la identidad visual de *Transformaciones*. Las imágenes eran de gran impacto, oportunistas y relevantes para el momento histórico. Este producto acabado había surgido del interés y la urgencia por maximizar los recursos. Se trataba de utilizar la fotografía como documento, el color como elemento innovador –en muchas oportunidades, con un toque pop–, la diagramación de modo inusual y los dibujos y grabados (Rocha Alonso, 2012). Estas decisiones gráficas tenían relación con los circuitos de distribución y comercialización del CEAL ya que era necesario distinguirse del resto de los diarios y revistas del quiosco.

Es en este período que se comienzan a institucionalizar ciertos procedimientos, materiales y recursos técnicos, lo que marca la evolución de la fase experimental al afianzamiento de un estilo comunicacional. Se destacan “la producción de series –cuya constante descansaba en la utilización de una misma técnica o motivo–, el *collage*, el fotomontaje, la parodia temática, la emulación compositiva y finalmente la semantización tipográfica” (Devalle, 2009: 309). El desarrollo dentro del campo va desde la diversificación de recursos –que contempló nuevas formas de impresión, búsquedas tipográficas e instrumentos novedosos– hasta un nivel más complejo que implicó una mirada semiótica y semántica.

⁶ Muestra “Mirala hasta que te guste” realizada por la Biblioteca Nacional en homenaje a Oscar Díaz, diseñador gráfico de Eudeba y del Centro Editor de América Latina. La exposición se llevó a cabo del 6 al 31 de octubre de 2006 en la sala “Juan L. Ortiz” de la Biblioteca Nacional.

⁷ *Ibidem*.

⁸ Diseñadora del Centro Editor, a cargo de las ilustraciones en las publicaciones para niños.

⁹ Muestra “Mirala hasta que te guste”.

La vehemencia democratizadora del CEAL que se manifestó en el eslogan “Más libros para más” y que se proponía ampliar al público –a través del acceso a las publicaciones sobre las ciencias, las artes y las letras-, también afectó a los aspectos visuales. El criterio divulgador del proyecto implicó la creación de publicaciones sobre artistas plásticos, el sorteo de un original en algunas colecciones de narrativas ilustradas y poesía; además de la utilización en las tapas de obras clásicas de la plástica que fueran alusivas al tema que se trabajaba en el fascículo y con la correspondiente ficha técnica en la contratapa. De este modo, el CEAL se corría de la reproducción de la obra de arte para museos y hacía uso de las posibilidades técnicas de la época. Reproducía obras clásicas, de personajes consagrados –pero no solo–, y así, lograba sacar a los artistas de círculos reducidos y los hacía pasear por los quioscos, los colectivos y las bibliotecas. Una de las publicaciones más exitosas fue la de *Martín Fierro*, ilustrada por Carlos Castagnino.

Con estas propuestas la editorial rompe con la idea de que el libro de arte es un bien cultural que simboliza estatus y pertenece a un grupo pequeño. Se le otorga masividad a las obras, se las saca de sus refugios auráticos de museo y se las pone al alcance de otros públicos a través de libros y revistas. La diseñadora del CEAL, Helena Homs señala que “las reproducciones se ponían por un criterio de ahorro. Si encargás una ilustración para una tapa nunca sabés si va a quedar como vos querés. En cambio, las reproducciones las conoces, no hay riesgo. De paso hacés divulgación al poner los datos.” (Rocha Alonso, 2012: 192).

La identidad visual del Centro Editor se plasmó en dos publicaciones: *Sigломundo* (1968) y *Transformaciones* (1971) en una época donde aún dominaba la letra escrita; algunos rasgos que destaca la investigadora son “uso total del espacio tapa y contratapa, tipografía sans serif, utilización de papel rústico, juego entre derecho (tapa) y revés (contratapa) y aprovechamiento máximo del espacio de interiores” (Rocha Alonso, 2012: 195). Los profesionales que trabajaron en el CEAL coinciden en que en dicho contexto las innovaciones de la editorial residen en la propuesta visual. “Era creativa, inédita, generadora de propuestas, libre, comprometida” (Rocha Alonso, 2012: 195), recuerda Helena Homs.

Fue un rasgo constante que el CEAL se propusiera ampliar el conocimiento del “gran público”. En el campo visual aportó nuevos saberes, como los que se señalaron anteriormente y sobre los que se trabajarán en las siguientes páginas. Pero también la circulación de sus producciones implicó el aprendizaje de nuevos hábitos perceptivos y la creación de un nuevo gusto, a tono con la época (Rocha Alonso, 2012). Un gusto que se encuentra muy ligado a la época y a las condiciones políticas y económicas de estos años.

Las cualidades definidas en la diagramación tienen relación con los destinatarios de la colección. Carlos Gorriarena ofrece su punto de vista acerca del vínculo entre diagramación y público lector del CEAL, que se contrapuso al del Di Tella, acotado a un ‘mundillo cultural’: “el intento de Boris Spivacow fue totalmente distinto, él logró incidir en el campo de la cultura popular y, desde la diagramación, el Negro Díaz tenía muy claro que se dirigía al conjunto de la sociedad, o por lo menos de la clase media o mediapobre, no hablemos del proletariado porque eso es una mentira”¹⁰. En la colección la

¹⁰ Muestra “Mirala hasta que te guste”.

organización de los elementos por niveles contribuye a fortalecer la propuesta editorial y su relación con el lector. A pesar de que es una revista densa por el contenido que despliega y por dirigirse a un público no especializado; la propuesta gráfica –a partir de los niveles de lectura, la creación de apartados, las imágenes– parece contribuir a la agilidad de la lectura.

En relación a la evolución gráfica del CEAL, Carolina Givagnoli afirma que “en sus comienzos era un cultor de la escuela suiza, despojado, ordenado, mucho blanco, tipografía *sans serif*. Luego se fue argentinizando, desestructurando pero sin perder el ojo jerarquizador, riguroso y preciso”.¹¹ Asegura que el elemento novedoso de Eudeba y el CEAL fue el diseño, la diagramación “planteados con un lenguaje para ese punto de venta sin moral, donde vale todo, donde, si es necesario, Borges se pone una musculosa para vender los Evangelios Apócrifos”. Hay dos aspectos que se consideran especialmente en *Transformaciones*; ellos son las portadas y la predilección de la fotografía por encima de otros elementos visuales. “El estilo visual del CEAL apostaba a la contemplación entre texto e imagen, en una tradición que se remonta a Caras y Caretas; en ese sentido desarrolló y expandió, como nunca hasta ese momento en publicaciones masivas y económicas, las posibilidades de la imagen fotográfica, de los dibujos, de los grabados, de la tipografía y del espacio de las tapas y de las páginas” (Rocha Alonso, 2006: 196-197).

Fotografías

En la época 60/70 la incorporación de imágenes en las publicaciones no es un recurso nuevo, los reportajes se valen cada vez más de instantáneas para retratar al entrevistado; las imágenes de guerra y los acontecimientos nacionales e internacionales también son esperadas por el lector del momento. Como señala Pierre-Jean Amar (2005) hay tres factores que influyen en la evolución de la producción fotográfica; por un lado, el elemento tecnológico, lo que implica que las cámaras fotográficas sean mejores, con accesorios más luminosos y sensibles; por otro, el mejoramiento de los medios de reproducción y transmisión –impresión– y finalmente, un cambio en la mentalidad de la sociedad ya que tiene que haber una predisposición a percibir nuevas imágenes. El autor explica su desarrollo en referencia a una “sed de información ligada a la rapidez cada vez mayor de los medios de comunicación y a la globalización de los problemas” (2005: 7).

Silvia Pérez Fernández (2011) sostiene que es en la década de 1970 en la que se produce una renovación fotográfica importante dentro del periodismo. Los medios gráficos ponen a disposición del público el trabajo que los fotógrafos de prensa realizan ya no como testimonio de verdad –aunque es difícil desligarse de esa cualidad de la fotografía– sino con una propuesta más expresiva y editorialista. La presencia de elementos visuales en la colección fue, en parte, el cumplimiento de ciertas expectativas del público que se corresponden con la cultura visual de la época. El modelo de las revistas como *Life* y *Time* que habían alcanzado gran popularidad en la década anterior, estaba haciendo eco en el campo editorial argentino. Esto, sumado a la sensibilidad gráfica de la época y una modernización en los campos de la cultura y los medios de comunicación, permitió que *Transformaciones* desarrollara su apuesta gráfica de un modo audaz. El trabajo sobre la “foto pluma” o la imagen con un color agresivo, pueden ser ejemplos de la propuesta del CEAL en la colección.

¹¹Carolina Givagnoli, diseñadora gráfica y tipográfica de la Universidad de Buenos Aires fue consultada para esta investigación por haber trabajado desde la historia tipográfica argentina en la labor del Negro Díaz en el CEAL.

A diferencia de otros componentes de la publicación, el rasgo distintivo de la fotografía reside en la capacidad de llegar a diversos públicos. Desde su origen, la fotografía formó parte la vida cotidiana y se incorporó a la vida social de las personas, lo que permitió la alta aceptación social de este medio de reproducción. Como señala Freund, ella “penetra por igual en casa del obrero y del artesano como en la del tendero, del funcionario y del industrial” (Freund, 2011: 8). Si se compara con otras tecnologías, la cámara fotográfica se caracterizó por su inserción en la sociedad. Lo que permitió que la fotografía se haya convertido en uno de los medios de comunicación introductorios a los *mass media*, a lo que luego se suma el cine, la radio, la televisión, que hoy desempeñan “una función todopoderosa como medio de comunicación” (Freund, 2011: 187).

Históricamente, la fotografía era considerada como información, una simple prueba. Esta idea fue mutando hasta devenir en testimonio periodístico, un relato o una visión de un hombre (Amar, 2005). La posibilidad técnica de reproducir con fidelidad un hecho, una persona o una situación, le otorga un carácter de real a todas las imágenes fotográficas. Aun cuando se conocen casos de adulteración de las imágenes –si hablamos del período estudiado, se puede hacer referencia a las instantáneas de la segunda guerra mundial–. A esta característica se le asigna una función documental. Una función que siempre está sujeta al ojo de la visión, a la persona que toma esas fotografías. Y si además, se le suma a estos factores las condiciones de una editorial, el proceso se vuelve más complejo.

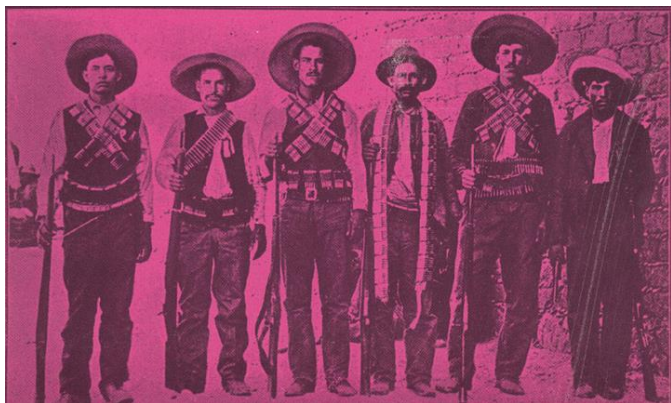
El CEAL trabajó con agencias fotográficas a las que se les pagaba un canon mensual a cambio de instantáneas con el objetivo de satisfacer necesidades visuales. Estas agencias eran internacionales en su mayoría, por lo que abastecían a la colección con frecuencia ya que los temas tratados eran de carácter universal. En muchas ocasiones las imágenes se obtenían de otros libros o revistas, bajo el método artesanal del diseñador Díaz. “Había algunos acuerdos con agencias periodísticas y los derechos se pagaban; también se encargaban trabajos a fotógrafos independientes; se recurría a museos y archivos públicos, se utilizaba el material que proveían los propios autores y se recorrían librerías de viejo. Pero, a la vez, había –hay que decirlo– mucho de cortar y pegar, sacar y poner, de donde fuera. Tanto que esa metodología le valió un juicio, tal como da cuenta un testimonio en la colección *Historia popular argentina. Vida y milagros de nuestro pueblo*” (Gociol, 2007: 14). En *Transformaciones* no se encontró ninguna referencia a los autores de las instantáneas, no así en las ilustraciones. Todas las imágenes cuentan con un epígrafe donde se señalan los sucesos o personas que se retratan, pero no su autoría. Esto contribuye a la idea de objetividad, al despojarse del nombre que está detrás de esa imagen, no se puede relacionar con nada más que con el contenido de la revista. Un ejemplo de los epígrafes se puede encontrar en las imágenes 5 y 6.

- 1) El ex rey español, Alfonso XIII, último monarca ibérico.
- 2) El rey Pablo de Grecia pronuncia un discurso ante la presentación del gabinete de Papandreu. A su izquierda, el entonces príncipe Constantino.
- 3) El general Juan Metaxas, cabeza del gobierno fascista instaurado en Grecia en 1936.
- 4) El coronel George Papadopoulos, primera figura del "régimen de los coroneles".



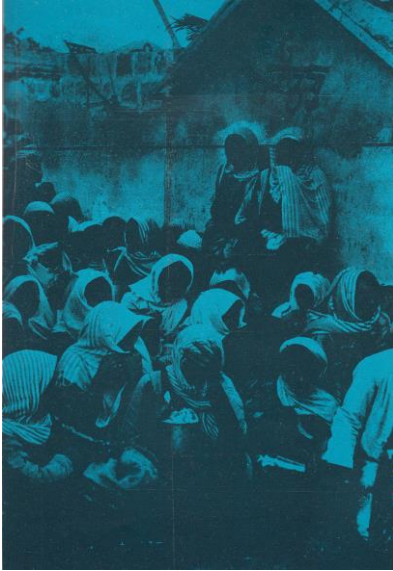
5

En *Transformaciones* las instantáneas no fueron obtenidas para publicar en cada fascículo, no se salió a buscar testimonios gráficos para representar los temas que se trabajaron en la colección, pero ello no excluyó una definición en los criterios de la puesta en escena. Hay un trabajo visual en la presentación de las imágenes que se evidencia en “un enfoque cuasi cinematográfico, por ejemplo en el tratamiento que se da a las fotos o a las reproducciones por medio de ampliaciones, planos-detalle, o recortes de diversa índole que implican las formas muy modernas de la mirada que la cámara instaló en la percepción de nuestro tiempo” (Rocha Alonso, 2012: 196). Pareciera que la tarea editorial sobre las imágenes no está tanto en la selección que se hace –porque como señala Rapoport, se trabajaba con lo que había– sino en la labor sobre las imágenes. Ponerlas en tonos rosas, amarillos o celestes o recortarlas para enfatizar los planos parecen ser alternativas en el desarrollo de la propuesta innovadora con pocos recursos que caracterizó a la editorial.



6

Los colores no cumplen solo con la promesa creativa, como señala la investigadora, “en el caso de la fotografía, recurso ampliamente utilizado como testimonio, se la aligeraba con un toque de color o se le otorgaba gravedad con los contrastes y el blanco y negro. Aun con los problemas que implicaban los defectos de impresión el balance es siempre positivo” (Rocha Alonso, 2012: 197). En esta etapa del CEAL predominó el estilo fragmentario y multimedia, del que *Transformaciones* fue uno de sus principales exponentes.



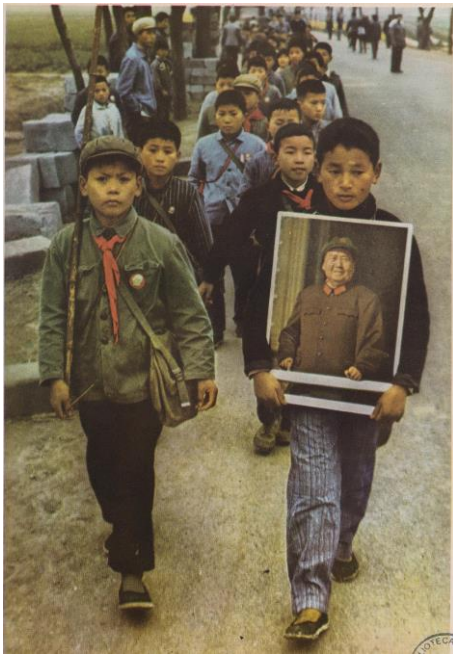
7

El afán democratizador del Centro Editor también se advierte en los aspectos visuales. Con la incorporación de una gran cantidad de imágenes fotográficas hay una decisión por mantener una publicación con instantáneas a un precio accesible. Si bien es real que la calidad no era muy buena, la letra tenía un tamaño difícil de leer, se debe reconocer la apuesta por incorporar fotografías en páginas enteras y de color. La propuesta editorial implicó ilustrar e informar sobre los grandes fenómenos de nuestro tiempo, también, en imágenes.



1) Una granada de gas lacrimógeno cae junto a un manifestante, en el acto recordatorio del primer aniversario de la invasión a Checoslovaquia.
2) El premier soviético Bulganin firma en 1955 el Pacto de Varsovia.

8



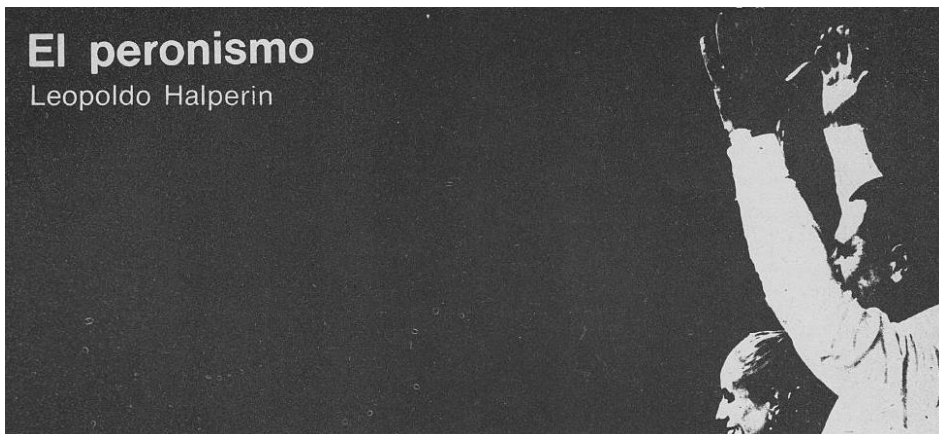
La imagen fija aparece en la publicación como refuerzo visual al contenido que se desarrolla. En la imagen 9 que aparece en el volumen dedicado a la sociedad china y su revolución cultural, lo que se prioriza es la mirada sobre los niños y el vínculo educación–política. La fotografía aparece como un complemento del texto que se desarrolla en la publicación, pero también de otros discursos sobre China que circularon en el contexto de su edición. “El significado de las imágenes depende de su ‘contexto social’. (...) no solo el ambiente cultural y político en general, sino también las circunstancias concretas en las que se produjo el encargo de la imagen y su contexto material: en otras palabras, el escenario físico en el que se pretendía originariamente que fuera contemplada” (Burke, 2001: 227). Lo que implica recurrir a la historia social y cultural de la época 60/70.

Desde este trabajo se concibe a la imagen fotográfica como herramienta de exploración de la sociedad (Becker, 1974). El poder de las fotografías también consiste en moldear gustos, ideas e influir en los comportamientos de las personas, es interesante reflexionar sobre qué “trabajan” las imágenes de *Transformaciones*. Cuando se apela a la fotografía desde una mirada histórica, se intenta elucidar el relato de la sociedad contemporánea, pero también de indagar en las transformaciones que la técnica de la imagen fotográfica habilita sobre nuestra visión del mundo (Freund, 2011). En el proyecto CEAL la selección del contenido y las imágenes de los fascículos tienen como propósito la divulgación; sin embargo, también se trata de un trabajo pedagógico de tipo político-ideológico. Ya lo había dicho Rapoport en una entrevista apelando a los dichos de Oscar Terán “se estaban preparando los fusiles”.¹²

¹² Entrevista a Hugo Rapoport.

El peronismo

Leopoldo Halperin



10

Portadas

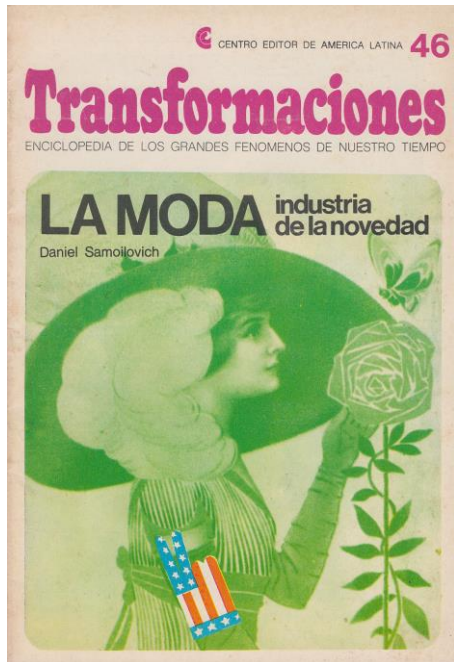
Las tapas son un espacio privilegiado para construir la identidad visual de la colección ya que se trata del lugar donde el lector puede reconocer su identidad pública. Es una instancia relevante en el contrato de lectura porque, ante todo, se trata de una invitación a la apertura de sus páginas (Sunkel, 2002). El diseño de tapa fue factor determinante en la estrategia comercial del CEAL, su apuesta por la venta en los quioscos más que en las librerías influyó en los aspectos estéticos de las colecciones. El Negro Díaz parecía tener en claro que la tapa era el principal publicitario y que el lector suele leer el libro incluso antes de comprarlo, de allí el interés en la búsqueda e innovación gráfica. De todos modos, también es cierto que la apuesta visual del CEAL albergó otros intereses, de tipo estéticos y políticos. Sobre todo si se tiene en cuenta que participaron los “laburantes de la cultura” –Boris Spivacow y Oscar Díaz–, como los llamó Aníbal Ford. El criterio para la definición de las tapas se encuentra en el cruce del “gusto personal, formado por el legado cultural, la experiencia e inquietudes personales, y un espacio más intuitivo”, señala Diego Bianki.¹³ Parte de ese mandato de la cultura parece encontrarse en la tradición afichista europea y latinoamericana. Y entonces es lícito también preguntarse ¿Qué comunican las tapas de *Transformaciones*?

En las portadas de la publicación se distinguen dos niveles de lectura: uno, donde se presenta la información relativa a la colección y editorial; otro, que realiza el despliegue creativo que refiere al número de la revista y al tema. La imagen y el texto se articulan en este último nivel para interpelar al lector con una paleta de colores intensa o una propuesta gráfica de contraste. En el margen superior derecho de las tapas (imagen 10 y 11) se dispone el isologotipo del Centro Editor de América Latina y un número que corresponde al fascículo de la colección, en estos casos 31 y 81. En la parte superior y hacia el centro, el nombre de la colección: *Transformaciones. Enciclopedia de los grandes fenómenos de nuestro tiempo*. Esta información que pertenece al primer nivel de lectura permanece en toda la serie inalterable.

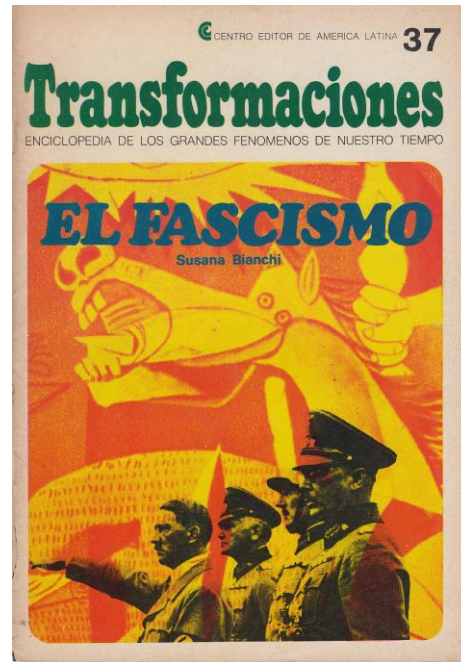
En el segundo nivel, la información que se presenta es específica del número: nombre y autor del fascículo. Las formas de presentar este nivel varían de acuerdo a la composición gráfica: imagen y texto se articulan de diferente modo según las necesidades de la propuesta. En la imagen 10 y 11, “Los estudiantes” de L.G. Pardo y “Las universidades”, de Dercy Ribeiro, respectivamente, el Negro Díaz utiliza un recurso que ya estaba

¹³ Director artístico y editorial del sello Pequeño Editor, que desde 2002 publica libros para niños y no tanto, con un fuerte peso en el lenguaje visual y en la experimentación.

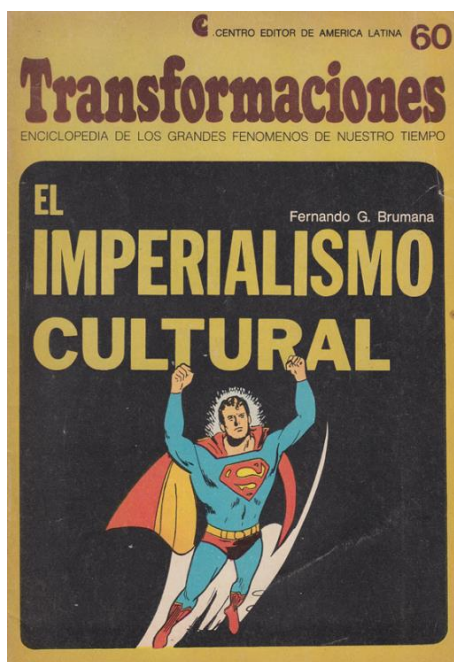
consolidado en el CEAL: el de convertir la tipografía en ilustración. En estos casos, las letras de los títulos constituyen al diseño de la tapa, acompañando, reforzando o sosteniendo el trabajo visual –imágenes 10, 11, 12 y 13–. Lo que no se incorpora a la ilustración es el nombre del autor, lo cual parece otorgarle cierta objetividad o seriedad en términos de contrato de lectura.



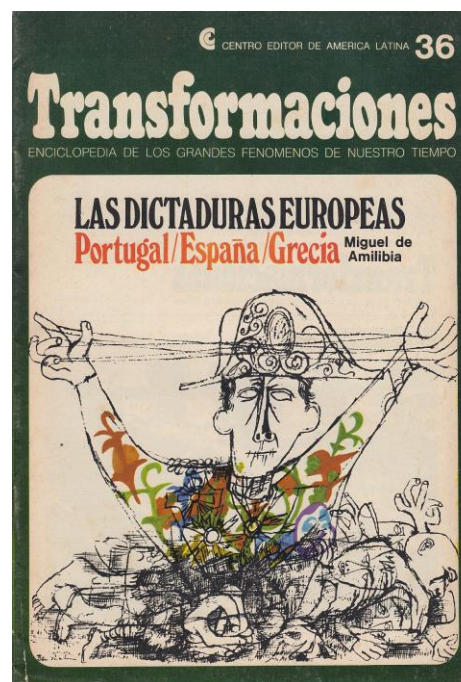
15



16



17



18

Reflexiones finales

En este trabajo la propuesta es acercarnos a responder algunas preguntas que orientan el trabajo de investigación “Política, mercado y edición de 1966 a 1976: el caso del Centro Editor de América Latina”: ¿Qué encontramos en esta publicación que es propio de la época y, en cierto sentido, de las tendencias mundiales? Y ¿Cuáles son los aportes de esta revista a la cultura visual y al campo del diseño gráfico? Los esbozos de estas respuestas permitirán trabajar sobre los vínculos entre imagen y política e imagen y cultura.

Seguir indagando en el proyecto editorial del CEAL contribuirá a desentrañar las huellas que han dejado la editorial en la cultura argentina e indagar sobre ¿por qué un emprendimiento de este tipo pudo calar en la memoria colectiva? Y en función de ello pensar en las condiciones de posibilidad de una época.

Bibliografía

AMAR, Pierre-Jean (2005): *El fotoperiodismo*, Buenos Aires: La Marca.

BECKER, Howard (1974): “Photography and sociology”, *Studies in the Anthropology of visual Communications*, No 1.

BURKE, Peter (2005): *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Biblioteca de Bolsillo.

DEVALLE, Verónica (2009): “Los años 60. Quiebre y recuperación de lógicas pasadas”. En: *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948- 1984)*. Buenos Aires: Paidós.

FREUND, Gisele (1993). *La Fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.

GIVAGNOLI, Carolina (2009): “La tipografía en Argentina. La producción de Oscar Díaz”. Trabajo de la cátedra Pablo Cosgaya en la materia Historia, Carrera de Diseño Tipográfico, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires.

GOCIOI, Judith (2010): *Boris Spivacow. El señor editor de América Latina*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

GOCIOI, Judith (2007): *Más libros para más*. Colecciones del Centro Editor de América Latina, Buenos Aires: Colección índices y bibliografías, Biblioteca Nacional.

IRIARTE, Fabián (2006): “El viejo Ezra en el quiosco de la esquina: poesía norteamericana en los fascículos de la colección Los Grandes Poetas del Centro Editor de América Latina”. En: *Bueno, Mónica y Taroncher, Miguel Ángel (coords.), Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores

MAUNÁS, Delia (1995): *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

PÉREZ FERNÁNDEZ, Silvia (2011): “Apuntes sobre fotografía argentina a fin de siglo: hacia la construcción de un mercado”. En: Artículos de investigación sobre fotografía. Montevideo: Ediciones CMDF.

ROCHA ALONSO, Amparo (2006): CEAL visual. El Centro Editor de América Latina y su aporte al diseño editorial. En: Bueno, Mónica y Taroncher, Miguel Ángel (coords.), Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

RIVERA, Jorge B. (1981): Apogeo y crisis de la industria del libro: 1955-1970. Capítulo. La historia de la literatura argentina, N° 99. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

SUNKEL, Guillermo (2002): La prensa sensacionalista y los sectores populares. Bogotá: Editorial Norma.

WILLIAMS, Raymond (2009). Marxismo y literatura. Buenos Aires: Las cuarenta.