



Anales del Instituto de Arte Americano
e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo"

■ NOTA DE TAPA

Valeria Hasse

ANALES es una revista periódica arbitrada que surgió en el año 1948 dentro del IAA. Publica trabajos originales referidos a la historia de disciplinas como el urbanismo, la arquitectura y el diseño gráfico e industrial y, preferentemente, referidas a América Latina.

Contacto: iaa@fadu.uba.ar

* Esta revista usa Open Journal Systems 2.4.0.0, que es software libre de gestión y publicación de revistas desarrollado, soportado, y libremente distribuido por el Public Knowledge Project bajo Licencia Pública General GNU.

ANALES is a peer refereed periodical first appeared in 1948 in the IAA. The journal publishes original papers related to the history of disciplines such as urban planning, architecture and graphic and industrial design, preferably related to Latin America.

Contact: iaa@fadu.uba.ar

* This journal uses Open Journal Systems 2.4.0.0, which is free software for management and magazine publishing developed, supported, and freely distributed by the Public Knowledge Project under the GNU General Public License.

NOTA DE TAPA

Valeria Hasse

Rediseñar una publicación es uno de los desafíos más arduos para un diseñador. Requiere, como punto de partida, tener claro el objetivo del cambio, determinar qué es lo que identifica su estilo y luego de un proceso de estudio y experimentación, decidir cuáles son los elementos que se deben mantener y cuáles es preciso eliminar. En el caso de los *Anales*, el rediseño que estamos proponiendo responde al interés de poner la forma de la revista en línea con los propósitos y los contenidos de esta nueva etapa.

A lo largo de la historia del IAA, en cada relanzamiento de la revista, se ponía en discusión cuál debería ser la tapa más adecuada. Y, aparentemente, siempre se optó por la continuidad. Si se efectúa una lectura rápida de las ediciones de los últimos años, pareciera que el diseño de tapas fue siempre igual; no obstante, un análisis más atento muestra que la concepción original no se mantuvo, pues cambios más o menos imperceptibles fueron dando lugar a transformaciones profundas.

Por un lado, los primeros clisés hechos a partir de los dibujos de Nadal Mora, –cuyos originales en tinta han desaparecido–, hace años que se dejaron de utilizar. El sistema de impresión tipográfico fue reemplazado por el offset y la adaptación del arte de tapa fue incorporando los cambios de nombre del Instituto, que pasó a llamarse “Mario J. Buschiazzo”, y de la Facultad, que pasó a ser Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Aunque después de su muerte se trató de reproducir la caligrafía de Nadal Mora, los resultados fueron apenas una pálida imitación.

Por otro lado, el nuevo sistema de impresión ya no dejaba la característica marca de la presión del clisé sobre la cartulina, que además fue reemplazada por alternativas más baratas o por las variantes de papel que estuvieron disponibles en el mercado al momento de imprimir, seguramente producto de un pliego de licitación, donde los diseñadores gráficos intervienen poco y nada, y es siempre el precio final el que decide. Cabe señalar además que cada edición de *Anales* tuvo un diseño interior diferente, fue producida en distintas imprentas o fue financiada por instituciones que le agregaron publicidad institucional. Dicho de otro modo, por factores tecnológicos, institucionales, presupuestarios o contractuales, por las lógicas que



Clisé original. Archivo IAA.

impone la mediación burocrático-institucional que divorcia el diseño de una publicación de su producción material, es posible identificar una amplia gama de transformaciones que se operaron a lo largo del tiempo.

Frente a esa constatación y teniendo que responder a la demanda de un nuevo proyecto que se centra en la edición de números temáticos, ¿es mejor mantener la tapa original con el diseño de Nadal Mora o es conveniente adecuar la tapa a las nuevas determinantes contextuales y operativas? Esta vuelta, la balanza se inclinó por la segunda opción.

El diseño de una tapa no es solamente la producción de una imagen bidimensional atractiva y moderna que se envía a una imprenta en formato digital para que la reproduzca sobre un soporte. Al igual que todo proceso proyectual, el diseño resultante es el corolario de un complejo recorrido donde se van superponiendo las decisiones y las consideraciones, y sobre todo, que deviene en un objeto tridimensional (libro) que se percibe a través de diversos sentidos y dimensiones.

El rasgo más característico e identitario de la tapa de los *Anales* estuvo dado por la consistencia de la imagen creada en su origen y sostenida en su primera etapa. En efecto, los objetivos de un Instituto creado a imagen y semejanza de su homónimo mexicano, los criterios estéticos compartidos por el grupo fundador y el diseño de Nadal Mora, remiten a una revista que fue el resultado de un clima institucional muy específico. En la esfera técnica, cabe mencionar que desde 1948 hasta 1971 fueron impresos en la misma imprenta Taladriz, utilizando el mismo clisé metálico del logotipo, el mismo papel, el mismo sistema de impresión, la misma encuadernación, solo modificando el número y año de edición y uno de los dos colores de las dos tintas utilizadas (se mantenía constante el negro). En particular, el sistema de impresión tipográfico utilizaba formas –tipos metálicos– y clisés –grabados–, sobre los cuales, una vez entintados, se apoya el papel, ejerciendo presión con un cilindro para que se transfiera la tinta y cuya particularidad es el relieve que se produce en el dorso del soporte como resultado de ese procedimiento. Salvo el año y número, que cambiaban en cada nueva edición, los textos se reiteraban una y otra vez sin cambios. En la tapa, ninguna información ofrecía pistas acerca del contenido de los artículos. Pero, como vimos antes, todo esto fue cambiando en las ediciones más recientes.

En lugar de seguir adaptando, modificando y simulando una tapa “hecha a mano” en un “como si”; ya perdido el sustento tecnológico y conceptual que estuvo por detrás del diseño inicial, el objetivo fue el de recuperar la fuerza de algunas de las imágenes históricas pero incorporando las estrategias que están por detrás de la nueva política editorial. Por un lado, interesa recuperar el clima de los diseños de Nadal Mora, que además siguen funcionando como marcas identitarias. Por el otro, en el marco de los números temáticos, se trata de otorgar protagonismo a los títulos ofreciendo así una fácil y rápida lectura de los contenidos de cada revista, para diferenciar una edición de otra, para despertar el interés de los lectores especializados.

Hasta acá, algunos de los tantos temas que fueron considerados como problemas de diseño, desde acá quedan abiertas las consideraciones que suscita su recepción.