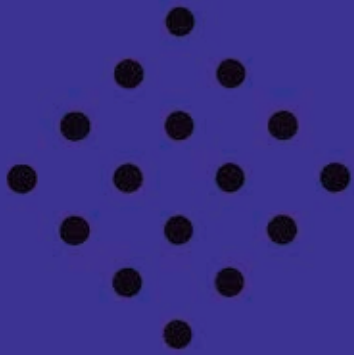
algaré+alíes+álvarez cozzi+añón
+arismendi+battione+casterán+ferreira
+fuentes+hogue+larghero+maca+prieto
+pittaluga+sequeira+tocco
diálogo
arte y comunicación



Ministro de Transporte y Obras Públicas: **Víctor Rossi**
Subsecretario: **Ing. Luis Lazo**
Director Gral: **Esc. H. Gustavo Fernández Di Maggio**
Curaduría y texto: **María E. Yuguero**
Asistente de Curaduría: **Arq. Carinna Ibarra**
Realización de montaje: **Depto. Coordinación Mantenimiento Edilicio.**

sala de arte "CARLOS F. SÁEZ"

Diseño de catálogo y cartelería: **Maca**
Películas: **Typeworks**
Impresión: **Del Este Sol**

Exposición: diciembre de 2005 - Lunes a Viernes de 12.00 a 18.00 hs.
Rincón 575 P.B. Montevideo, Uruguay - Tel.: 916 5772 - 915 7933 int. 20015
E-mail: salasaez@adinet.com.uy - web: www.mtop.gub.uy/salasaez

diseño

arte y comunicación

Mi profunda gratitud a Maca, poeta de la forma, el color y la palabra, quien cumplió un rol fundamental en todas las etapas de concreción de esta muestra, de su catálogo y de su material gráfico de difusión. El consabido cliché :"sin él esta muestra no hubiera sido posible", es en este caso la expresión más cabal de la realidad.

Hago extensivo mi reconocimiento a Daniel Urruzmendi, generoso colaborador y apoyo constante de los artistas uruguayos, quien sin dudar un instante respaldó entusiasta este emprendimiento.

Con igual énfasis vaya mi homenaje a quienes legitimaron el diseño gráfico uruguayo, maestros que en forma artesanal sentaron las bases de una profesión hoy reconocida como fundamental y han sido de manera tácita o explícita referentes de jóvenes talentos destinados a convertirse asimismo en figuras relevantes de la gráfica nacional.

En forma genérica se diría que el arte es subjetivo, producto de una visión poética personal del mundo y comunica a un nivel emocional trascendente. El panfleto, por su parte, evita la metáfora en aras de lo explícito, con el objetivo de persuadir, en tanto el estereotipo del "arte de galería" produce imágenes edulcoradas, complacientes y vacías, con el único objetivo de vender. El arte y sus deformaciones antes mencionadas cuentan siglos de historia de obras maestras y de abominaciones, si bien el cristal con que se miran cambia constantemente, redundando en alternativas apologías y denostaciones. Una chance diferente al arte por el arte y a la venalidad servil ha sido el arte por encargo: retablos de donantes, retratos, paisajes grutescos, escenas religiosas, pintura de corte y prácticamente todo el arte producido antes del s. XIX. Y aun se podrían mencionar al respecto los encargos destinados a la persuasión: miniaturas de los libros de Beato, concebidos para la explicación del Apocalipsis a los frailes y el arte barroco de la Contrarreforma, destinado a reafirmar la fe de los creyentes, a recuperar a los fieles afiliados a la reciente reforma protestante y a devolver a la Iglesia el poder que visiblemente escapaba de sus manos. Arte de propaganda religiosa. Claro que difícilmente se podrían negar los valores artísticos del Beato de Liébana o de muchas obras de Bernini, ni de tacharlas de panfletos, pues el objetivo pragmático no fue óbice para la producción de la metáfora poética y su resultante belleza.

Las generalizaciones son siempre absurdas y los estatutos axiológicos ameritan infinitos cuestionamientos, pero sin dudas el s. XX enriqueció al arte con variados aportes, fruto en gran medida de la eclosión propiciada por los medios masivos de comunicación. Dictadura del mercado, consecuente competencia entre marcas, difusión y dominio absoluto de la imagen: el diseño gráfico se convierte en el protagonista de la imagen (real o virtual), que convive durante todo el día con el individuo contemporáneo. Una actividad creativa ejecutada por encargo, de características específicas: articulación de la idea gráfica destinada a comunicar con claridad un mensaje a un sector del públi-

co, produciendo sentido y manejando parámetros colectivos con el objetivo de la eficaz persuasión. Imagen y texto concebidos como totalidad gestáltica. Forma y color componen la información funcional que implica un equilibrado juego de imagen metafórica y texto que funcionará como ancla semántica y como forma en sí mismo. El mensaje comunicacional que el arte libera espontáneamente a cualquier contemplador supone en el caso del diseño un destinatario específico para quien el mensaje es concebido en sus códigos. Preferente mímesis, aunque no excluyente, para el medio más democrático y masivo de función de una imagen que debe ser necesariamente decodificada.

Lamentablemente así como la mayoría de los diseños gráficos que acceden al mercado podrían calificarse como polución visual, contaminantes del mal gusto, estériles multiplicadores de clichés, es potestad de una exquisita minoría la creación de imágenes con carácter funcional pero de esencia artística, produciendo emoción en el público sensible al arte, informando a quienes sólo están capacitados para recibir el mensaje en su sentido pragmático y difundiendo tácita didaxis de una profesión en todo el público. El diseño gráfico carga con la responsabilidad de ser el arte contemporáneo por excelencia, puesto que su apreciación no está condicionada a espacios idóneos de exhibición de arte, sino que accede a todos los medios y circula hasta llegar al virtual contemplador. Tanto como cualquier elemento del cotidiano, ha sufrido la influencia de las corrientes estilísticas del arte, integrado a las estéticas como reflejo de visiones del mundo, de índole especialmente definida en períodos en que el diseño tuvo carácter holístico, como el Art Nouveau, el Déco, Bauhaus o el Pop. Se lo ha acusado de parasitar al arte, tomando imágenes de sus obras famosas, pero esta aplicación de los íconos al diseño tiene una carga semántica específica y funcional, ajena a la metáfora que el original produce per se. Como contrapartida, el arte contemporáneo incorpora infinidad de elementos de la publicidad.

El diseño gráfico en el Uruguay no alcanza un desarrollo considerable sino hasta la década del 60', pero fue con anterioridad motivo de búsqueda de los artistas, quienes espontáneamente y sin subestimar esta actividad con relación a su práctica artística, incursionaron en ese campo, como Carlos F. Sáez o Joaquín Torres García. De hecho, en gran medida los diseñadores gráficos nacionales provienen de filas del arte, ya como hacedores, ya como fruidores. La generación pionera en la legitimación del diseño gráfico como profesión se gesta en los 50'y comienza a tomar auge en los 60', pero no será sino en los 80'que los diseñadores gráficos obtendrán un merecido reconocimiento y una presencia real en la cultura y el mercado nacionales. Tiempos de labor artesanal, en que el uso de la computadora era excepcional, radicalmente transformados una década después, por el uso generalizado de esta práctica herramienta, justificado en la medida en que sólo es eso, sin transformarse en una caja de recursos digitales prefabricados, suerte de "recorto y pego" sin valor creativo alguno. Relativamente

reciente es el estudio universitario del diseño gráfico, actual vedette en la selección de carrera por parte de los jóvenes uruguayos, discípulos de aquellos pioneros cuyo conocimiento hoy racionalizado fue en su inicio intuición sensible y calidad estética proveniente de su esencia artística, sumada a su avidez por ver y distinguir.

Es indudable que toda selección conlleva algo de arbitrario, por lo que, considerando a los diseñadores gráficos uruguayos aquí y ahora y dejando de lado los adefesios gráficos con los que la sociedad convive a diario, se abre a esos efectos un amplio panorama de creadores, entre los que una gran proporción ha optado por otorgar protagonismo a su carrera en el campo de la plástica. Un porcentaje menor se destaca asimismo en este campo o sólo lo disfruta como asiduo contemplador, dando prioridad a su actividad vinculada al diseño, grupo del que sólo los asequibles se constituyeron en selección y por lo que, mediando diferentes circunstancias condicionantes, son notorias varias ausencias ilustres. Puesto que la calidad y la eficacia en el diseño no son monopolio de un tiempo, la inclusión de algunos jóvenes es testimonio de la continuidad de una línea de búsqueda fructífera de imágenes no concesivas ni mercenarias.

En suma, un modesto intento de celebrar a estos veteranos en las lides gráficas y de difundir algunos trabajos de un puñado de jóvenes diseñadores talentosos, mostrando a las nuevas generaciones un trozo de historia del diseño gráfico nacional.

María E. Yuguero

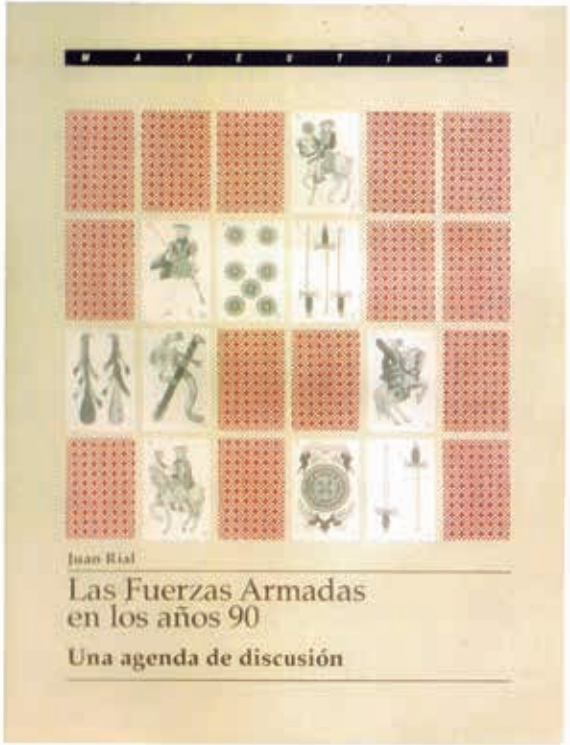
Washington Algaré

Montevideo, 1940

Tapa de CD del guitarrista Luis Firpo. Tintas: 4. Papel ilustraciòn de 90g. Año: 1999.

Libro. Tapa de un ejemplar de un número de la colección Mayéutica de Peithos, Sociedad de Análisis Político. Tintas: 4. Papel coteado de 120g. Año: 1989.

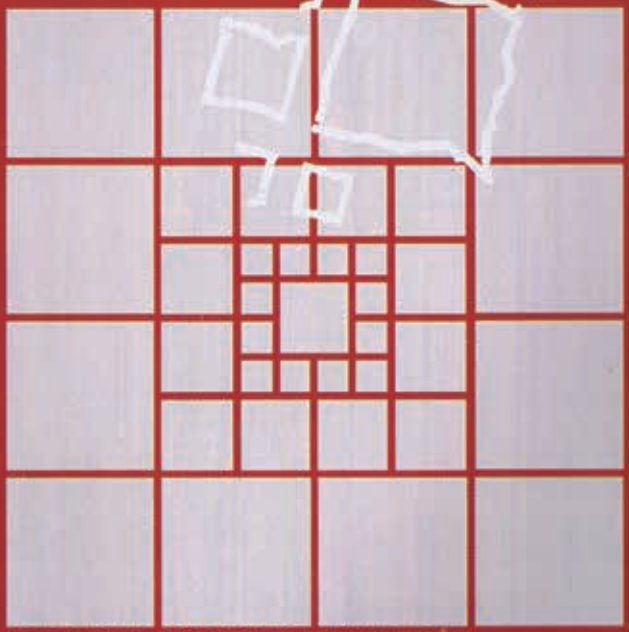
Afiche. Primer premio del concurso internacional de carteles para el XIX Congreso Panamericano de Arquitectos, realizado en Montevideo en el año 1992. Tintas: 3. Papel satinado de 200g



XIX° CONGRESO PANAMERICANO DE ARQUITECTOS

INVENCIONES APROPIACIONES Y TRANSFERERENCIAS

EN ARQUITECTURA Y URBANISMO



13 AL 15 DE MAYO DE 1992 MONTEVIDEO URUGUAY

EXPOSICION PANAMERICANA 70 AÑOS

SOCIEDAD DE ARQUITECTOS DEL URUGUAY

ORGANIZA SOCIEDAD DE ARQUITECTOS DEL URUGUAY

CONVOCA: FEDERACIÓN PANAMERICANA DE ASOCIACIONES DE ARQUITECTOS

DECLARADO DE INTERÉS NACIONAL (AUSPICIA MINISTERIO DE TURISMO E INTENDENCIA MUNICIPAL DE MONTEVIDEO

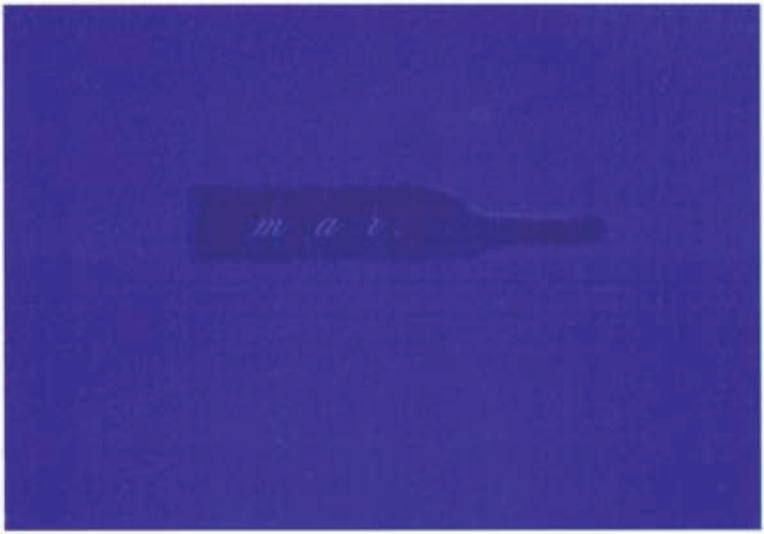
Hugo Alíes

1945, Santa Fé, Argentina.

"Gacho", Imagen para afiche de la Feria Nacional de Libros, Grabados y Artesanías. 1998.

"Mar", Imagen para afiche de la Feria Nacional de Libros, Grabados y Artesanías. 1999.

"Nube", Imagen para afiche de la Feria Nacional de Libros, Grabados y Artesanías. 2000.


m a r

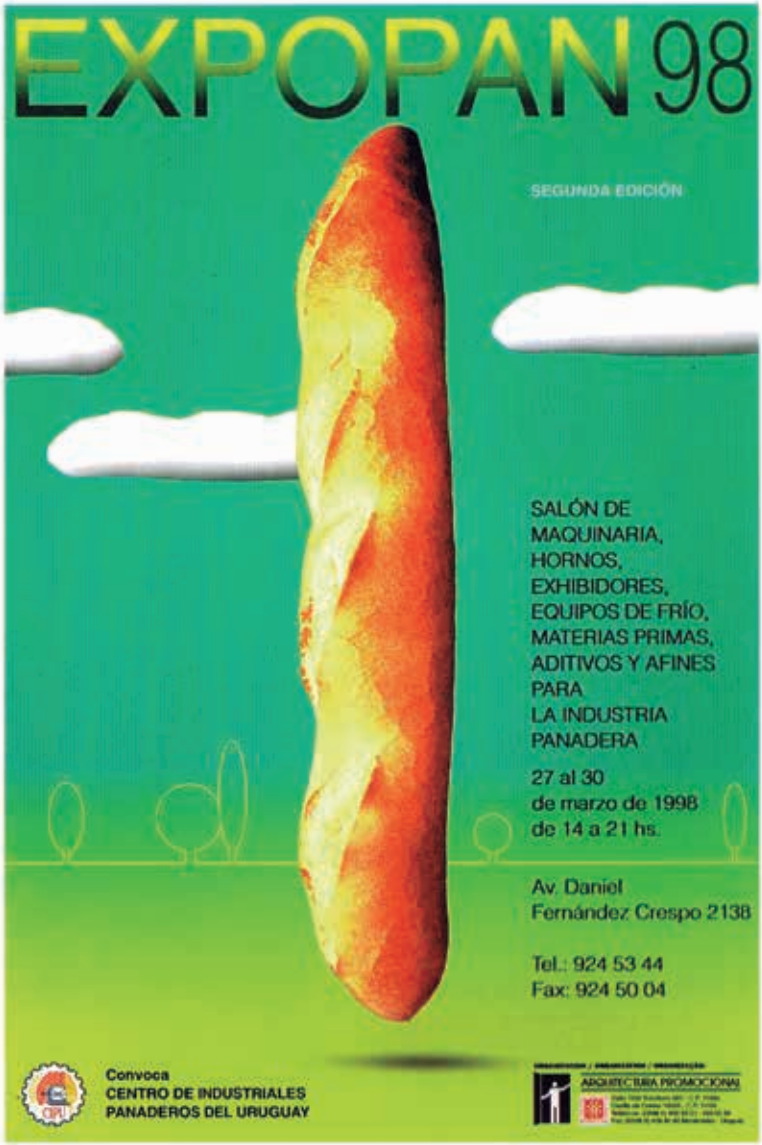
Fernando Alvarez Cozzi

Montevideo, 1953.

Borges, la pasión de una cita sin fin. Definición: Carátula de libro. Cliente: Lisa Block de Behar. Formato: 21,5 x 28,5 cm. Tintas: 4. Año: 1999.

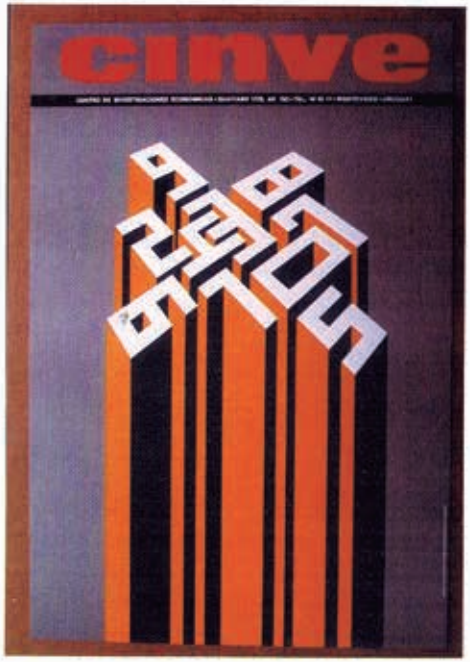
FEMOD 98
Definición: Afiche. Cliente: Arquitectura Promocional. Formato: 60 x 40 cm. Tintas: 4. Año: 1998

EXPOPAN 98. Definición: Afiche. Cliente: Arquitectura Promocional. Formato: 60 x 40 cm. Tintas: 4. Año: 1998


EXPOPAN 98
SEGUNDA EDICIÓN
SALÓN DE
MAQUINARIA,
HORNOS,
EXHIBIDORES,
EQUIPOS DE FRÍO,
MATERIAS PRIMAS,
ADITIVOS Y AFINES
PARA
LA INDUSTRIA
PANADERA
27 al 30
de marzo de 1998
de 14 a 21 hs.
Av. Daniel
Fernández Crespo 2138
Tel.: 924 53 44
Fax: 924 50 04
Convoca
CENTRO DE INDUSTRIALES
PANADEROS DEL URUGUAY
ARQUITECTURA PROMOCIONAL

Horacio Añón

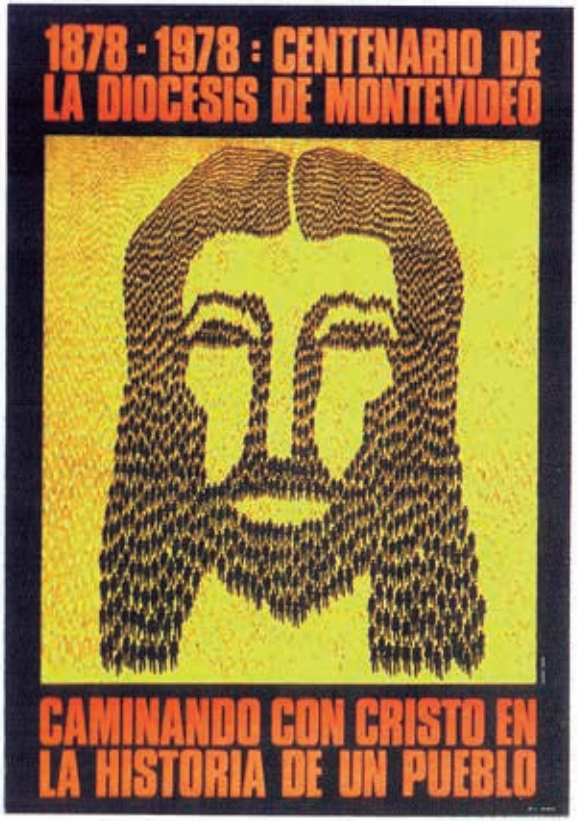
Montevideo, 1940.



Pieza: Afiche. Cliente: Diócesis de Montevideo. Formato: 79 x 55.5 cm. Tintas: 3. Año: 1978.

Pieza: Afiche. Cliente: DCinve - Cento de Investigaciones Económicas. Formato: 66 x 45 cm. Tintas: 4. Año: 1987.

Pieza: Carátula de libro. Cliente: Linardi y Risso. Formato: 19.7 x 12.6 cm. Tintas: 3. Año: 1988.

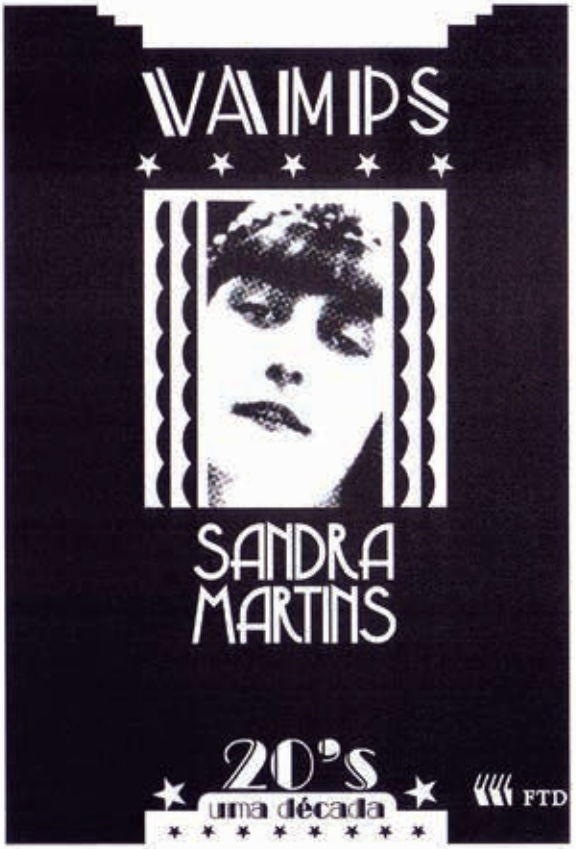


ARMONIA
SOMERS
LA
REBELION
DE
LA FLOR

Elbio Arismendi

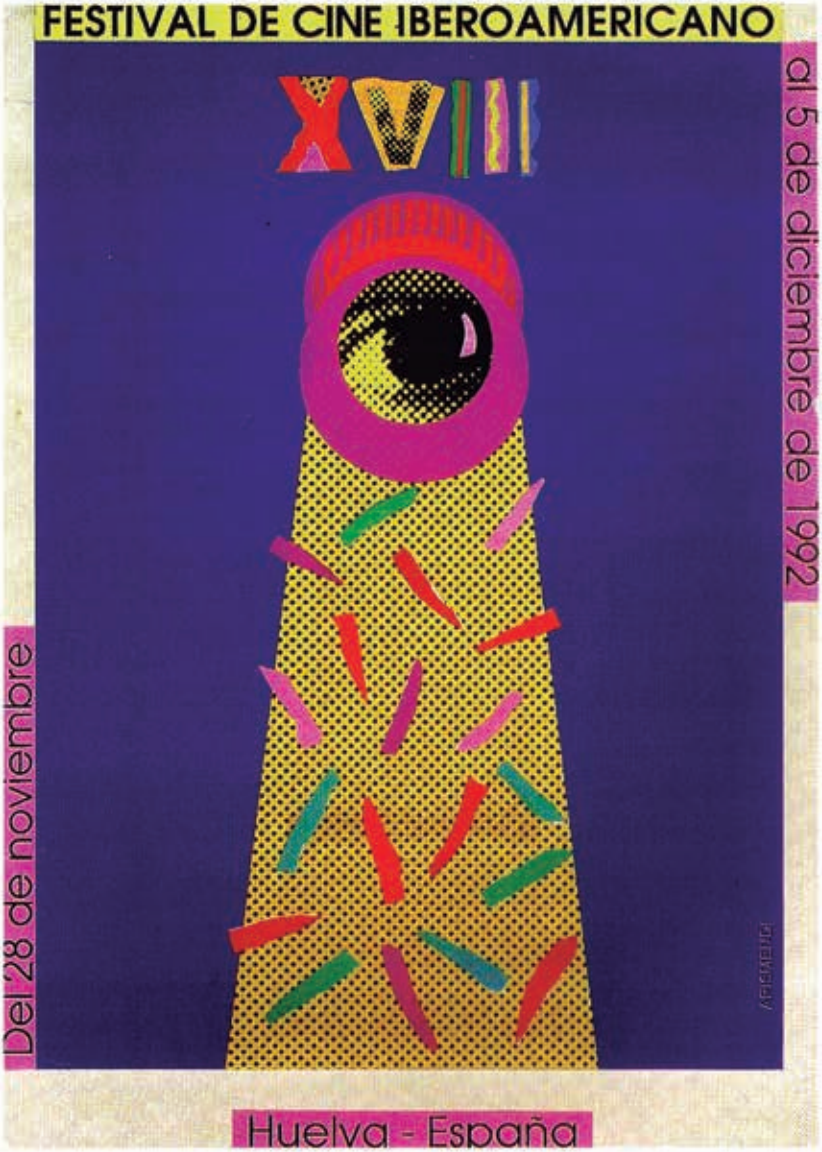
Montevideo, 1950.

Tapa CD. Sello editor Papagayo Azul. formato:12,5 x12,5 cm. Tintas: 4. Año: 2005.



Tapa de libro. Editora FTD, San Pablo, Brasil. Foramto: 28 x 19 cm. Tinat: 1. Año: 1990.

Afiche. Festival de Cine Iberoamericano, Huelva, España. Formato: 69 x 49 cm. Tintas: 4. Año: 1992.


FESTIVAL DE CINE IBEROAMERICANO
XVIII
Del 28 de noviembre
al 5 de diciembre de 1992
Huelva - España

Beatriz Battione

Montevideo, 1949.

Libro. Cliente: Fesur. Formato: 21 x 30 cm. [cerrado]. Cantidad de tintas: 4 tintas tapa, 1 tinta interior. Año: 2003

Dossier Revista Cotidiano Mujer. Cliente: Cotidiano Mujer. Formato: 28 x 26 cm. Tintas: Dossier 2 tintas, tapa 4 tintas Año: 2001.

Afiche. Cliente: Comisión de la Mujer, Intendencia Municipal de Montevideo. Formato: 65 x 45 cm. Tintas: 4. Año: 2004.

si te molesta, es acoso
si te molesta, decilo
por un lugar de trabajo
libre de acoso sexual
plan de igualdad de oportunidades y derechos
campaña de prevención del acoso sexual
2004

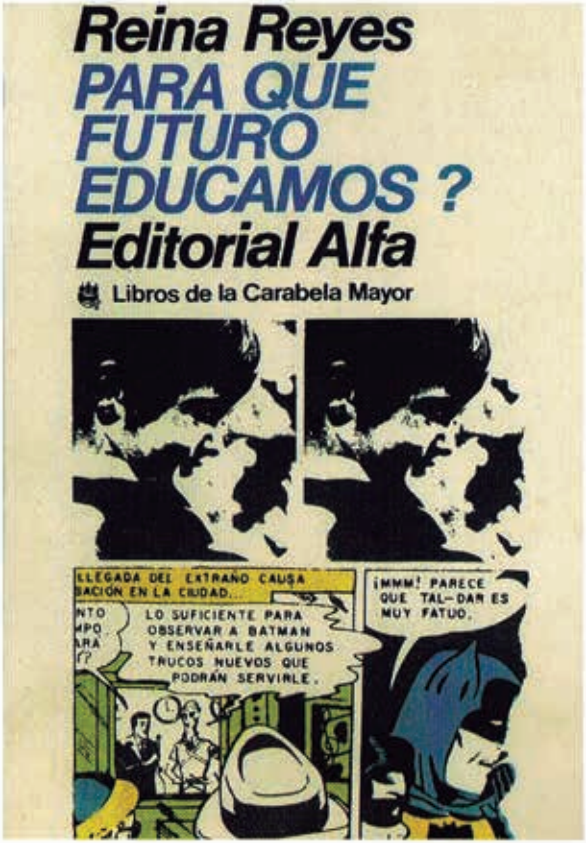
Jorge Casterán

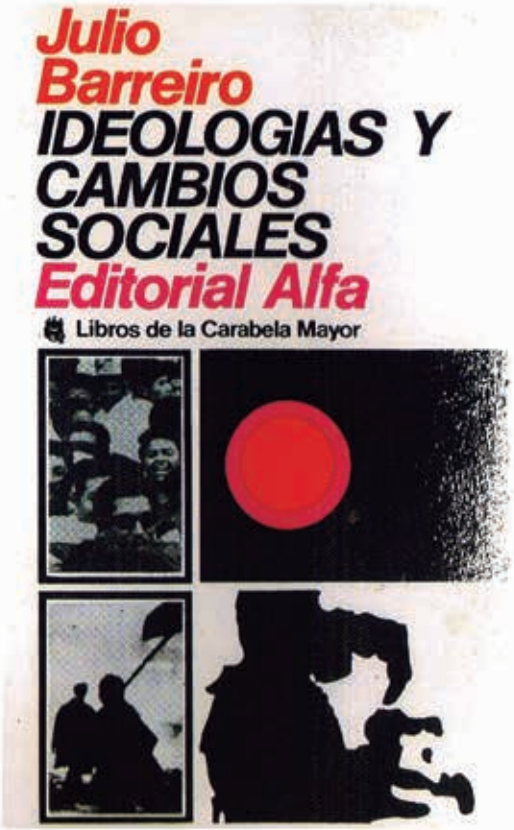
Montevideo, 1944

Campo. Pieza: Tapa de libro. Cliente: Ediciones de la Banda Oriental. Formato: 13,5 x 20 cm. Tintas: 2. Año: 1974.

Para qué futuro. Pieza: Tapa de libro. Cliente: Editora Alfa. Formato: 13,5 x 19 cm. Tintas: 3. Año: 1973.

Ideologías y cambios. Pieza: Tapa de libro. Cliente: Editora Alfa. Formato: 13,5 x 19 cm. Tintas: 3. Año: 1974.


Reina Reyes
PARA QUE FUTURO EDUCAMOS ?
Editorial Alfa
Libros de la Carabela Mayor
LLEGADA DEL EXTRAÑO CAUSA SACIÓN EN LA CIUDAD...
NTO MPO ARA
LO SUFICIENTE PARA OBSERVAR A BATMAN Y ENSEÑARLE ALGUNOS TRUCOS NUEVOS QUE PODRÁN SERVIRLE.
¡MMM! PARECE QUE TAL-DAN ES MUY FATUO.


Julio Barreiro
IDEOLOGIAS Y CAMBIOS SOCIALES
Editorial Alfa
Libros de la Carabela Mayor

Domingo Ferreira

Tacuarembó, 1940.

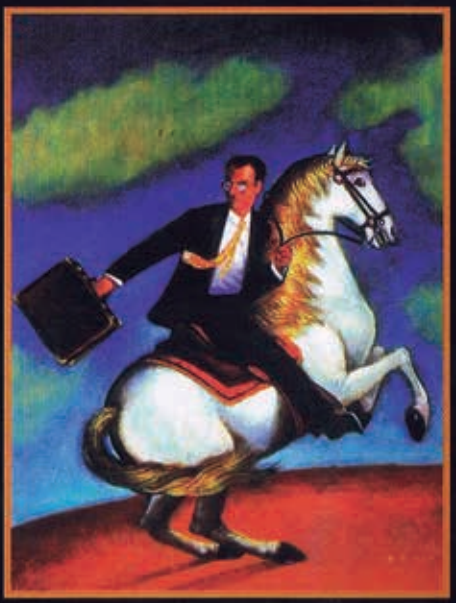
Carátula de revista. Cliente: Caelum S.A.
Formato: 30 x 25 cm. Tintas: 4. Año: 1997.

Carátula de revista. Cliente: Caelum S.A.
Formato: 28 x 22 cm. Tintas: 4. Año: 1996.

Programa. Cliente: Ministerio de Educación y Cultura. Formato: 35 x 25 cm.Tintas: 2. Año 1998.

cien %

REVISTA EMPRESARIAL. AÑO I, Nº 0. DICIEMBRE DE 1996



1997: VIENE BIEN

Entrevista: Sanguinetti en obras
Millones en publicidad
Baliño: La nueva cultura empresaria
Marcas: se vende prestigio
Sexo en la empresa
El champagne
Diez autos preferidos ■

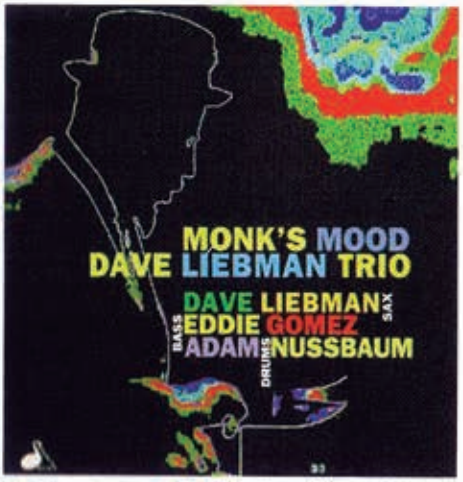
Rodolfo Fuentes

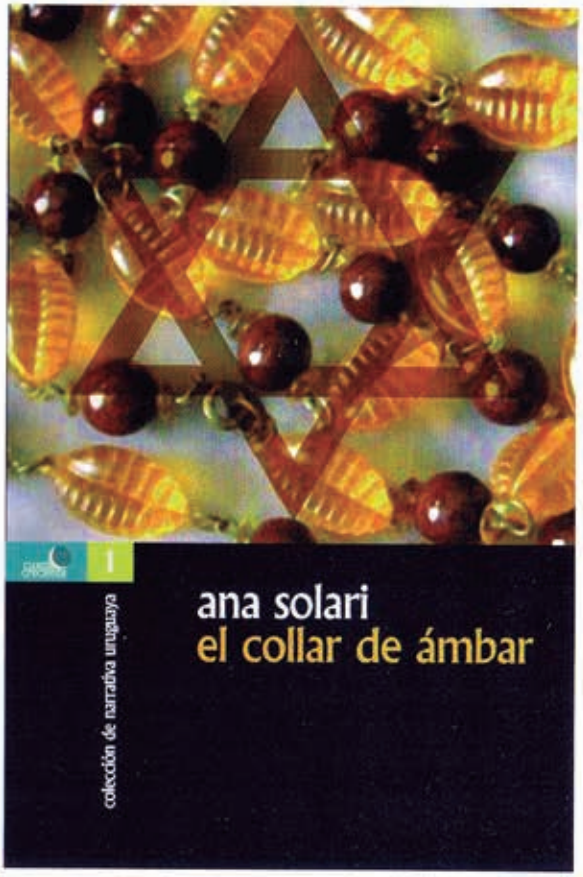
Santa Lucía, 1954.

Carátula de CD. Monk's Mood
Dave Liebman Trio. Cliente: Double Time Jazz (USA). Año: 1998.

Colección de libros (Carátula, concepto de colección y diseño de logotipo). Cuarto Creciente / Narrativa breve uruguaya. Cliente: Linardi y Risso (Uruguay). Año: 2005.

Afiche. Bulimia / Anorexia
2da Exposición Internacional del Cartel
Cliente: ADA /Alianza de Diseñadores Argentinos. Universidad de Tucumán. (Argentina). Año: 1996.

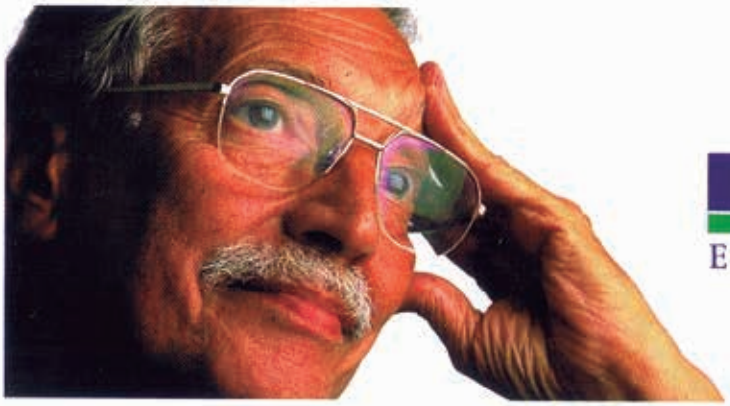




ANOREXIA
BULIMIA

Hogue
(Horacio Guerriero)

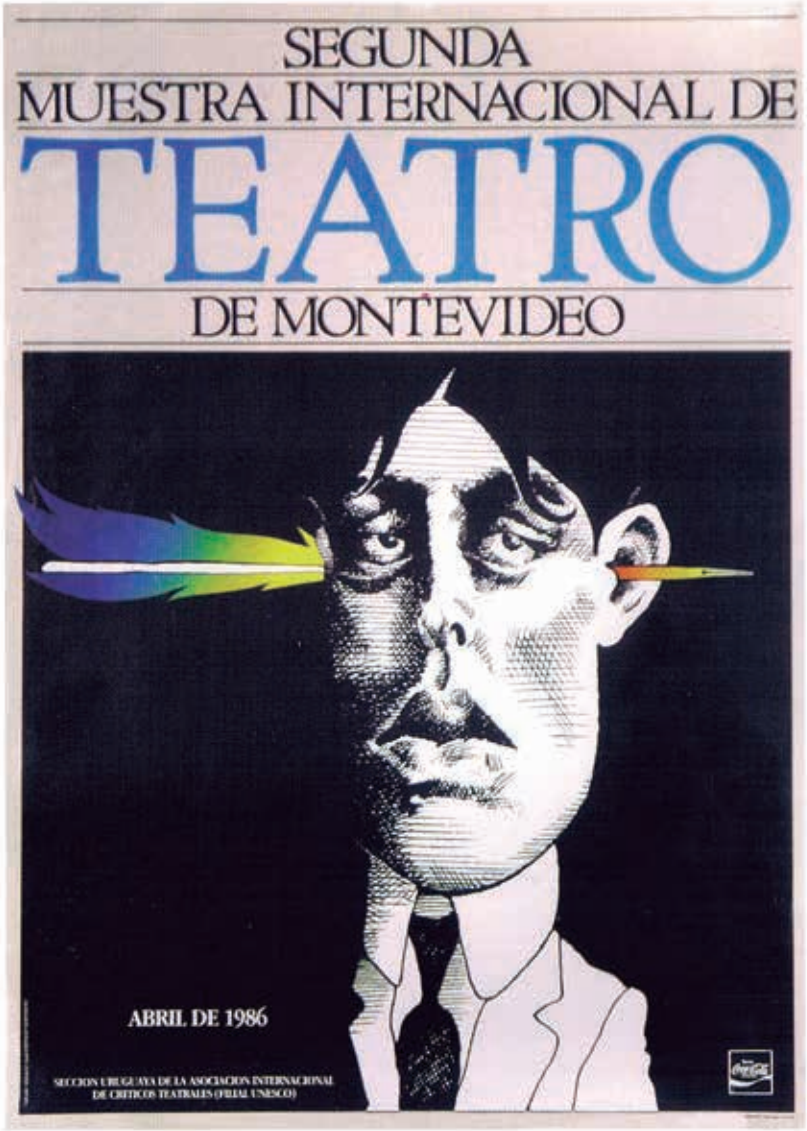
Trinidad, 1953.



Montevideo
ES ARANA

Cliente: Sección Uruguaya de la Asociación Internacional de Críticos Teatrales. (Filial Unesco). Producto:II Muestra Internacional de Teatro de Montevideo. Medio: afiche. Formato: 50 cms. X 70 cms. año:1986.

Cliente: Mariano Arana. Producto: Eelecciones Municipales 2000. Medio: Vía pública (trabajo final y punto de partida).


SEGUNDA
MUESTRA INTERNACIONAL DE
TEATRO
DE MONTEVIDEO
ABRIL DE 1986
SECCION URUGUAYA DE LA ASOCIACION INTERNACIONAL
DE CRITICOS TEATRALES (FIRLAC UNESCO)

Marcos Larghero

Montevideo, 1942.

Afiche de la exposición "Poesía y Diseño Gráfico". Cliente: Ediciones de UNO. Formato: 52 x 36 cm. Tintas: 2. año: 1993.

Mini afiche o tarjetón. Miscelánea de diseños. Formato: A4. Año: 2003.

Afiche. Cliente: Centro de Navegación. Formato: 30 x 43 cm. Tinta: 1. Año: 1991.

2ª
REGATA
EL MAR Y SU GENTE
CENTRO DE NAVEGACION TRANSATLANTICA
9
11
91

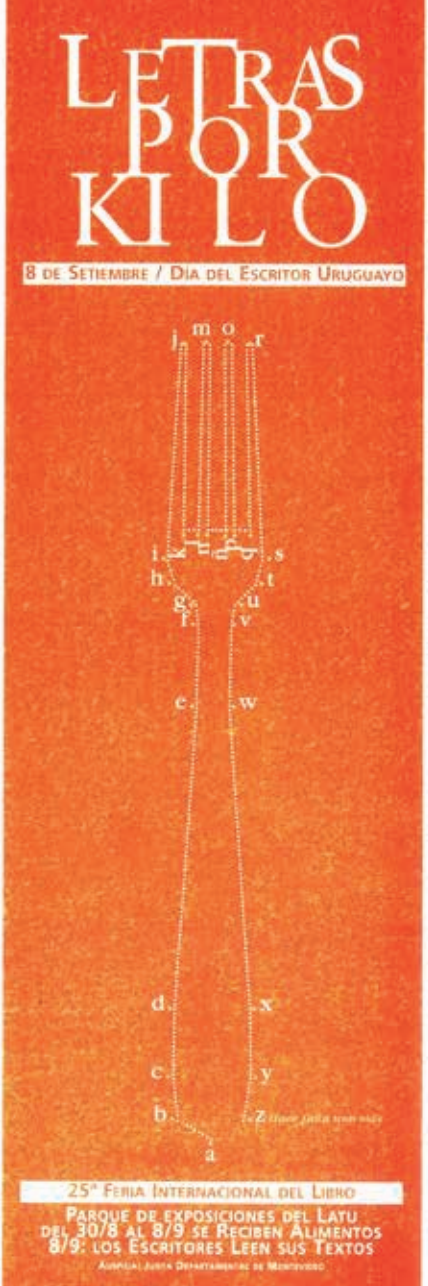
Maca (Gustavo Wojciechowski)

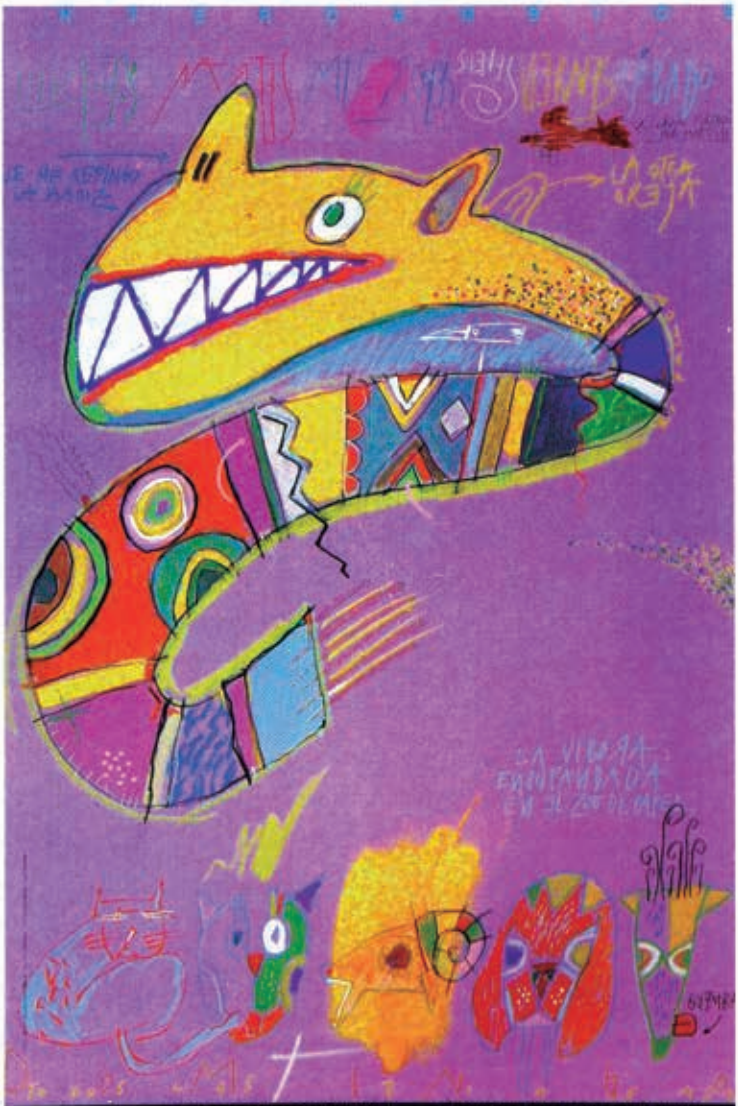
Montevideo, 1956

Afiche. Cliente: MYSU (Mujer Y Salud en el Uruguay). Formato: 43 x 63 cm.. Tintas: 4. Año: 2005.

Afiche. Cliente: Letras x Kilo. Formato: 14 x 43,5 cm. Tinta: 1. Año: 2003.

Afiche. Intercambio. Cliente: Icograda '97, XVII Icograda World Congress. Formato: 44 x 68 cm. Tintas: 4. Año: 1997.





ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES GRÁFICOS DEL URUGUAY - ASOCIACIÓN DE IMPRESORES DEL URUGUAY

José Prieto

Tacuarembó, 1961.

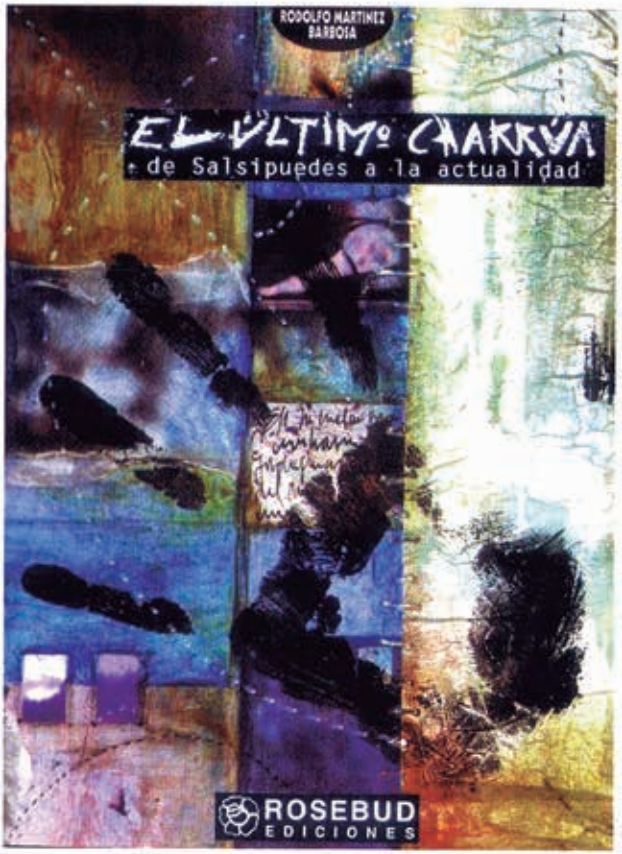
"El Caballero de Olmedo". Afiche. Cliente: Intendencia Municipal de Montevideo, Departamento de Cultura, Comedia Nacional. Formato: 48,0 X 64,5 cm. Tintas: 7. Año: 1987

"Del trabajo a la Sinfónica". Afiche. Cliente: Intendencia Municipal de Montevideo, Departamento de Cultura, Sinfónica Municipal. Formato: Base 48, 0 X Alto 62,5 X Cabeza 33,0 cm. Tintas: 4. Año: 1987.

Del Trabajo
a la
Sinfónica

Lucía Pittaluga

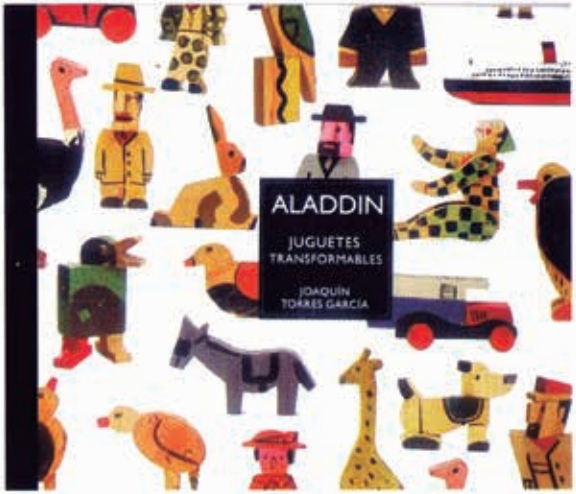
Montevideo, 1970.

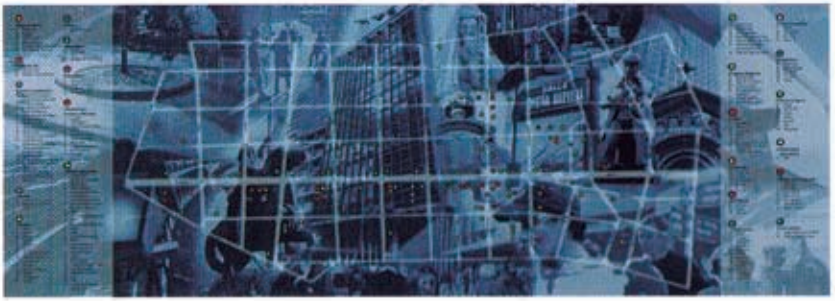


Tapa libro. Cliente: Editorial Rosebud. Formato: 22 X 16,5 cm. Tintas: 4. Año: 1996.

Tapa libro y catálogo (tapas blanda y dura). Cliente: Museo Torres García. Formato: 20 X 23,5 cm. Tintas: 4. Fotografía: Alejandro Díaz. Año:2005

Mapa afiche: Cliente: fidus/ Asociacisn


ALADDIN
JUGUETES
TRANSFORMABLES
JOAQUÍN
TORRES GARCÍA



Diego Tocco

Montevideo, 1969.

Carátula de CD. Pablo "Pinocho " Routin y Peligro de Murga. Cliente: Obligado Records. Formato:12 X 12 cm. Tintas: 4. Año:1999.

Afiche para el 6to. Festival Internacional de Escuelas de Cine. Cliente: Escuela de Cine del Uruguay. Impresión en plotter. Año: 2005.

Afiche para muestra de afiches franceces. Cliente: Fundación Buquebus. Formato: 50 X 70 cm. Tinta: 1. Año: 2000.

Affiches Françaises 1992 - 1997 Fundación Bustillos Alianza Francesa Montevideo Uruguay Setiembre 2009

MINISTERIO
DE TRANSPORTE Y OBRAS PUBLICAS

TYPEWORKS
fotomecanica digital

sala de arte
"Carlos Federico Sáez"

Viñedos y Bodega
Dulfio
Piuma
Vino Fino Artesanal