

ସମ୍ପାଦକଙ୍କୁ ଶୁଭାଶୀର୍ବାଦ
ଦେଉଛୁ। ଏହି ପତ୍ରିକାଟି
ଆପଣଙ୍କୁ ସମସ୍ତ ସୃଜନଶୀଳତା
ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ।
ଆପଣଙ୍କ ସୃଜନଶୀଳତା
ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ।



ସମ୍ପାଦକ

ଏହି ପତ୍ରିକାଟି
ଆପଣଙ୍କୁ ସମସ୍ତ
ସୃଜନଶୀଳତା
ଦେଖାଇବା ପାଇଁ
ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ।

Test de Computación Gráfica

Un Service Bureau se elije mejor
con la cabeza o con los pies?

a) Con la cabeza.

Imaginando los servicios ofrecidos, los resultados posibles, la atención probable, el profesionalismo mostrado, la simpatía trasuntada y las tarifas prometidas.

b) Con los pies.

Visitando uno por uno y comparando los servicios brindados, los resultados obtenidos, la atención dispensada, el profesionalismo mantenido, la simpatía regalada y las tarifas aplicadas.

Si su respuesta tiene mayoría de a), detrás de este aviso hay:

Los mejores equipos,

(Apple, AGFA/Compugraphic, Canon, Tektronix, XEROX)

la gente mejor entrenada,

(Diseñadoras Gráficas con título expedido por la F.A.D.U. de la U.B.A.)

los métodos de producción más probados y seguros,

(procesos y equipos calibrados y controlados, y métodos standard que aseguran la más alta calidad y rapidez de manera constante)

las tarifas más adecuadas.

(no siempre lo más chico es más barato)

Si su respuesta tiene mayoría de b),

estamos en L. N. Alem 596, de lunes a viernes, de 08:30 a 19:30.

The
MacArt Center

CENTRO DE AUTODISEÑO



Composición Tipográfica

Diagramación

Armado de avisos, folletos, revistas

Scanning de fotos hasta 6.000 DPI

Retoque de fotos

Impresión de Diapositivas 35 mm

Fotocromía hasta 55 X 65 cm con prueba color

Impresión láser color desde

transparencias hasta cartulina 300 g doble faz

Impresión láser B y N

Fotocopias color

Fotocopias B y N alta resolución y velocidad

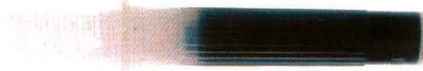
anillado con alambre y plástico

PreImpresión Profesional
para y por Profesionales

rotring rapidograph

“VIVE LA DIFFÉRENCE!”

Hay un nuevo “rotring”: el rotring rapidograph.
Con una gran diferencia técnica. El cartucho
capilar.



“la différence”

Ahora, al cambiar la carga de tinta mediante el
cartucho capilar, Ud. está agregando también un
nuevo helicoide a su rapidograph, eliminando así
problemas de limpieza y conservación.
rotring rapidograph. y... a “vivir la diferencia”.



rotring

Distribuidores exclusivos con servicio
garantizado

Pelikan 

ANIBAL, UN DISEÑADOR PARA CLIENTES DIFICILES.

Anibal era un diseñador gráfico y ese día su cliente más importante –y también el más difícil– le había planteado la necesidad de cambiar la papelería de su empresa.

–Mire joven –le había dicho don Arturo, el fundador de la compañía– este papel carta nos acompaña desde hace treinta años: dos colores, dorado, timbrado... una maravilla. Pero ya nos resulta caro. Sobre todo ahora, que con el asunto de las fotocopiadoras, las chicas lo consumen como si se tratara de fósforos; viven para el derroche.

–Entiendo, señor.

–Quiero economía, pero sin bajar la imagen, claro.

–Claro, señor.

Volvió al estudio rumiando su desgracia; con los hijos de don Arturo se entendía bien, pero con el padre la cosa era siempre difícil.

Se juntó con los muchachos de su equipo y charlaron del tema hasta la noche.

–Vos abrite de este trabajo –le dijo uno– que con tratar con el viejo ya tenés suficiente; nosotros nos vamos a ocupar de todo.

–Pero...

–Daaale... por una vez, no te metas; confiá en nosotros.

–Y no vengas a chusmear de noche, eh? Mirá que este trabajo lo tomamos como un desafío.

Días después le entregaron la propuesta. Era excelente. Mientras hablaban, lo acompañaron hasta el ascensor.

–Hicieron un buen trabajo; ahora me toca vendérselo al viejo.

–Lo vas a hacer, porque vos no vendés... asesorás! Y eso es muy profesional. Además, es el primer trabajo que hacemos sin que vos te metas...

–Todo un compromiso.

Anibal se enfrentó a don Arturo seguro de lo que llevaba. Pero no se lo mostró de entrada.

–El membrete actual de su empresa es muy lujoso, señor. Y nos resultó muy difícil cambiarlo.

–Me imagino. Y estoy seguro de que tendré que conformarme con menos, pero así es la economía.

–Lo hicimos a un color.

–¿Sólo a un color? Ni me lo muestre.

–El otro color lo pone el papel.

–Ah.

–Y en vez de timbrado, tenemos textura.

–.

–¿Cómo es eso?

–El papel...

–Ah.

–Y los sobres son muy especiales, con solapa cuadrada.

–Pero...

–Pero no hay que confeccionarlos –lo interrumpió Anibal– ya vienen así.

–Bueno, vamos... –se impacientó don Arturo– muéstreme los bocetos.

–Aquí están.

–Ajá... sobrios. Elegantes. Yo diría que de muy buen nivel. Claro, vamos a tener que poner toda la plata en el papel...

–De ninguna manera. La incidencia del costo del papel no es significativa. Fíjese en los costos: películas, chapas, impresión, refilado, emblocado... y después vendrá el tipeado, ensobrado, franqueo...

–Todo muy lindo, muchacho. Pero de dónde vamos a sacar una cartulina igual para las tarjetas, con esa textura y ese color?

–Hay.

–Ah... entonces, no dudemos más; usemos... Cómo se llama?

–Conqueror, señor.

–Sí, ahora recuerdo... el que yo había pensado. Por eso se lo pedí.

–Claro; usted lo había dicho. Realmente, una buena decisión, don Arturo... usted sí que sabe de números.

–Bien; apure los originales que quiero empezar a usarlo cuanto antes.

–Pero tiene mucho stock del anterior...

–Que lo usen de borrador, che; en estas cosas no hay que fijarse en gastos.



Respóndale a Witcel y reciba un juego de papelería personalizada.

Llene esta encuesta y envíela sin necesidad de franqueo a WITCEL SACIFIA, Apartado Especial N° 398, 1000 Correo Central, Buenos Aires. RESPUESTAS POSTALES PAGAS.



Titular del estudio:

Domicilio:

Localidad: CP: Tel/Fax:

Principales clientes:

Diseña mailings, folletos y catálogos? Sí No

Con qué frecuencia? Mensual Trimestral Anual

Recomienda papel WITCELART? Sí No Por qué?

Recomienda papel CONQUEROR? Sí No Por qué?

Qué otros papeles recomienda?

Realiza producción de impresos: Sí No

Cuáles son sus imprentas habituales?

Nombre y direcc.: Tel.:

Nombre y direcc.: Tel.:

Nombre y direcc.: Tel.:

Trabaja con agencias de marketing directo?

Nombre y direcc.: Tel.:

Trabaja con agencias de publicidad? Tel.:

Nombre y direcc.: Tel.:

En sus clientes, quién toma la decisión de compra de los impresos?

Quién determina el papel a utilizar?

buscando motivos encontrando causas

Se revisaron las fechas ilustres, los grandes acontecimientos y los pequeños, los hechos que significaron el crecimiento de *tpG*. Se consultaron fichas y archivos: allí había imágenes de los primeros números, audaces en su interrogación al Diseño, y ya constituían buenas causas. También estaban las palabras de todos aquellos que escribieron para nuestra publicación, el trabajo de los corresponsales y el apoyo constante de los asesores internacionales.

Se reconsideró si los premios obtenidos o la incorporación del segundo idioma como manifestación del acceso al mercado internacional serían motivo suficiente para celebrar. Fue cuando advertimos que el crecimiento de lectores y suscriptores, la amplitud temática o una mayor pluralidad de autores y opiniones, se perfilaban también como una excusa para el propósito festivo.

Durante siete años estuvimos buscando el motivo para una edición especial, que no debe confundirse con una edición «de lujo» sino más bien con una «de fiesta», y hoy descubrimos que los siete años eran el motivo buscado. Pero además de dar sostén a tales causas, esta edición quiere homenajear a quienes la homenajearon, documentando para la memoria impresa los momentos y los buenos diseños, el afecto y la comunicación que caracterizaron nuestros aires de aniversario.

looking for reasons finding causes

Auspicious dates were reviewed, both great and small events, milestones in the growth of *tpG*. Data cards and archives

were consulted: in them we found images from our first numbers, which boldly questioned Design, and we felt these to be good causes. We also found the words of all those who wrote for our magazine, the work of our correspondents and the constant support of our international advisers.

We pondered whether the awards received or the inclusion of a second language marking our entry into the international market could be considered sufficient reason for celebration. And then we discovered that the increase in the number of readers and subscriptions, the breadth of our subject matter and the greater plurality of authors and opinions, were also a good excuse for the proposed festivity.

For seven years we looked for a reason for a special edition, not to be confused with a «luxury» edition, but rather a «festive» one, and today we realized that those seven years were the very reason we sought. But in addition to supporting such causes, this issue seeks to honour those who honoured us, perpetuating in print the moments and good designs, the affection and communication which infused our anniversary airs.

tipoGráfica ESPECIAL
comunicación para diseñadores
revista de diseño
año VIII, número especial, 1994

tpG es una publicación de Ediciones de Diseño, producida por el estudio Rubén Fontana & asociados Viamonte 454, 6° 12, tel. 315 1634 fax 311 6797 1053 Buenos Aires, Argentina

Director: Rubén Fontana
Diseñadores asociados: Pablo Fontana / Marcelo Sapoznik / Carlos Venancio
Curador: Juan Andralis
Secretaría de redacción: Mónica Daverio
Producción gráfica: Carolina Short / Inés Pupareli
Traducción al inglés: Peggy Jones / Betty Schmoller

Coordinación y textos de este número especial: Zalma Jallut

Publicidad: teléfono 315 1634 fax 311 6797

Corresponsales:
La Plata (Argentina): Silvia Fernández
Rosario (Argentina): Pablo Cosgaya
San Pablo (Brasil): Hugo Kovadloff
México DF (México): Félix Beltrán
Nueva York (EE UU): Diego Vaineman
Barcelona (España): Norberto Chaves / Oriol Pibernat
Miami (EE UU): José Bila Rodríguez

Distribución en la Argentina:
Suscripción anual (3 números): \$ 36
Costos de envío aéreo dentro del país: \$ 7
Valor de este número especial: \$12

- Librería técnica CP67, Florida 683, local 18, 1375 Buenos Aires; y stand en la FAPU / tel 393 6303
- La Plata: Librería Beo, calle 8 n° 793, local 6 1900 La Plata / tel (021) 22 9982
- Bahía Blanca: Daniel Cascallar, Av. Colón 1627, 8000 Bahía Blanca / tel (091) 40477
- Córdoba: Julio Ochoa, Av. Maipú 177, 1°, 5000 Córdoba.
- Rosario: Pablo Cosgaya, Laprida 563, planta alta C, 2000 Rosario / tel y fax (041) 4 8046
- Paraná: Luis Toscano, Rivadavia 115, 3100 Paraná / tel y fax (043) 21164
- Asunción (Paraguay): Tomás Caeiro, 15 de agosto n° 1640, Asunción.

Distribución exclusiva en España y resto del mundo
Editorial Gustavo Gili SA, Roselló 87-89, 08029 Barcelona / tel (343) 322 81 61 / fax 322 92 05
Precio en España: con IVA Ptas. 1300 más Ptas. 150 de gastos de envío.
Suscripción anual (3 números): Ptas. 4350.
Resto del mundo: Ptas. 1225 más Ptas. 900 de gastos de envío.
Suscripción anual (3 números): Ptas. 6375.

Se permite la reproducción total o parcial del material de esta publicación siempre que se cite el nombre de la fuente (revista *tipoGráfica* número especial). Se ruega enviar 3 ejemplares de la publicación de dicho material.

Impresión: Imprenta Anzilotti
Películas: Martínez Fotocromos
Impreso en la Argentina
Registro de propiedad intelectual n° 82.915

Correo Argentino Central (e)	Tarifa Reducida Concesión n° 1.704
	Franqueo Pagado Concesión n° 6.124

Un lenguaje particular para un número especial. Nuestra portada se traduce en las siguientes palabras: En este silencioso mensaje sin estridencias, calladamente, agradecemos a todos aquellos que se asociaron para que *tipoGráfica* sea una voz.

A special language for a special issue. Our cover could be described as follows: Through this silent message, quiet and free of stridence, we express our thanks to all who joined us to give *tipoGráfica* its voice.



De cómo sucedieron
los hechos



en el medio del baile

de los que fueron siete días de exitosa exposición. El trabajo había comenzado con la elaboración de la lista de «obsequiantes» pues sus nombres debían integrar todas las áreas de *tpG*, sus etapas, las instancias de su existencia y su

gente. No podían faltar los lectores y entonces, fueron los suscriptores y los estudiantes quienes nos remitieron su representación, además de los eventuales visitantes que pasaron por la redacción en los días previos y todo aquel sospechoso de una posible adición a la lectura de nuestra revista.

Los corresponsales, los integrantes del comité asesor, los autores de notas e informes junto con todos aquellos que intervienen o han intervenido en la realización de *tpG*, completaron la larga lista de salutations requeridas.

Anunciados todos, esperanzados en cuanto al óptimo funcionamiento de la comunicación epistolar, quedamos a la espera del primero en llegar.

Unificar ciertos criterios, proponiendo un formato único para los diseños dejaba ver, ya desde entonces, una temprana intención de programar todos los trabajos que se recibieran en una exposición, sistematizándolos bajo la identidad matriz de *tipoGráfica*. Así, con cada invitación, con cada convocatoria a participar, partieron moduladas cartulinas blancas que comunicaban los elementos reconocibles de la «identidad sin marca» de *tpG*. El nombre «*tipoGráfica*», el perímetro del cuadrado vacío y siete puntos dispuestos en hilera como señales orientativas «por si lo sorprenden las ganas de escribir» definieron más tarde los únicos aspectos comunes de las 192 singulares respuestas. Procedentes de nuestro medio y también enviados desde lejanos países llegaron 192 saludos celebratorios que son, por naturaleza, otros tantos trabajos de diseño. Son 192 espejos que nos devolvieron como imagen la posibilidad de ver cómo nos perciben nuestros lectores desde sus contextos —tan diversos— y que, a su vez, nos ofrecen una perspectiva genuina para descubrirlos a ellos.



700 VISITANTES RECORRIERON LA MUESTRA EL DÍA DE SU INAUGURACIÓN

About how it came to be

The invitation was simple, it was a clear and plain expression of our desire to receive gifts... designs which we might share with our guests at our anniversary party. Gathered at the Ruth Benzacar Art Gallery, scene of the festivities, visitors and guests were the unwitting prologue to seven days of successful exhibition. The task began with the preparation of the list of «contributors», since their names should reflect the entire spectrum of tpG, its stages, the details of its existence and its people. Our readers could not be absent, and subscribers and students sent us their contributions, also casual visitors to our editorial office in the days prior to the event, in addition to everyone suspected of becoming a potential addict to our magazine. Our correspondents, the members of our advisory committee, our authors and all who participate or have participated in the production of tpG, completed our long list of guests. Once all the invitations had been sent off, and with hope in their happy results, we awaited the first response. By unifying certain criteria and proposing a single overall design format, we announced our early intention to programme all the contributions to be received in an exhibition, under the *tipoGráfica* umbrella. Hence, with each invitation to attend or to participate, we enclosed fine white cardboard sheets which communicated the recognizable elements of the «brandless identity» of tpG. The name «*tipoGráfica*», the perimeter of the blank square and seven dots in a row, as if to say «should you feel the urge to write», subsequently defined the only common aspects of our singular 192 replies. 192 celebratory salutations which, by their very nature, are works of design, arrived from our country and from distant parts of the world. 192 mirrors which reflect how our readers see us from their so widely varied contexts and which, at the same time, provide a genuine spring-board from which to discover them.



EN SIETE DÍAS, 1543 PERSONAS VISITARON LA EXPOSICIÓN

In full party swing

TODA UNA INVITACIÓN A LA FIESTA



ORE PLUS 152 g/m²

Había que hacer algo para retribuir tanto afecto, para recompensar el tiempo invertido, había que decir algunas palabras, sí, eso era: había que escribir. Era el acto ideológico, el rasgo de identidad que faltaba, que se correspondía, y entonces, entre los festejantes se deslizaron de mano en mano, y con el soporte fetichista de los papeles de colores, las siguientes líneas:



REPARTIENDO TARJETAS DE COLORES

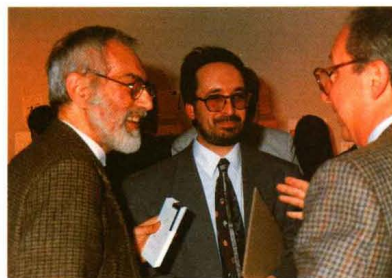
EN EL NOMBRE DEL DISEÑO, LA MULTIPLICACIÓN Y LA CÁBALA

Esta es una ritual exposición de saludos asociados para un doctrinario fin, el de celebrar con tipo Gráfica sus ya mencionados «siete honrosos años de culto al diseño, la multiplicación y la cábala». Exótica manera, pero alegre al fin, de descubrirnos devotos de tan extraña trinidad. Fueron los diseños azarosos, que sortearon sus destinos por correo, los que desde hace ya tiempo auguran esta fiesta, invadiendo de celebración los días de trabajo. Magia de ábacos la de la multiplicación de esos diseños, que convirtió unos primeros saludos en la esperanza —ya realizada— de que fueran muchos. Y sabía la ciencia de la cábala que, presumiendo de certidumbres numéricas, pronosticó el justo momento al vislumbrar que “a los siete años habrá llegado el tiempo de una gran celebración”.

Bienvenidos sean, entonces, todos aquellos que hoy llegan a ella.

Y después

Después, el tiempo de programar, de proponer lo que vendrá. Y siempre es difícil proyectar —más aún, proyectarse— en el contexto de una época que se ha declarado asociada a las eternas transitoriedades, que ha pronunciado la inexistencia de las épocas. Pero aún así, la claridad de nuestros objetivos y la firmeza de los que fueron los primeros ideales nos conducen en los pasos a seguir. Porque rotarán las construcciones y las formas de nuestra publicación, del mismo modo que en su ciclo, las tendencias trasladan los ejes de observación, mutando los contenidos y hasta las mismas formas de la percepción. Pero aún así el propósito permanente será la comunicación, teñida de nuestra manifiesta asociación con la palabra. Seguramente, buscando nuevos motivos, encontraremos buenas causas.



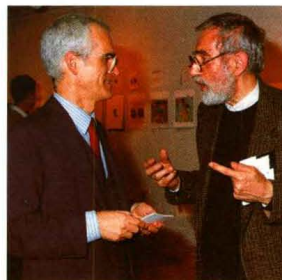
CONCURRENTES Y FESTEJANTES SE MEZCLARON EN LA GALERÍA RUTH BENZACAR



IN THE NAME OF DESIGN
MULTIPLICATION AND
CABALA

Something had to be done to return so much affection, to reward the time invested, a few words were needed, that was it: we had to write. This was the ideological act, the identifying feature that was lacking... that was fitting, and therefore, we circulated the following lines, on fetishistic coloured paper, from hand to hand among our guests:

This is a unique ritual exhibition of greetings aimed at joining tipoGráfica in commemorating its «seven well-spent years devoted to design, multiplication and cabala». An exotic –albeit happy way– to discover our devotion to such an unusual trinity. It was the designs which have managed to reach us through the mail which acted as harbingers of this happy celebration, and lent a festive air to our working days. With the magic of an abacus, designs have multiplied, changing our initial hopes for a few greetings into the reality of a fruitful harvest. A wise discipline, that of the cabala which, well versed in the science of numbers, foresaw the precise moment, when «with the seventh years, the time had come for a great celebration» Welcome, then, all those who join us today.



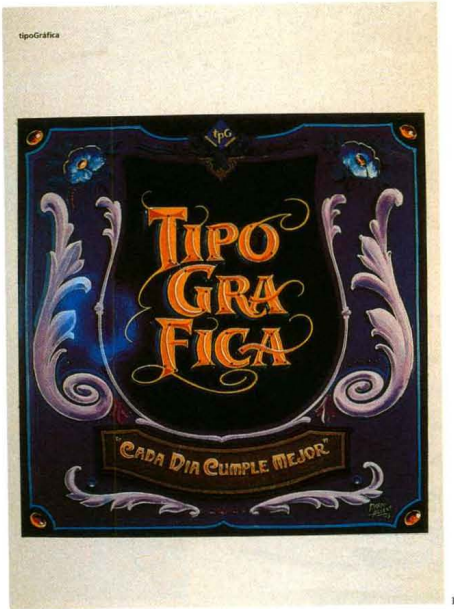
UN BRINDIS POR LA HISTORIA DEL DISEÑO



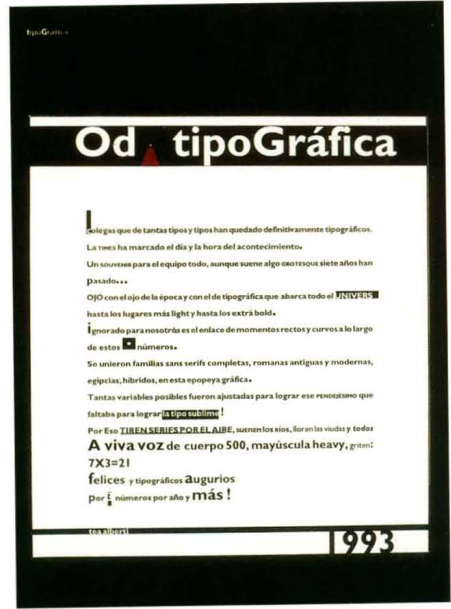
DETALLE DE UN OBSERVADOR

And later

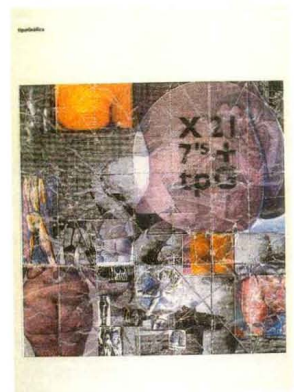
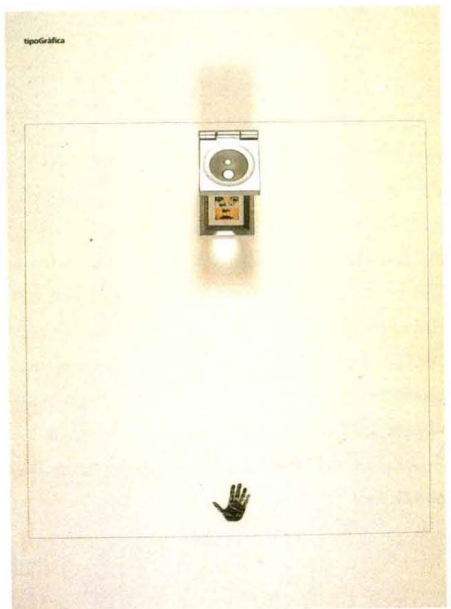
Later, came the time to programme, to propose what is to come. And, in terms of design, it is always difficult to project –and, even more, to project oneself– in the context of a period which has pronounced itself associated with eternal transitoriness, which has declared the inexistence of periods. But even here, the clarity of our objectives and the firmness of our original ideals showed us the path to follow. Because the format and the form of our publication may vary in the same way as, during their cycle, the perspectives of trends may shift, mutating content and even perception itself. Even so, our purpose will always be to communicate, in faithful association with the written word. Undoubtedly, in our search for new reasons, we shall find good causes.



1 Dardo Agüero ARGENTINA 2 Tea Alberti ARGENTINA 3 Marta Almeida ARGENTINA



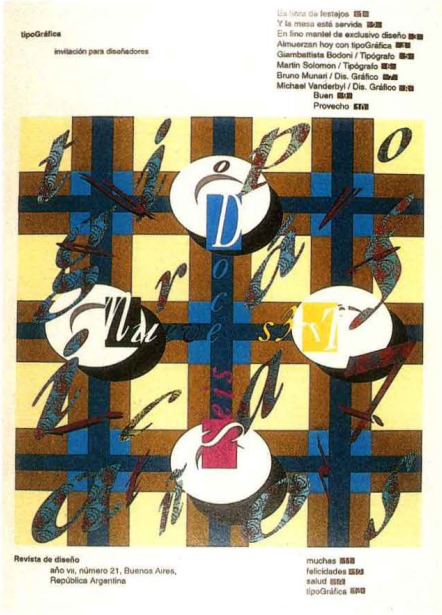
4 Anónimo 5 Revista Ardi ESPAÑA 6 Mariana Arias ARGENTINA



ORE PLUS 152 g/m²

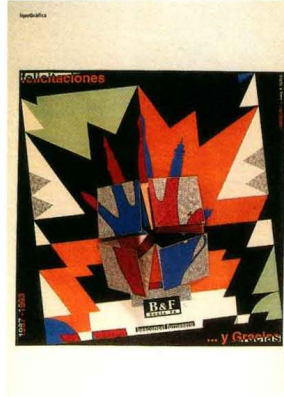
y la fiesta se vistió de diseño

and the party became design

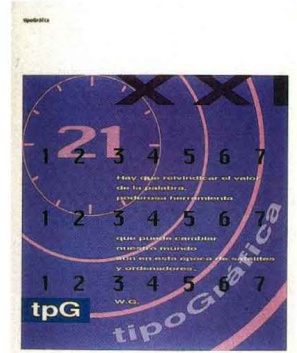


7

7 Tomás Aversa ARGENTINA 8 Héctor Basconcel ARGENTINA 9 Cristian Baulián ARGENTINA

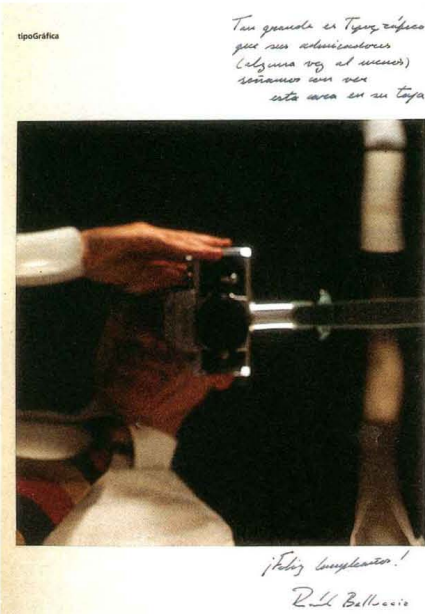


8

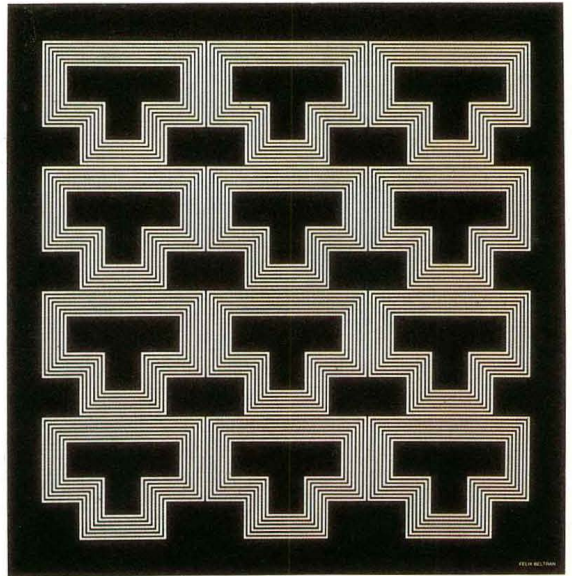


9

tipoGráfica



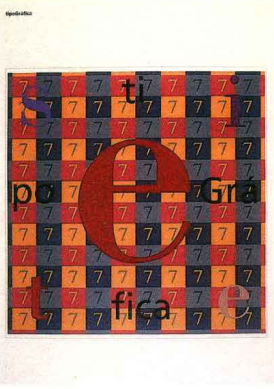
10



ORE PLUS 152 g/m²

11

10 Raúl Belluccia ARGENTINA 11 Félix Beltrán MÉXICO



14

12 Adriana Lara Beltzer ARGENTINA 13 Fernando Belvedere ARGENTINA

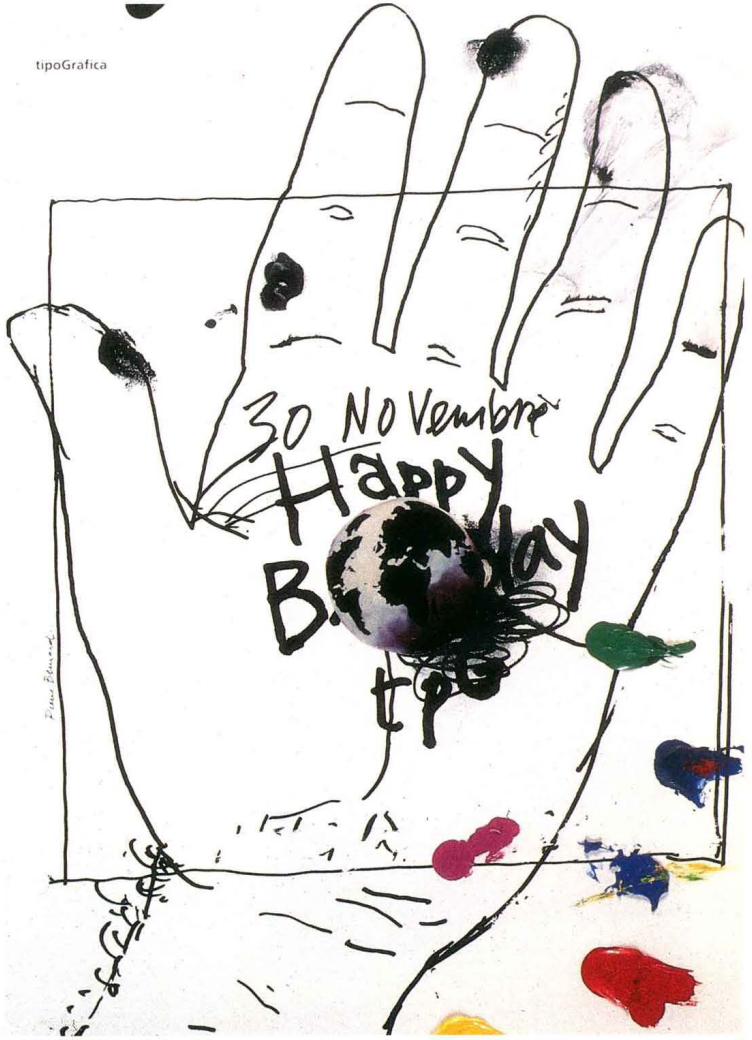


12



13

tipoGrafica



15

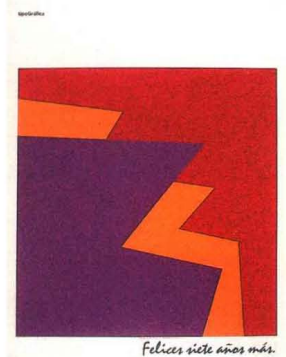
14 Hernán Berdichevsky ARGENTINA 15 Pierre Bernard FRANCIA

ONE PLUS 152 g/m²



Con nuestros sinceros deseos de muchos años más.

16

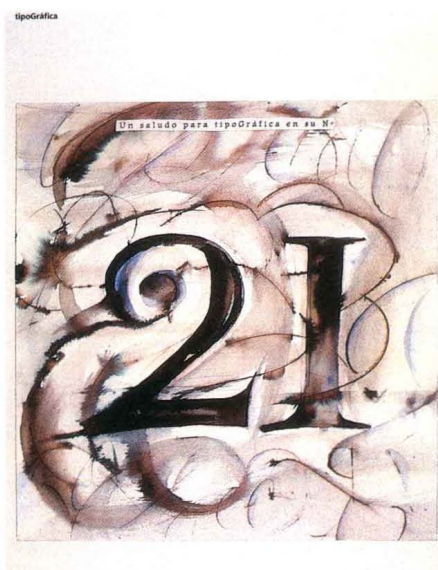


18

16 Gabriela Bernetti, Rodrigo Díaz Capt ARGENTINA 17 Ricardo Blanco ARGENTINA

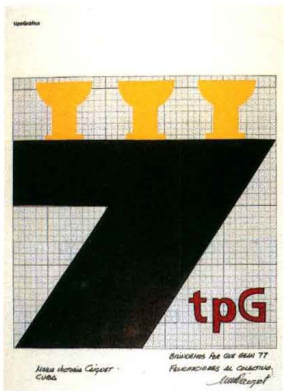


17

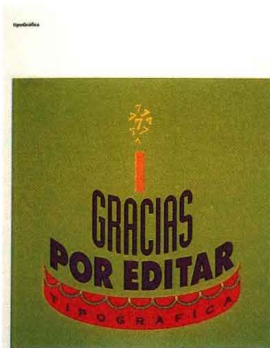


19

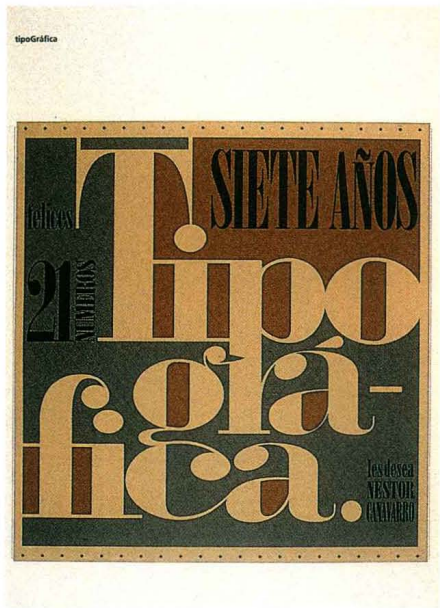
18 Gustavo Bruno ARGENTINA 19 Claudia Bulaievsky ARGENTINA



20



21

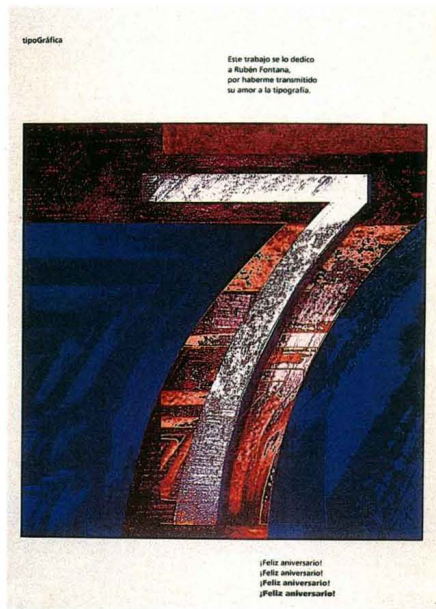


22

20 María Victoria Caignet CUBA 21 Viviana Camaüer ARGENTINA 22 Néstor Canavarro ARGENTINA



23

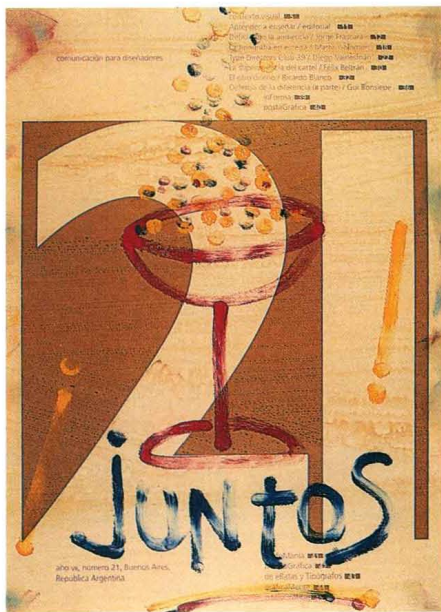


24

23 Eduardo Cánovas ARGENTINA 24 Corina Capuano ARGENTINA

ORE PLUS 152 g/m²

25 Alberto Carbonatto ARGENTINA 26 Esteban Cárdenas ARGENTINA



25

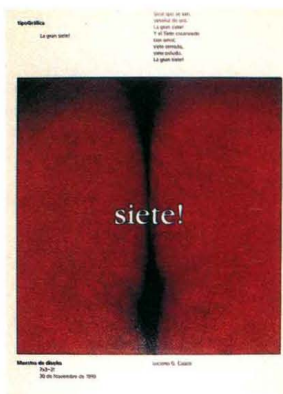


26

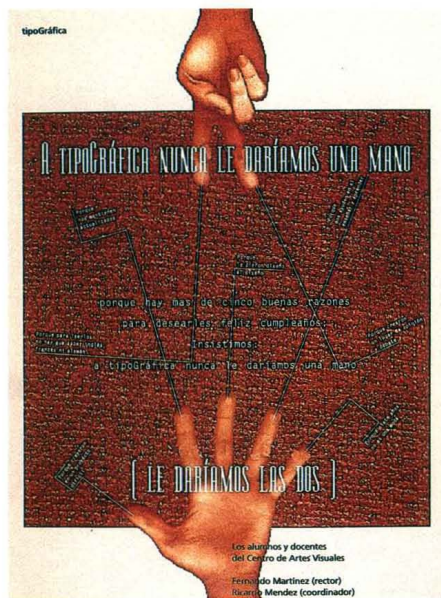


27

27 Daniel Cascallar ARGENTINA 28 Luciano Cassisi ARGENTINA

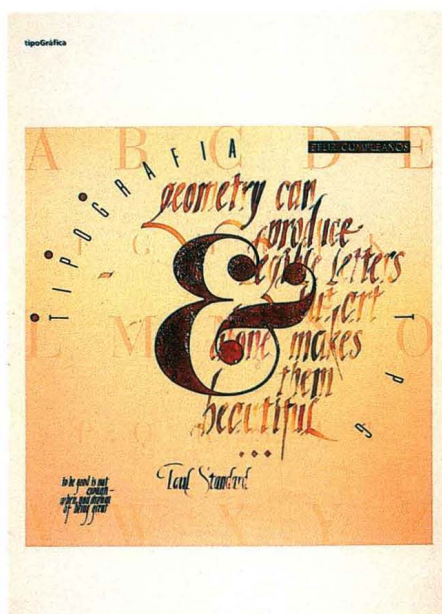


28



29

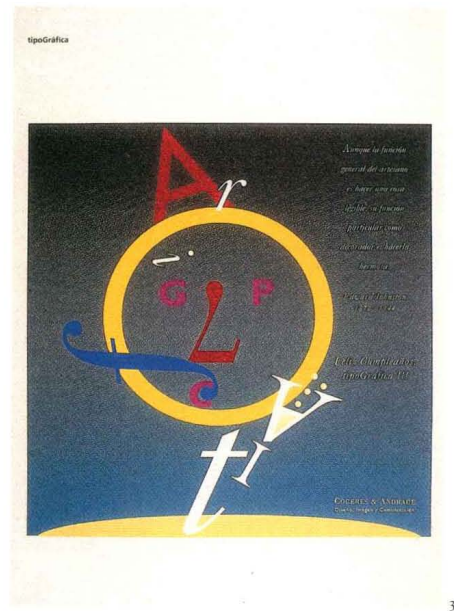
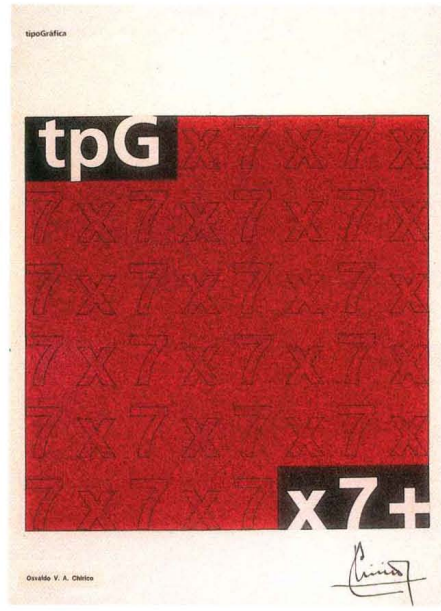
29 Centro de Artes Visuales ARGENTINA 30 Ariel Cepeda ARGENTINA



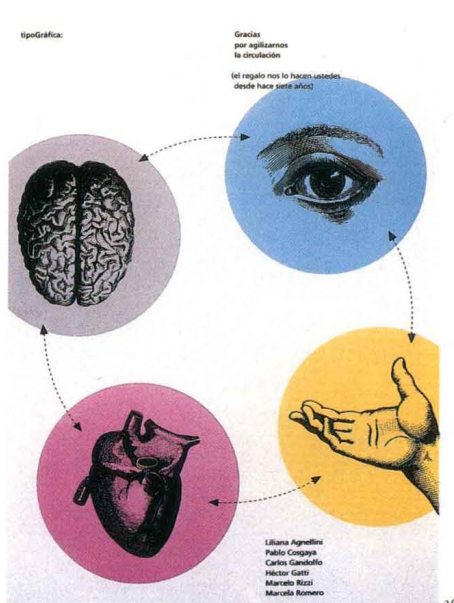
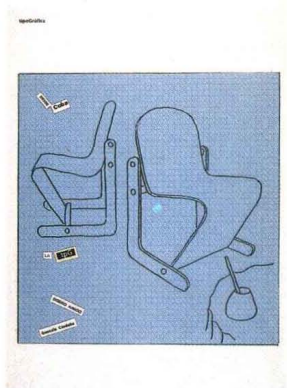
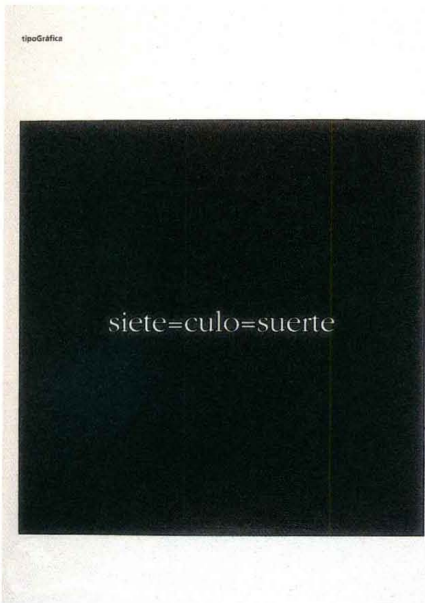
30

Querido Rubén:
 Alcanzar siete años en la difusión sistemática del diseño es todo un logro. Y si a eso le agregamos la calidad del contenido de tipoGráfica es todo un orgullo, no sólo argentino, sino de Latinoamérica.

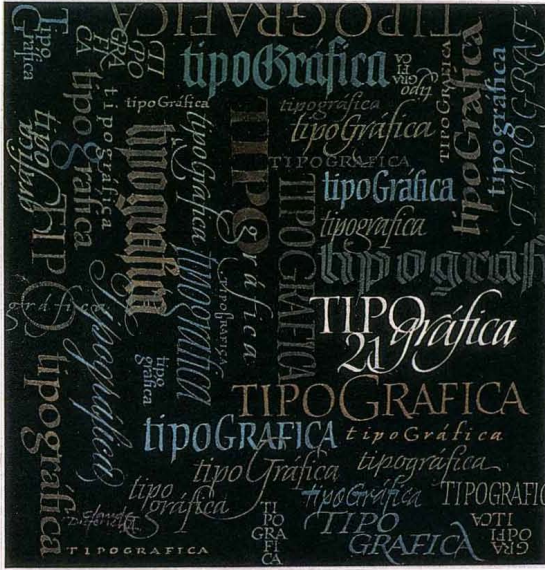
A nombre de revista Diseño, de todos los que laboramos en ella, te deseamos a ti y a tus colaboradores nuestros más alegres deseos de muchos años más para tipoGráfica, revista hermana y amiga. Afectuosamente,
 Hernán Garfias



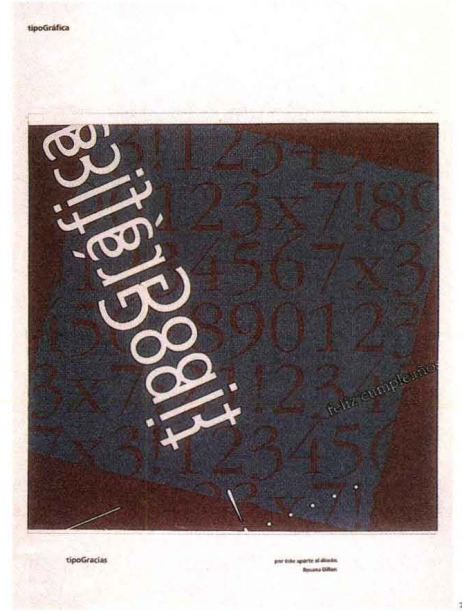
31 David Chirico ARGENTINA 32 Osvaldo Chirico ARGENTINA 33 Cóceres & Andrade ARGENTINA



34 Rolando Conway ARGENTINA 35 Gonzalo Córdoba CUBA 36 Cosgaya Diseño ARGENTINA



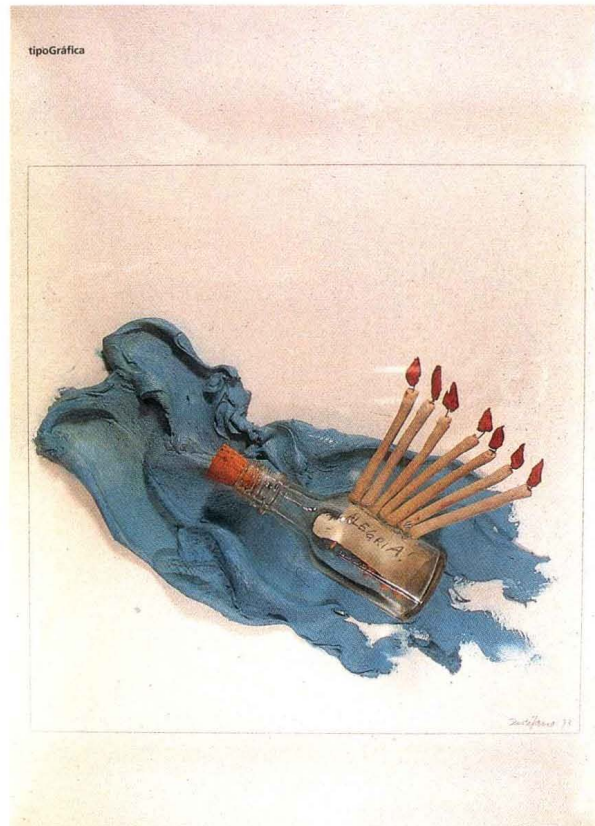
37



38



39

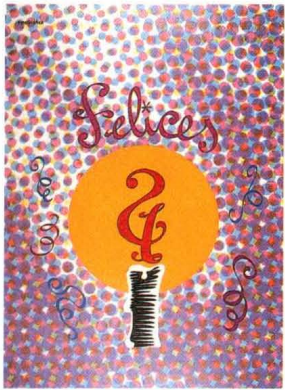


40

39 Revista Diseño (Hernán Garfias) CHILE 40 Juan Carlos Distéfano ARGENTINA



41 María Laura Donati (video) ARGENTINA 42 Gastón Dubovis ARGENTINA 43 Virginia Durante ARGENTINA



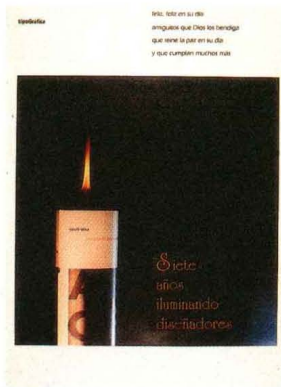
Tipográfica



7 años con el diseño

42

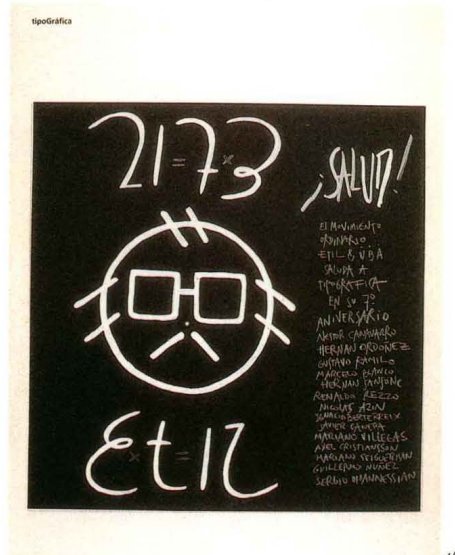
43



45



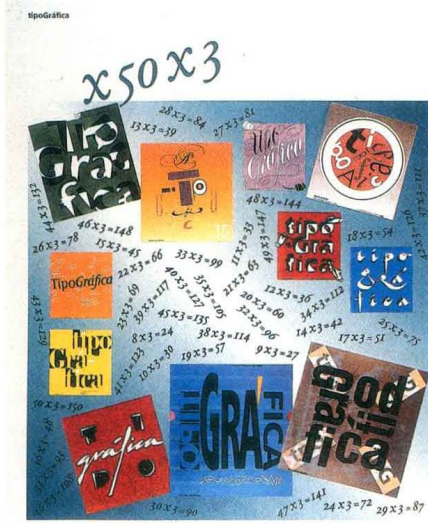
44



46



47



48

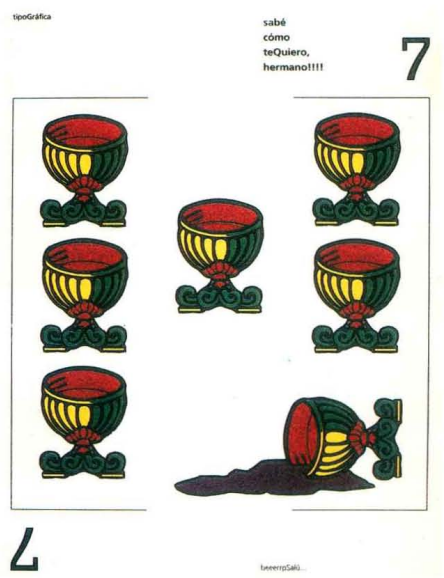


49

47 Estudio Formas ARGENTINA 48 estudio Chiappini-Becker ARGENTINA 49 Natalia Fefer ARGENTINA



50



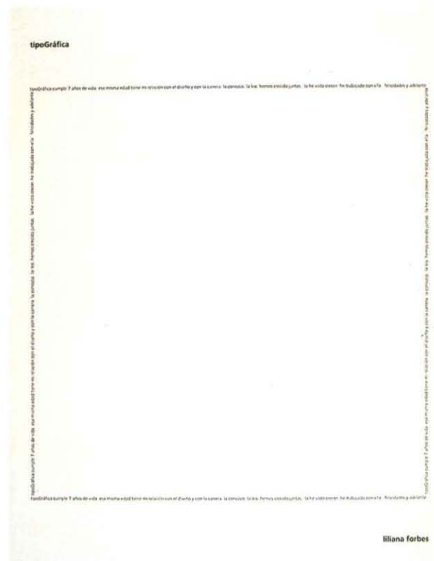
51

50 Silvia Fernández ARGENTINA 51 Juan Pablo Fernández Bussy, Roberto García Balza ARGENTINA



52

52 Alan Fletcher INGLATERRA 53 Liliana Forbes ARGENTINA 54 Emiliano Frías ARGENTINA 55 Rodolfo Fuentes URUGUAY



Liliana Forbes

53

"siete o tres - veintinueve"

En este día de tanto significado no puede dejar de agradecerse a los dioses por este momento.

Veja entonces esta página con la seguridad de que los dioses se sentirán con todo el corazón.



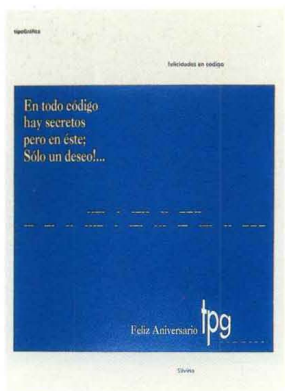
30 - 31 - 1991

¡MUCHÍSIMAS FELICIDADES! Con gran afecto y agradecimiento...

54



55



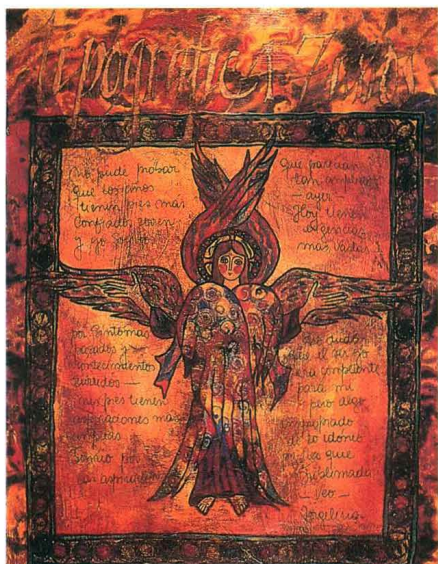
63

62 Milton Glaser USA 63 Silvina Guas ARGENTINA

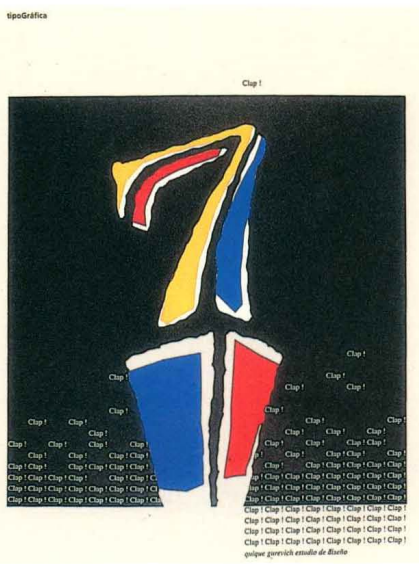


congrados a todos Milton Glaser

62



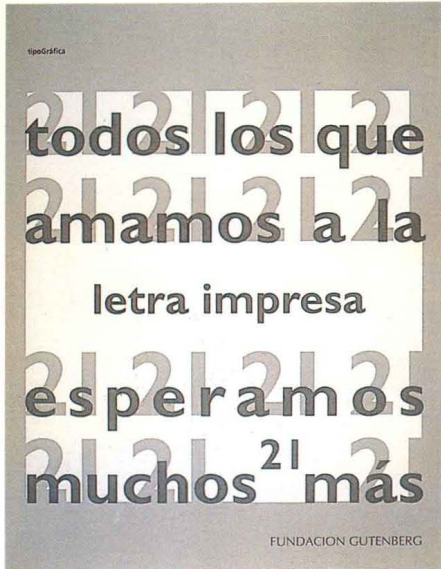
64



65

64 Jorgelina Guglietti ARGENTINA 65 Quique Gurevich ARGENTINA

66 Fundación Gutenberg ARGENTINA



66



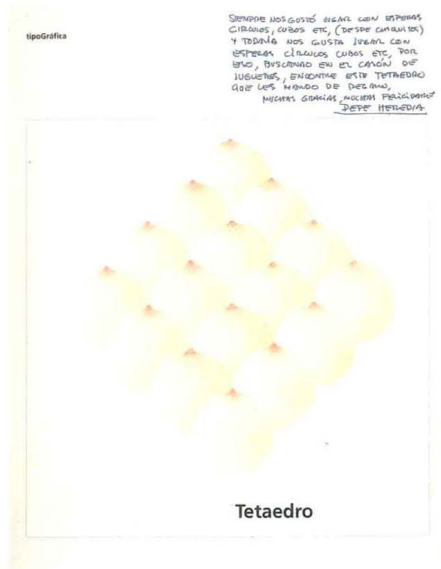
67



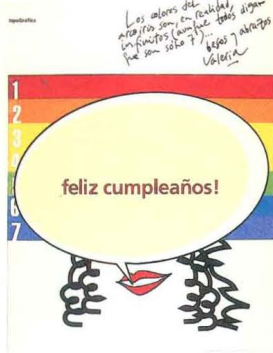
68

Siempre nos gustó, desde muy chiquitos, jugar con esferas, círculos, cubos, etc., y todavía hoy nos gusta jugar con esferas, círculos, cubos, etc., por eso buscando en el cajón de los juguetes encontré este TETRAEDRO que les mando de regalo. Están un poquito pálidas, pero es que todavía no llegó el verano. Muchas gracias y muchas felicidades.
Pepe Heredia

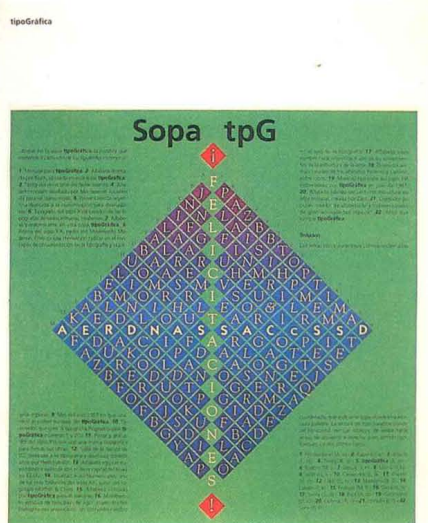
69 Pepe Heredia ARGENTINA 70 Valeria Hermida ARGENTINA 71 Helena Homs ARGENTINA



69

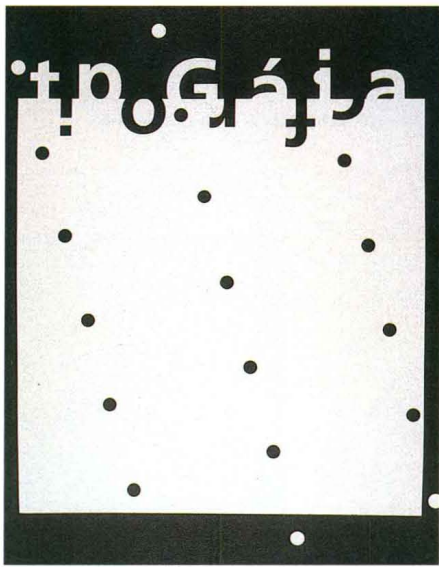


70



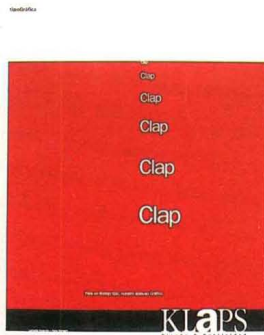
ORE PLUS 152 g/m²

71



72

72 Nicolás Jiménez ARGENTINA 73 Klaps ARGENTINA 74 Hugo Kogan ARGENTINA



73

tipoGráfico:

comunicación para diseñadores

- Felicidades
- ¡Bate, amor de mi vida!
- Compendio
- Quilón
- Cultura
- Argo
- Coherencia
- ¡Bazooka!
- ¡Esterzo!



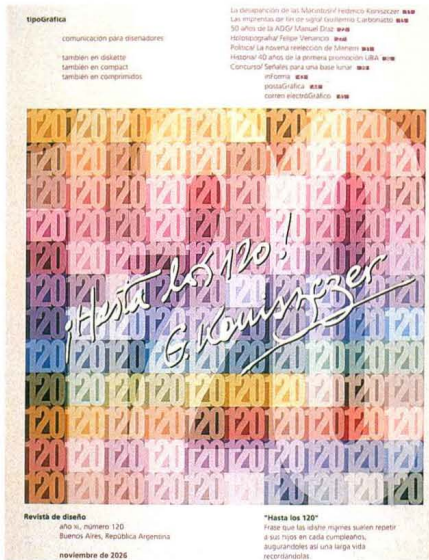
Revista de diseño

Año vii, número 21, Buenos Aires, República Argentina

- Frescura
- Calidad
- Profesionalismo
- Esportamos
- Seguir disfrutándola

74

75 Gustavo Koniszczew ARGENTINA 76 José Korn Bruzzone CHILE

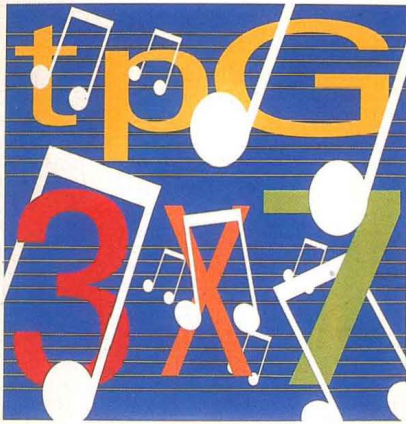


75

tipografía



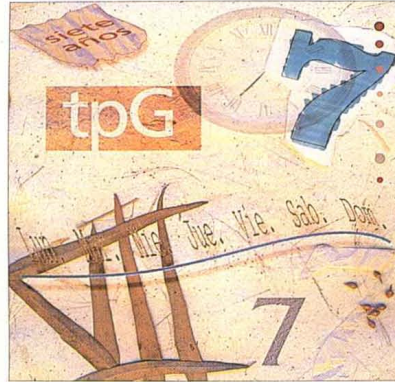
76



77

77 Hugo Kovadloff BRASIL 78 Daniel Krichman ARGENTINA 79 Karina Labanowsky ARGENTINA

modelo para imitar



Revista de diseño Año vi, número emocionado, Buenos Aires, República Argentina

conTexto propio ■■
Entre la obsesión y la ternura ■■
Entre la furia y los paradosos ■■
Sobreviviendo indolencias y oportunidades ■■
Más acá de la magia y los presupuestos de leyenda ■■
Entre la humildad y la alegría efílica de estos tiempos ■■
Contra la indiferencia y los enlatados ■■
Mirando siempre un poco más allá ■■
informa tipo ■■
que no piensa cambiar para peor ■■

para Todos ■■
usados Laborantes ■■
de la comunicación aporreada ■■
porque nos hacen sentir ■■
gráficaMente ■■
bien con lo que hacen ■■
Puff... así era cuando lo que solo hace: fotomontajes emocionantes

78



79

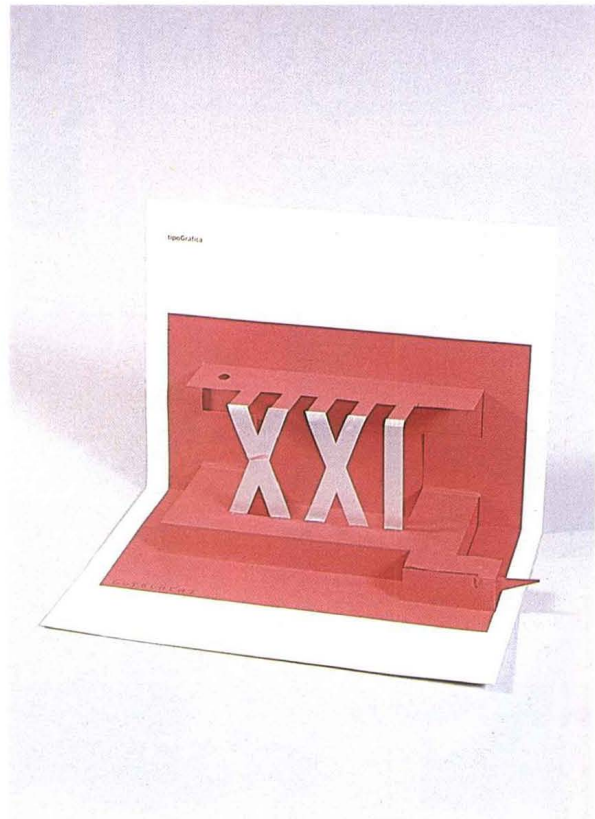


81

80 Guto Lacaz BRASIL 81 Ladry ARGENTINA

Parabéns pelo aniversário glorioso de tipoGráfica! Parabéns à todos! Minha homenagem vai nesta peça que precisa ser montada. Colocar o lápis com a bandeira «tipoGráfica» no furo e apoiar a ponta na base. A alavanca à direita pode ser operada por quem visitar a exposição, fazendo com que a mão se levante e indique o display comemorativo. Boa Sorte e sucesso!

Guto Lacaz



80

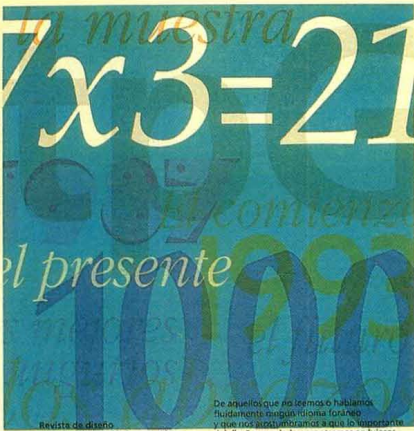
OFIE PLUS 152 g/m²



83

tipoGráfica
comunicación para diseñadores

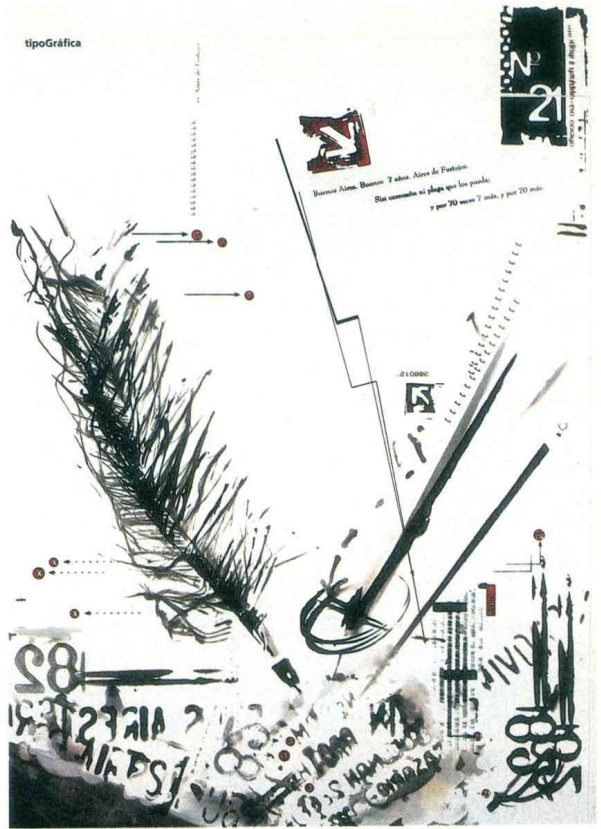
Más allá de todas las tendencias, pese a la más sofisticada de las tecnologías y más cerca aún del más claro concepto de diseño, el factor más importante de esta vertiginosa época que nos toca transitar sigue siendo: aunque muchos lo ignoren, el ser humano, el tipo.



Revista de diseño
Año viii, número 22, Buenos Aires

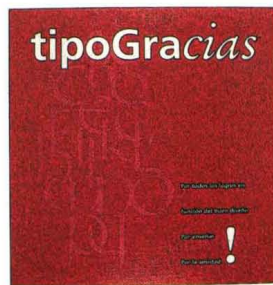
De aquellos que no leemos o hablamos fluidamente, no sólo idioma foráneo sino que no sabemos ni hablar, lo que está en el diseño no sólo lo encontramos en lujosos libros de lenguaje y precios incomprensibles. TipoGráfica, que la tabla del 3 te quede chica. Los mejores augurios. Estudio Latorre+Cordo

84



82 Paula Lanzilotti ARGENTINA 83 Ramiro Larrain ARGENTINA 84 Latorre + Cordo ARGENTINA

82



85

85 Soledad Lazcano ARGENTINA



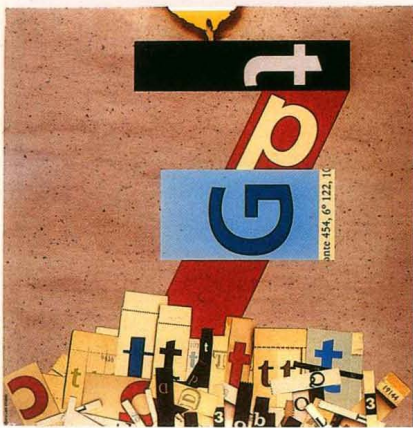
86

86 Luciana Leveratto ARGENTINA

Thank you very much for your invitation. I send the light of inspiration to you by fax. The original drawing follows by mail. Congratulation with a explosion of ideas for your future. As you see the belly button -the middle point of the world- is out of the frame of manted expression. Best regards, happy days.

Uwe Loesch

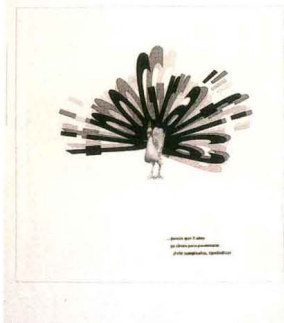
tipografía



87

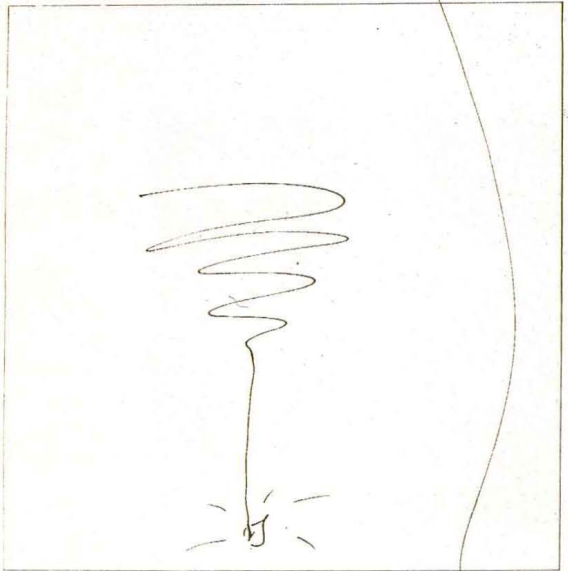
87 Rico Lins USA 88 Alejandro Lo Celso ARGENTINA

tipografía



88

tipografía



Enrique Longinotti 1993

89

89 Uwe Loesch ALEMANIA 90 Enrique Longinotti ARGENTINA

tipografía



ORE PLUS 152 g/m²

90



91 Eduardo López ARGENTINA 92 Adrián Lorenzo ARGENTINA

91



92

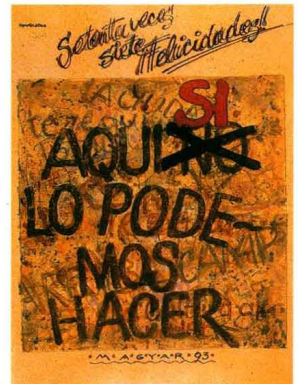


94

93 The Mac Art Center ARGENTINA 94 Joao Machado PORTUGAL 95 Ladislao Magyar ARGENTINA

Queridos tipoGráficos:
 Como debe ser, a las corridas les envío mis deseos y
 felicitaciones. Lamentable o afortunadamente
 anduve con poco tiempo, y por eso mi olvido y retraso
 (perdón, perdón...!). Bueno, les mando un abrazo y
 otro les daré el 30 si el vino no abunda y nos permite
 reconocernos. Salud!!!
 Sergio Manela

ORE PLUS 152 g/m²



93

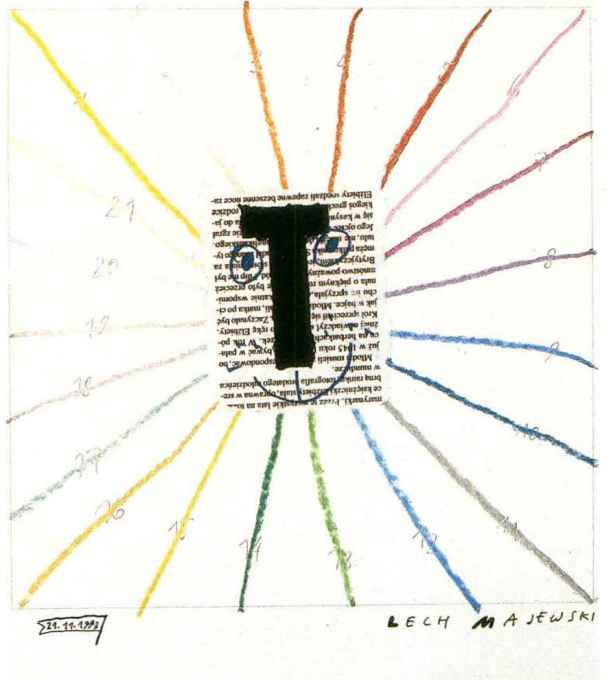
95



97

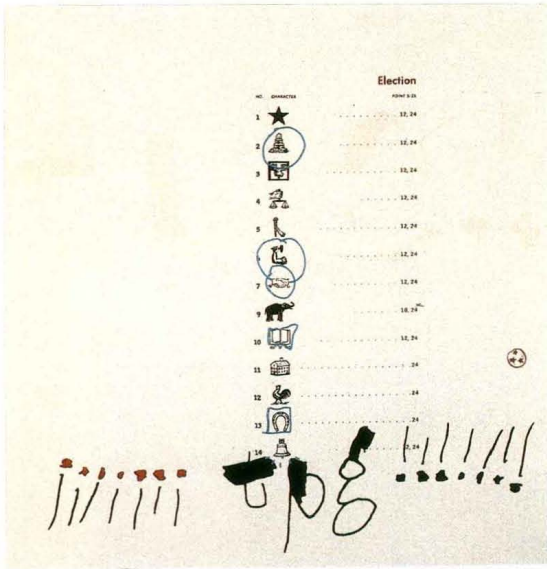
96 Lech Majewski POLONIA 97 Helena Mallo ARGENTINA

tipoGráfica

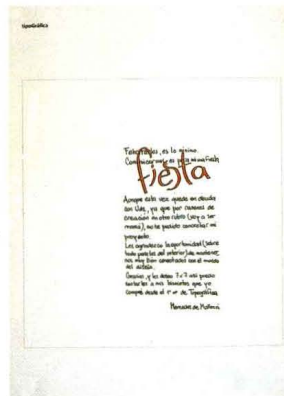


96

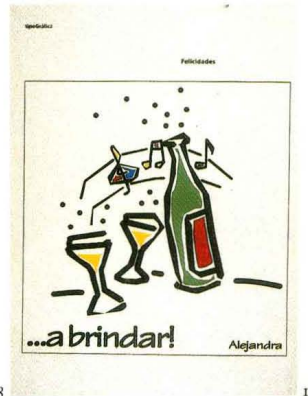
tipoGráfica



99

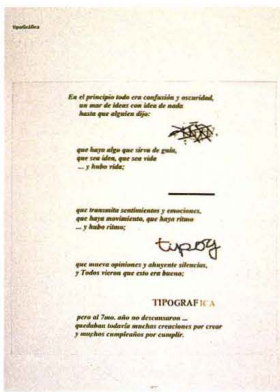


98

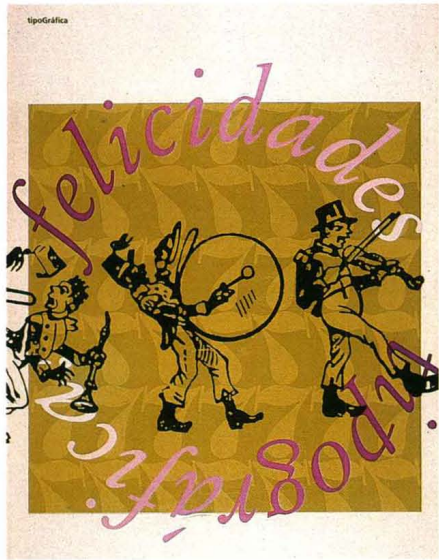


100

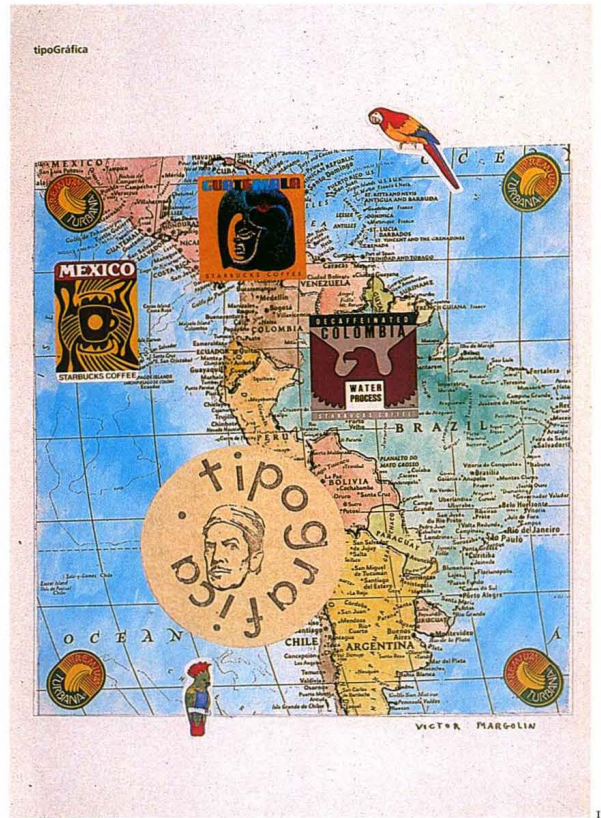
98 Mercedes de Mallozzi ARGENTINA 99 Sergio Manela ARGENTINA 100 Alejandra Marcet ARGENTINA



102

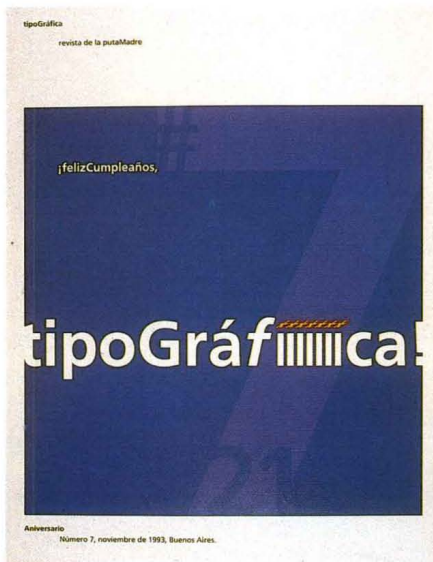


103

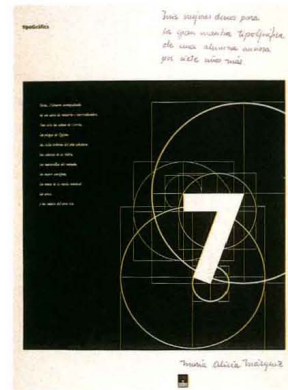


101

101 Victor Margolin USA 102 Mariana Marianni ARGENTINA 103 Marqués Medrano-Alderete ARGENTINA

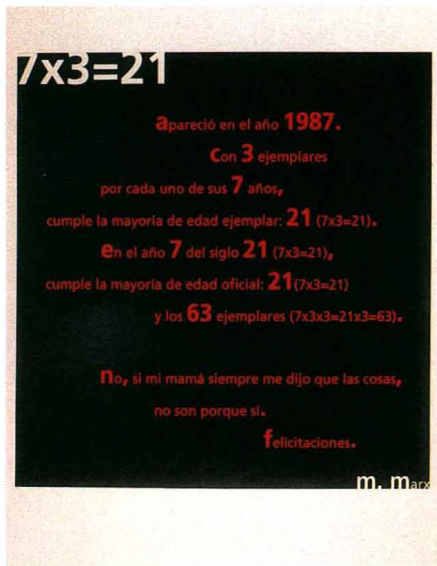


105

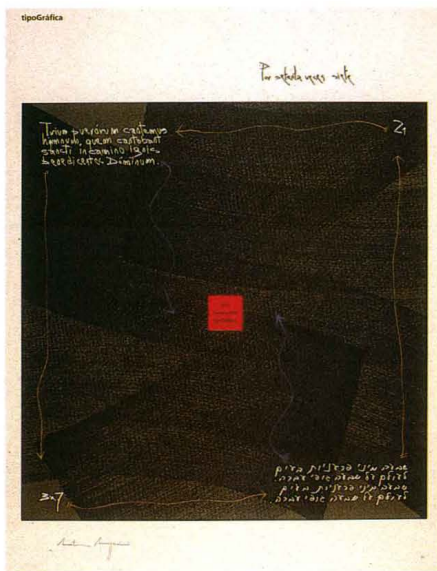


104

104 Alicia Márquez ARGENTINA 105 Claudio Márquez ARGENTINA



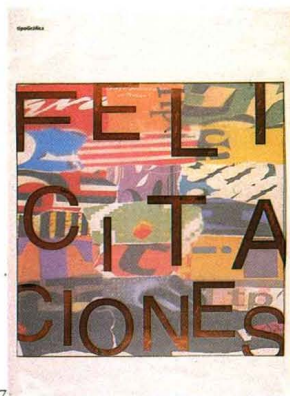
106



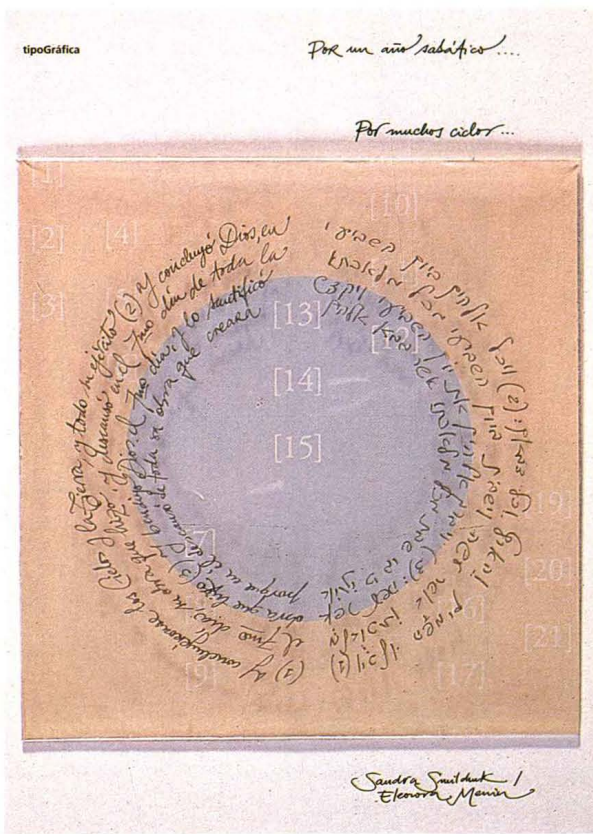
109



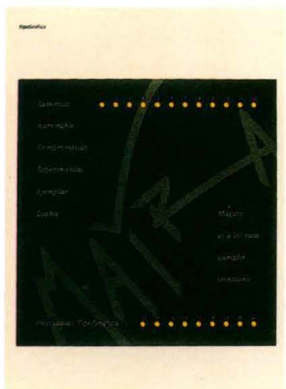
107



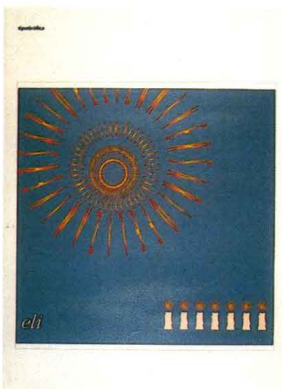
108



110

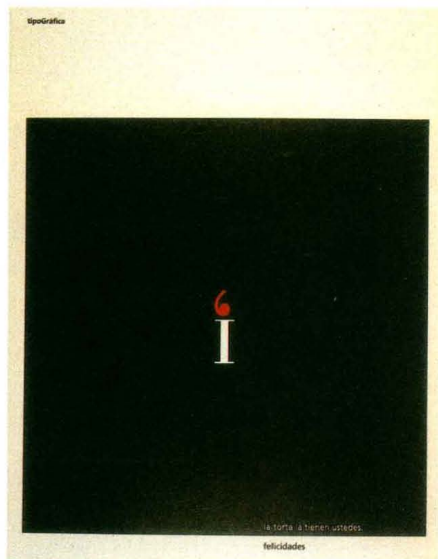


111

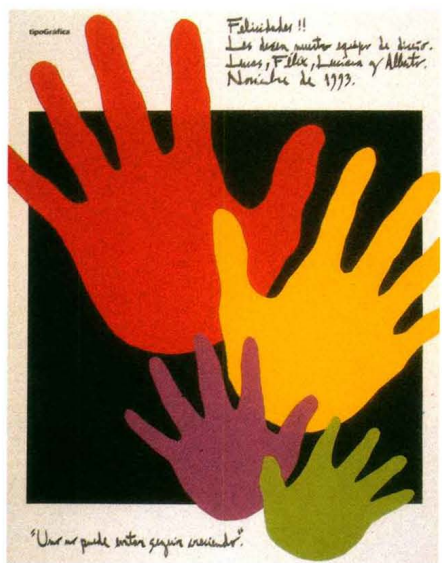


113

111 Mayra Moya ARGENTINA 112 Fabián Muggeri ARGENTINA 113 Eliana Müller ARGENTINA

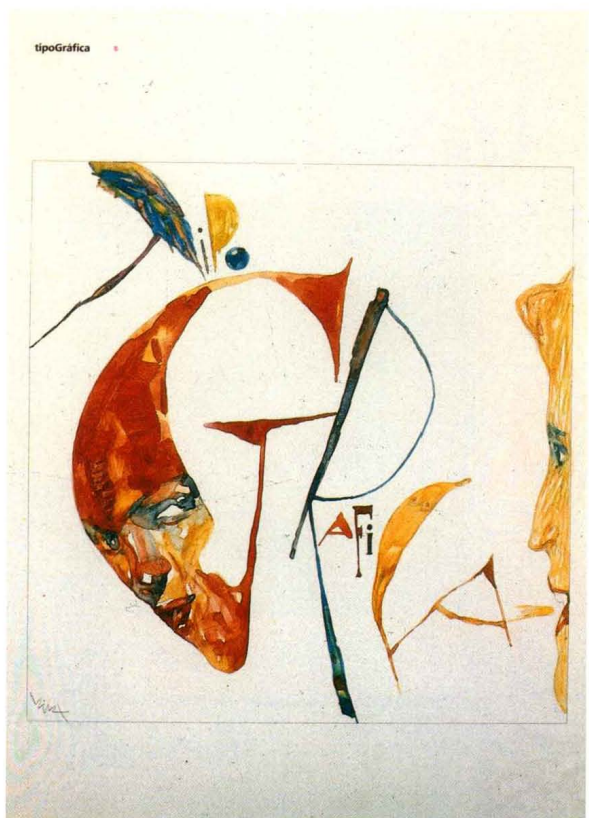


112

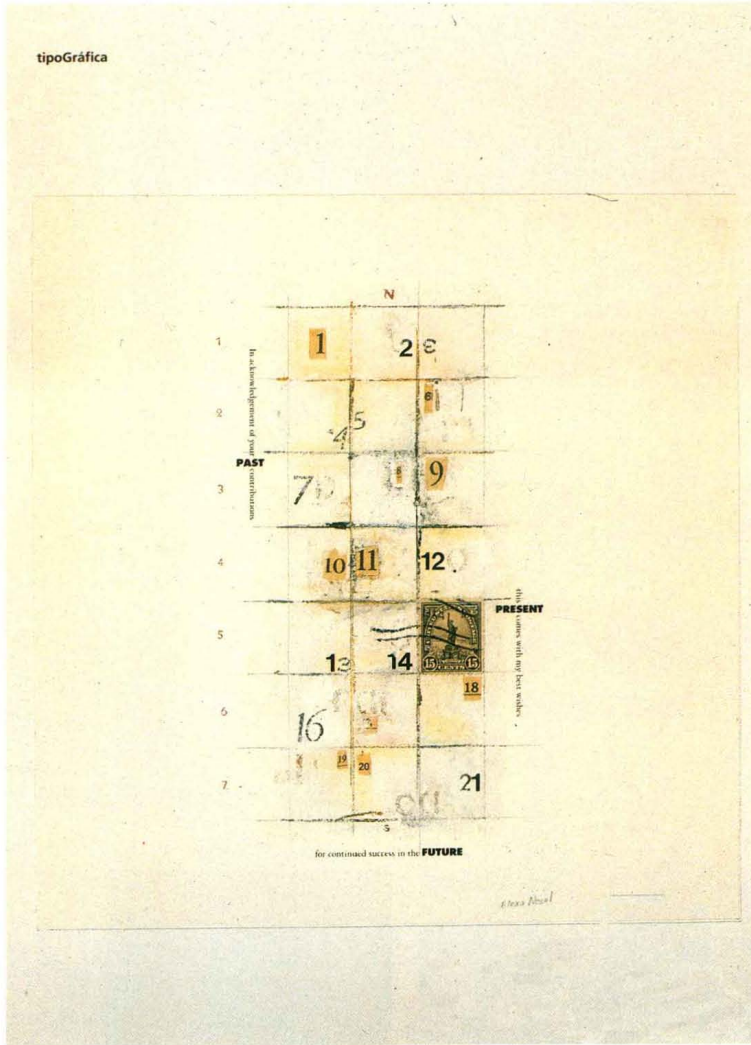


114

114 Alberto Neistadt ARGENTINA 115 Carlos Nine ARGENTINA

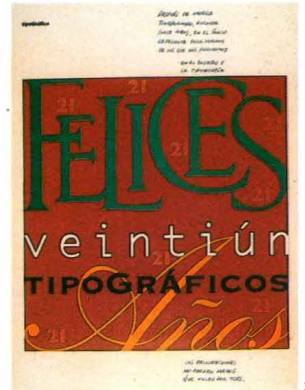


115



116

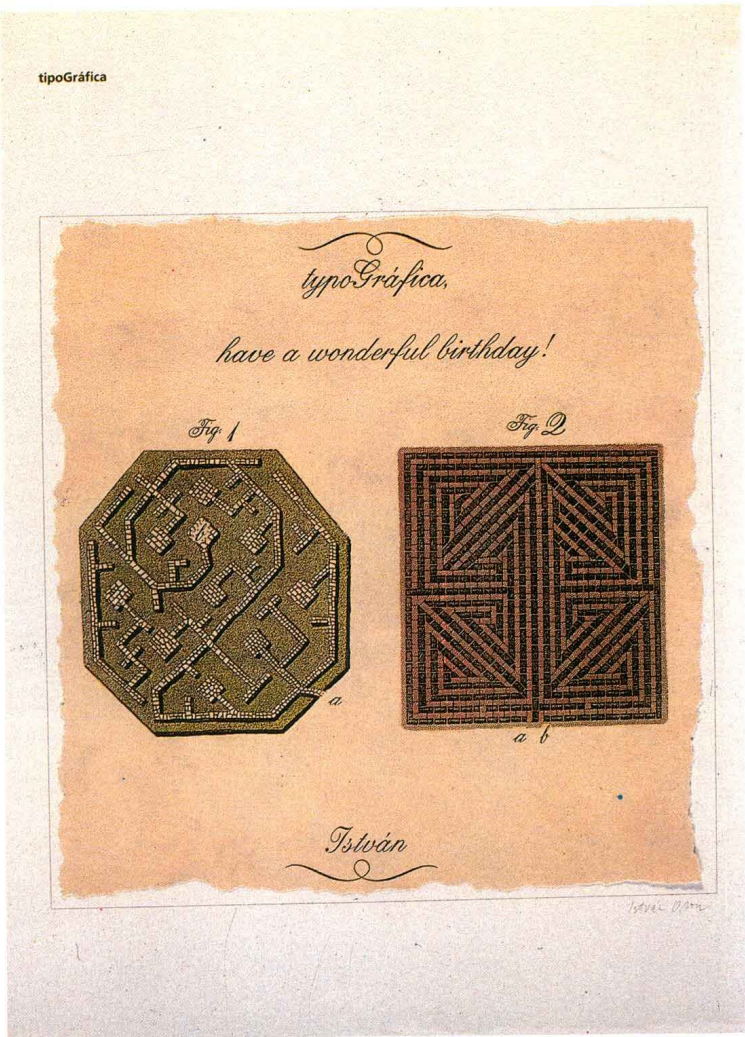
116 Alexa Nosal USA 117 Mauro Oliver ARGENTINA 118 Milagros Olivera ARGENTINA



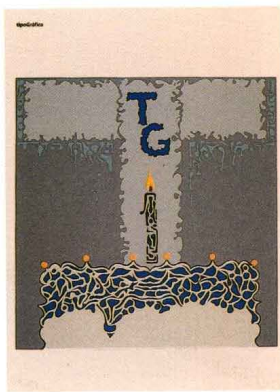
117



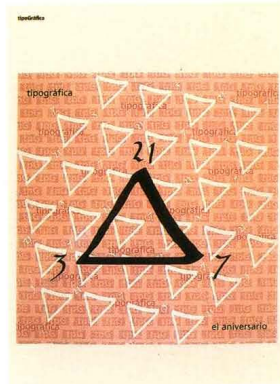
118



119



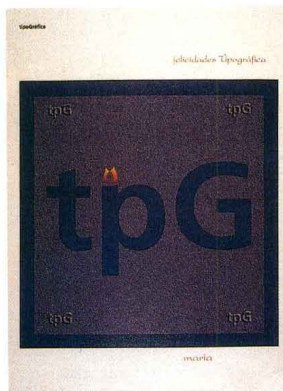
120



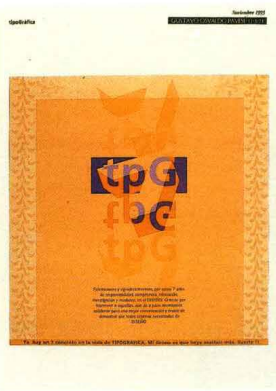
121

119 István Orosz HUNGRIA 120 Mariana Padín ARGENTINA 121 Mariana Pariani ARGENTINA

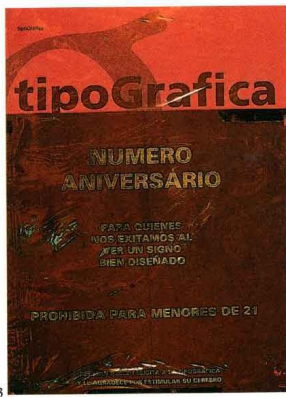
122 María Marta Parodi ARGENTINA 123 Gustavo Pavese ARGENTINA 124 Esteban Pérez ARGENTINA



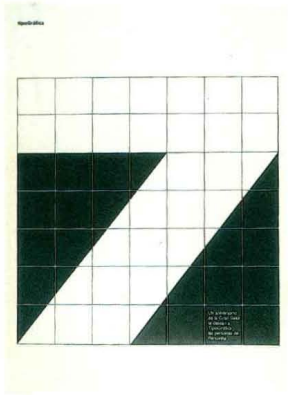
122



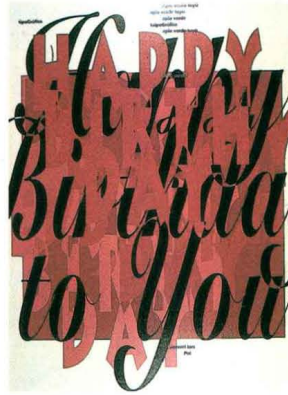
123



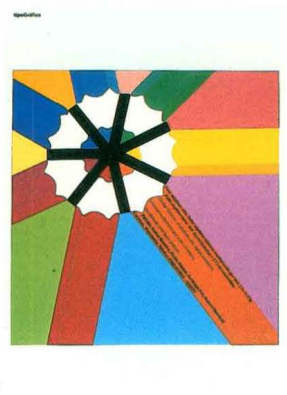
124



125



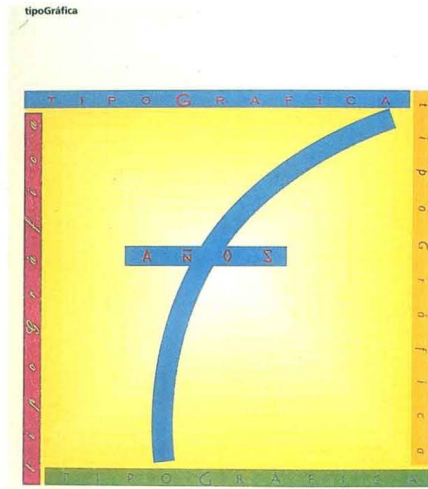
127



128

125 Personha ARGENTINA 126 Oscar Pintor ARGENTINA

127 Lucio de Pol ARGENTINA 128 Santiago Pol VENEZUELA



Lo más importante:
segur siendo
buenos tipos.

126

tipoGráfica



130

129 Susana Puricelli SUECIA 130 Jan Rajlich CECOSLOVAQUIA

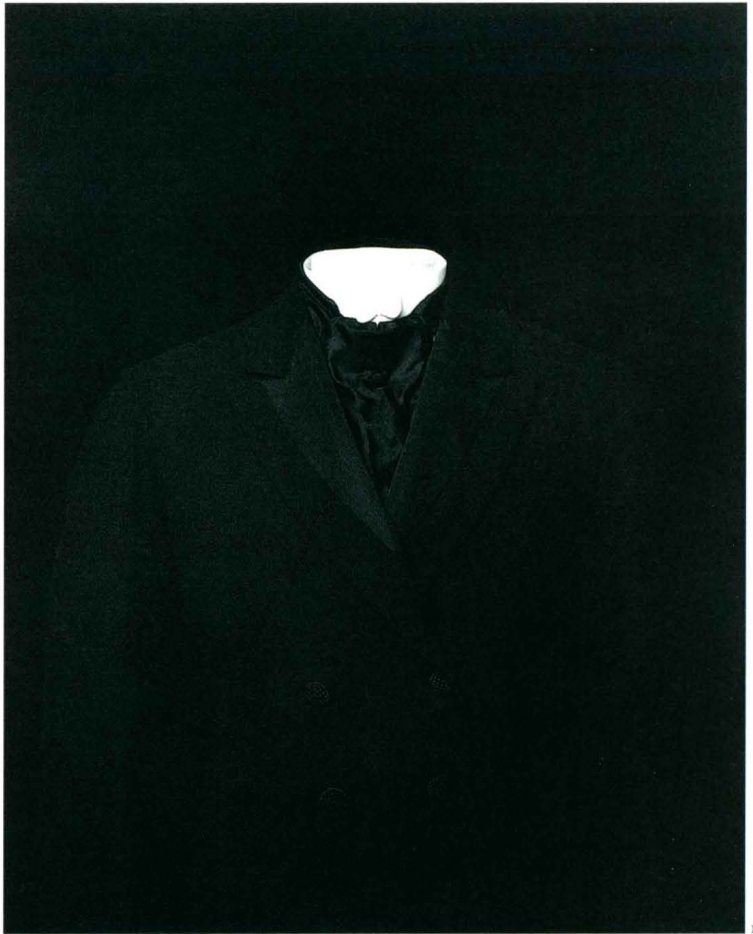


129

ORE PLUS 152 g/m²



131 Federico Recca ARGENTINA 132 Carolina Redlich ARGENTINA



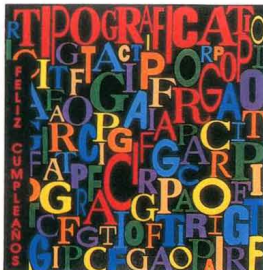
133 Teo Reissis ARGENTINA 134 Susana Remotti ARGENTINA 135 Humberto Rivas ESPANA



132

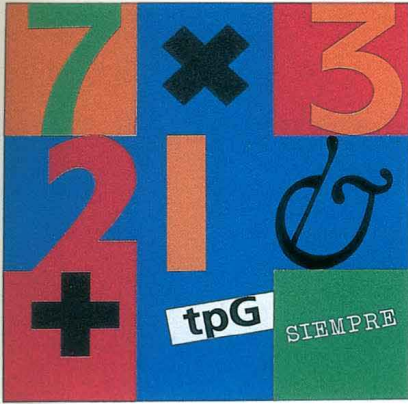


133

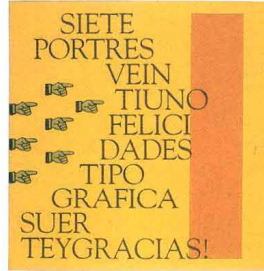


134

Si el cifrao
aserto multiplicador
do el destino
de la imagen,
el verbo
fundador
y metafórico
definió
su persistencia.



con las mejores
augurios
Hugo

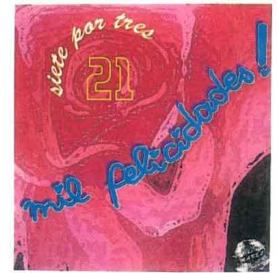


Gracias por sostener
lo severo mirado del manje sobre la linea incierta.

Daniel Rodríguez
diseñador



Diseño de Silvina
Tipografía: Pícaro, Pícaro, Pícaro
Nada es imposible



141 Alejandro ROS ARGENTINA 142 Mabel ROSAROLI ARGENTINA

Cuando se enteró del cumpleaños, enseguida dijo: Yo voy, yo voy. Hacía mucho que no viajaba y mucho que no lo veía tan entusiasmado. A cada rato se ponía a hablar del viaje, de lo bien que lo iba a pasar, de que iba a ver a Rubén, y sobre todo de lo importante que era ese cumpleaños. Ya me va gustar el festejar los catorce dentro de un tiempo, me dijo riéndose, cuando se iba a comprar la ropa para la fiesta. Volvió casi de noche, y silbando un tango empezó a probarse la ropa que había comprado, frente al espejo del baño. Cuando terminó de vestirse se peinó cuidadosamente, se dio vuelta y me dijo: Dale, sacame una foto. No podía decirle que no, y mientras cargaba la cámara pensaba que luego tendría que revelar, copiar, que seguro me iba a pedir más copias. Pero lo veía tan contento, que al final yo también disfruté poniendo las luces, midiendo y disparando, como cuando uno hace una foto que le gusta. Lo único que me daba un poco de envidia, es que este señor iba a estar en la fiesta de cumpleaños y yo no.

Humberto Rivas



143

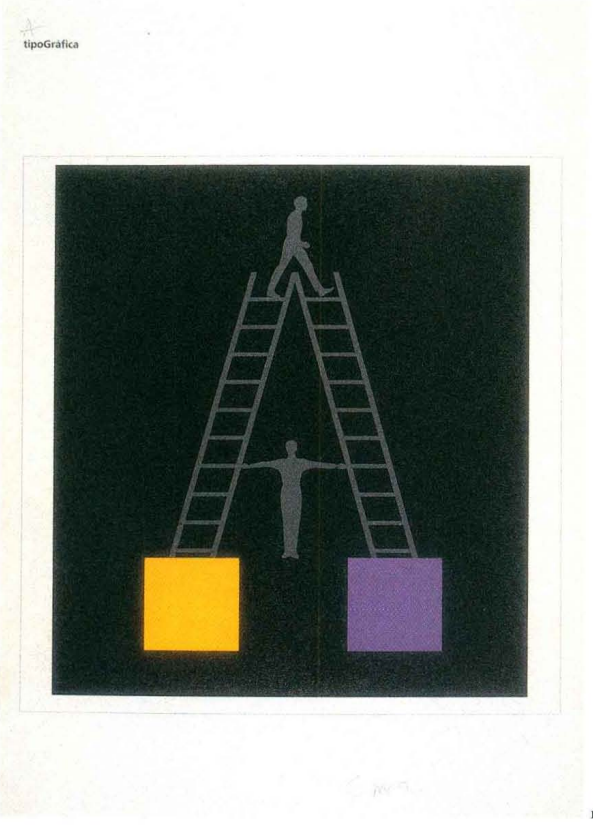


144

tipoGráfica



146



147

tipoGráfica



145

145 Daniela Rossi ARGENTINA 146 Stefano Royai ITALIA 147 Alfredo Saavedra ARGENTINA

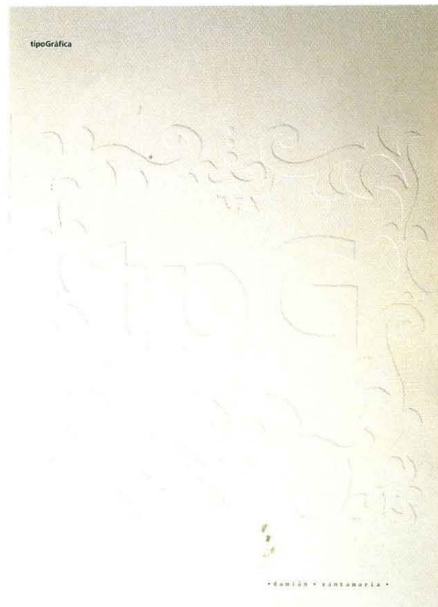
ORE PLUS 152 g/m²



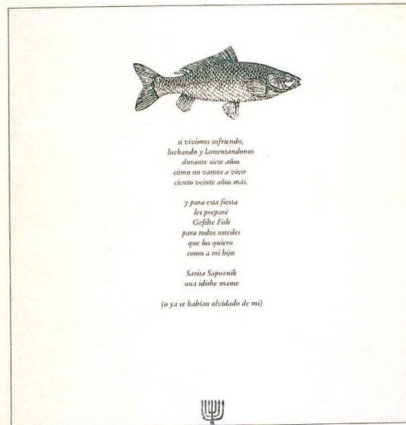
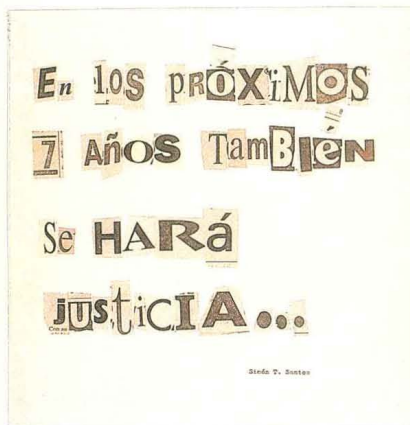
Fotomontaje nostálgico para Rubén Fontana / tipografía en su cumpleaños. América Sánchez 2. 17. 1993. Barcelona. 148

150 Simón T. Santos ARGENTINA 151 Sarita Sapoznik ARGENTINA

Querido Rubén:
Espero que te guste. Te envío un gran
abrazo. Pronto nos veremos por allí,
Cariños, El Juan
(América Sánchez)



148 América Sánchez ESPAÑA 149 Damián Santamaría ARGENTINA



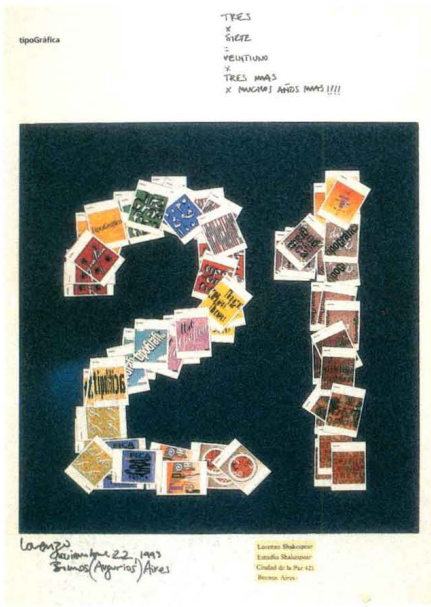
153 profesor Larry N. Schpill AUSTRIA 153 Gisela Schuster ARGENTINA



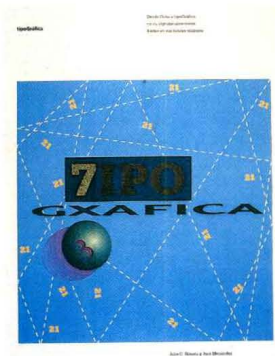
152



153



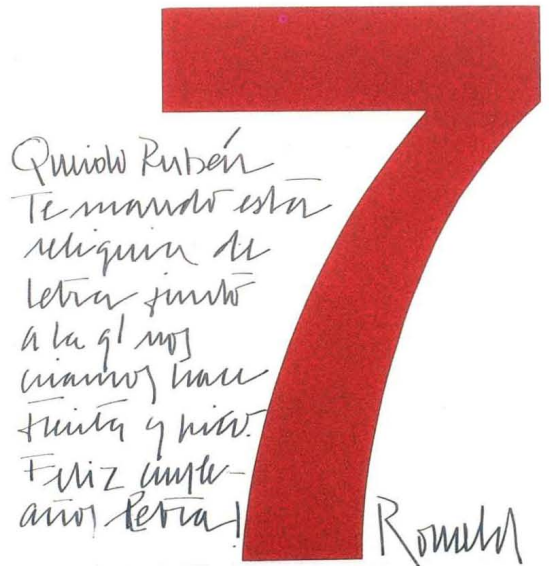
155



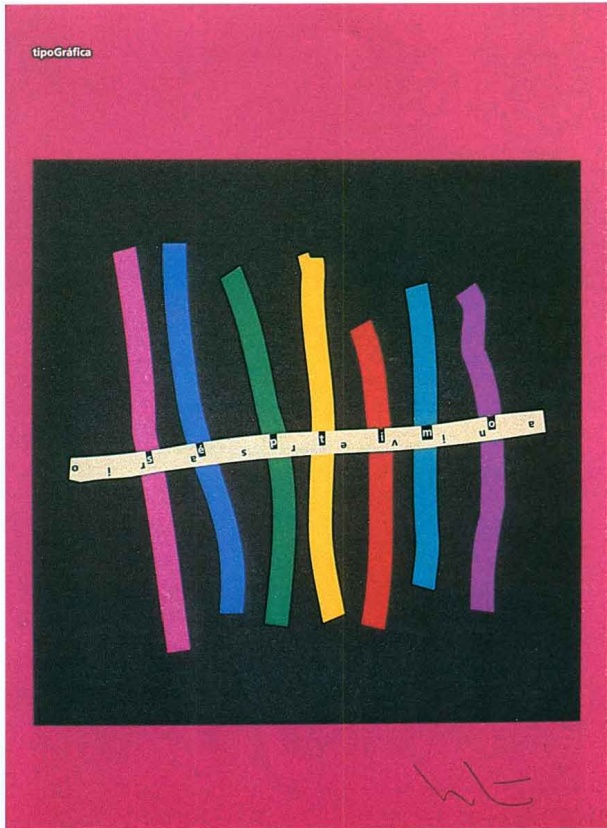
154

154 Seneca-Mendez CUBA 155 Lorenzo Shakespear ARGENTINA 156 Ronald Shakespear ARGENTINA

tipografía



156



160



162 Julia Taboada ARGENTINA

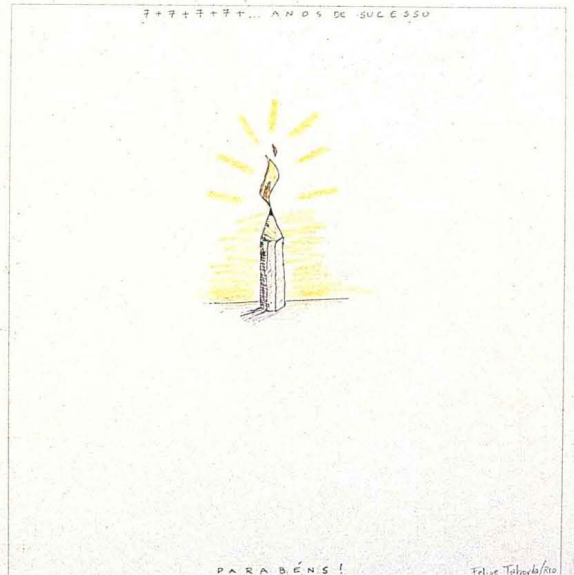
161



161 Liliama Strovsky ARGENTINA

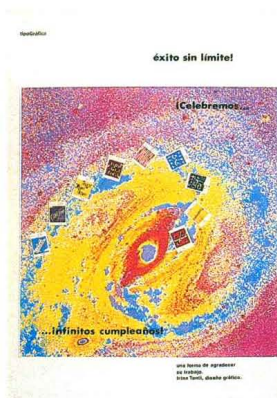
162

tipografía



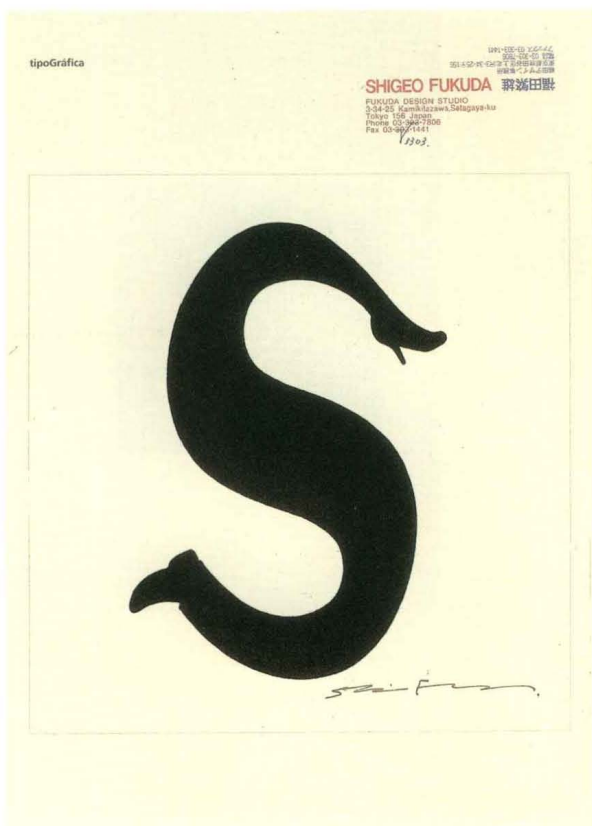
163

163 Felipe Taborda BRASIL 164 Irina Tonti ARGENTINA



164

157 Shigeo Fukuda JAPON 158 Martin Solomon USA 159 Daniela Spanghero ARGENTINA



157

Querido Rubén:
 Fue una hermosa fiesta llena de afectos y reconocimientos a tu gigantesco trabajo e inigualable devoción. Con el cariño y admiración de siempre,
 Ronald



159

tipoGrafica

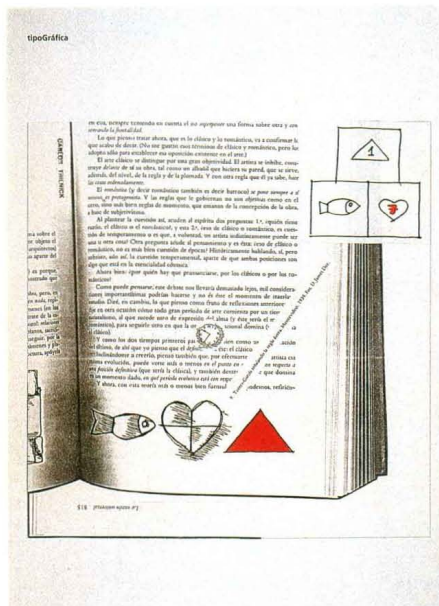


IN HEBREW 'TI' (חי) MEANS ALIVE
 IT IS REPRESENTED AS THE NUMBER 18.
 ALTHOUGH TIPOGRAFICA IS NOW 7 YEARS OLD
 I WISH THIS WONDERFUL PUBLICATION MANY MULTIPLES OF '77
 AND A LONG LIFE.
 MARTIN SOLOMON
 (SHALOM)
 NETANYA, ISRAEL
 17 NOV '93

158

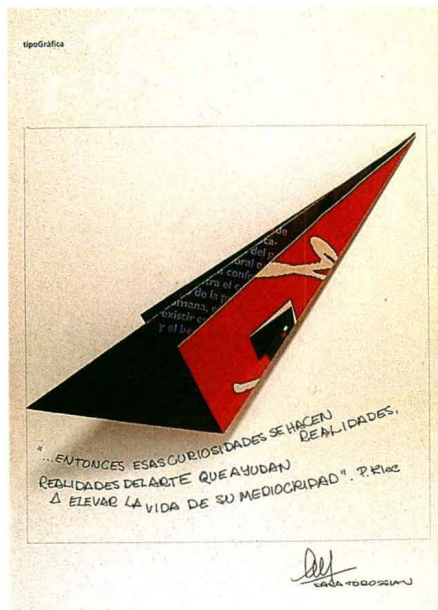


166



167

167 Carlos Trilnick ARGENTINA 168 Boris Trofimov RUSIA



165

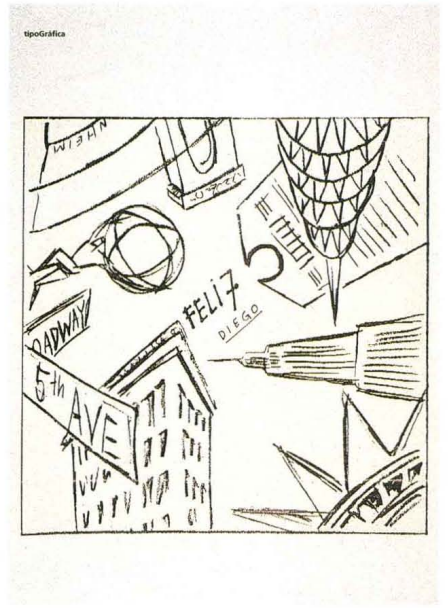
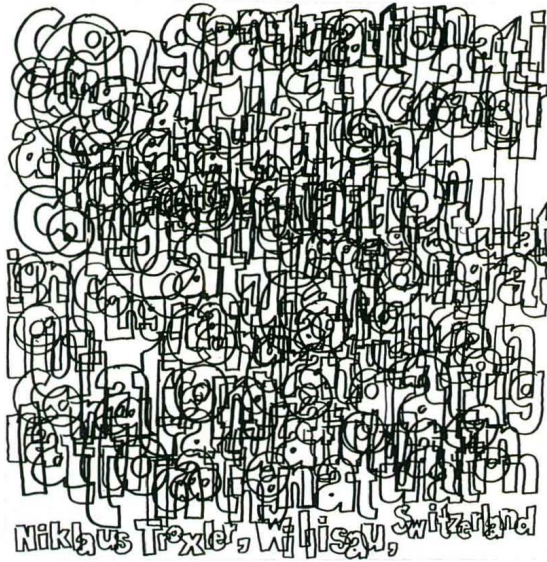
165 Sara Torossian ARGENTINA 166 Toscano & Hennekens ARGENTINA

tipográfica

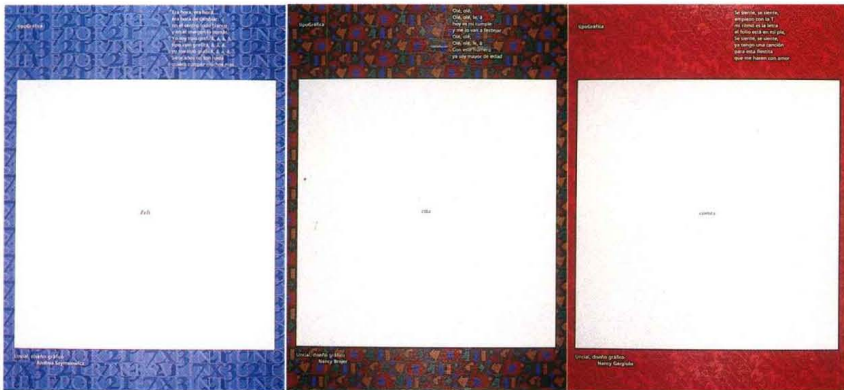


ORE PLUS 152 g/m²

168



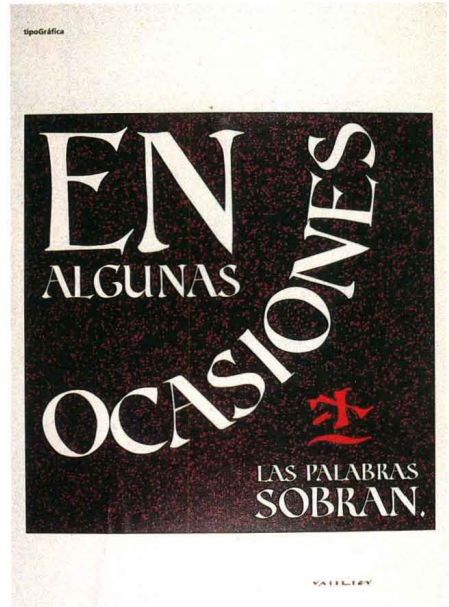
169 Niklaus Troxler SUIZA 170 Uncial: Nancy Brajer, Nancy Gargiulo, Andrea Szymisowicz ARGENTINA 171 Diego Vainesman USA



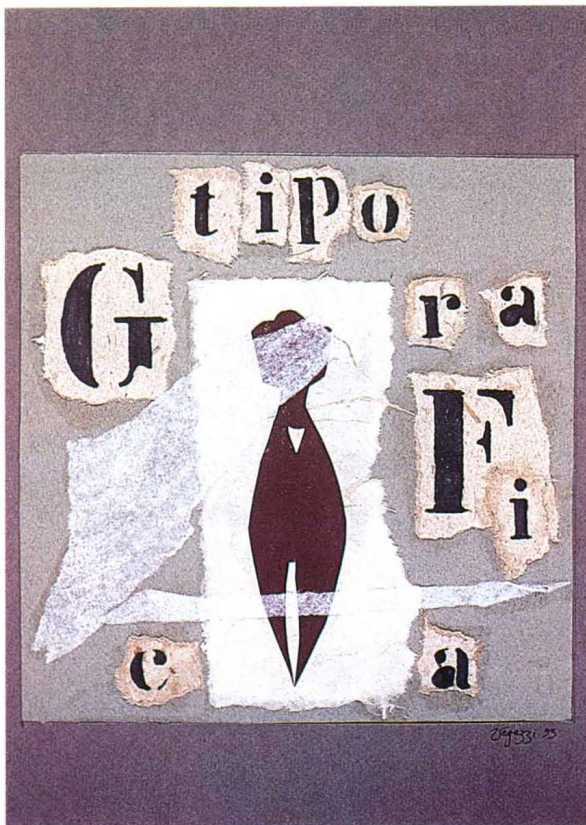


172

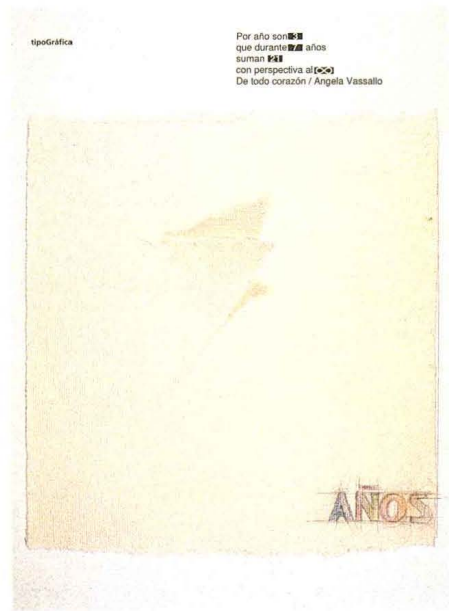
172 Carlos Valle ARGENTINA 173 Hugo Vasiliev ARGENTINA



173



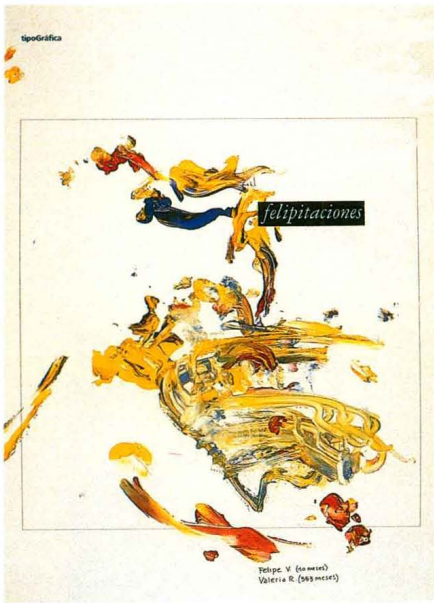
175



174

174 Angela Vassallo ARGENTINA 175 Diego Vegezzi FRANCIA

ORE PLUS 152 g/m²



176

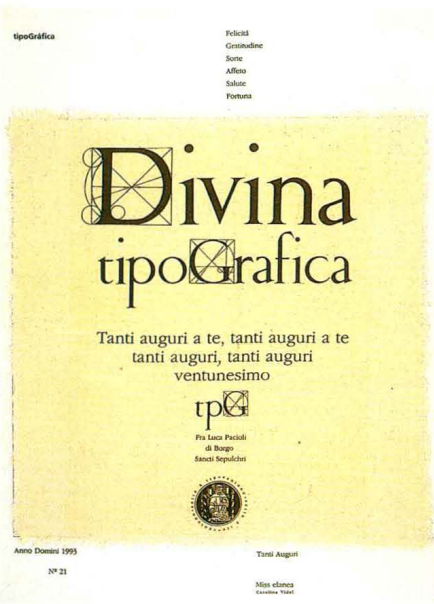


177



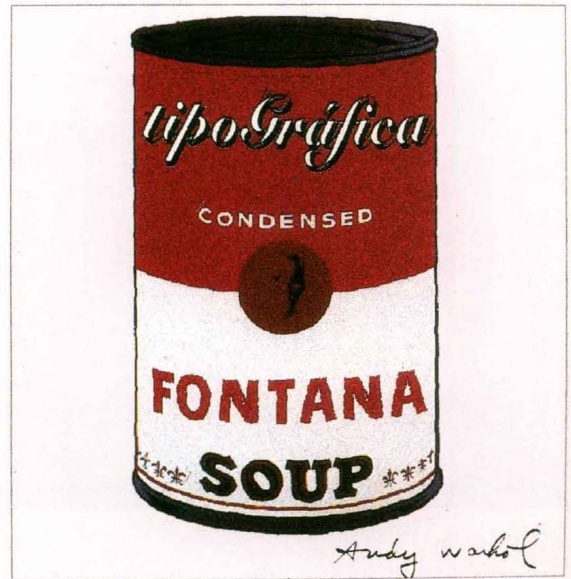
178

176 Valeria y Felipe Venancio ARGENTINA 177 Patricia Ventura ARGENTINA 178 Aline Vernet ARGENTINA



179

tipoGrafica



179 Carolina Vidal ARGENTINA 180 Andy Warhol Foundation USA ?

ORE PLUS 152 g/m²

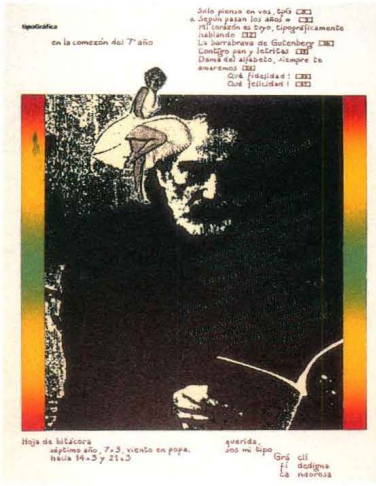
181 Sonia Yujnovsky ARGENTINA 182 Nora Zimerman INGLATERRA



181

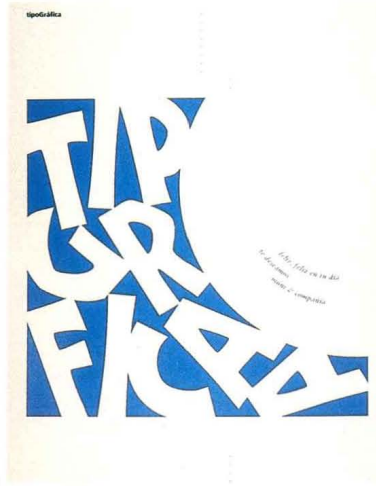


182

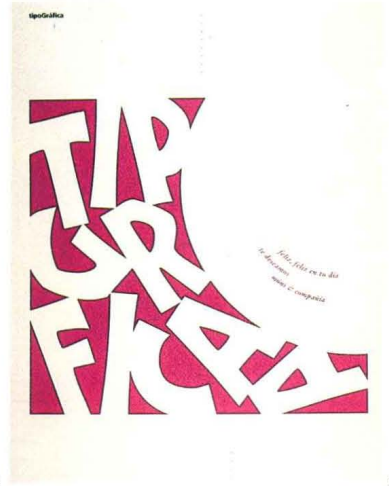


183

183 Juan Andralis



184



184



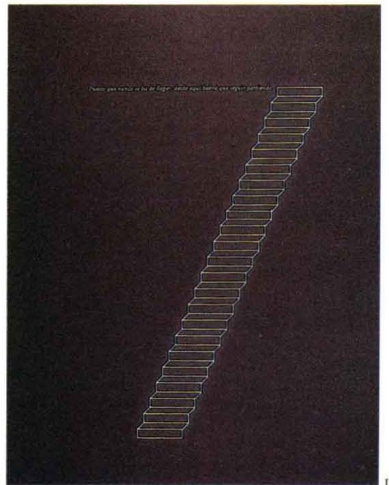
185

185 Pablo Fontana



186

186 Rubén Fontana

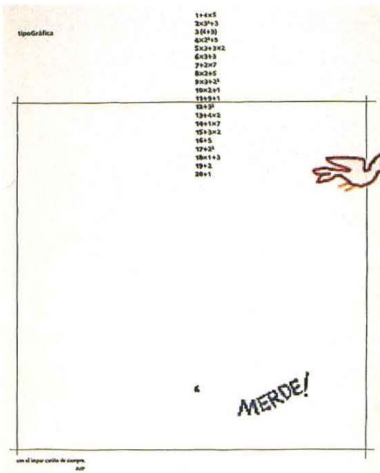


187

187 Zalma Jalluf

tpG saluda a tpG

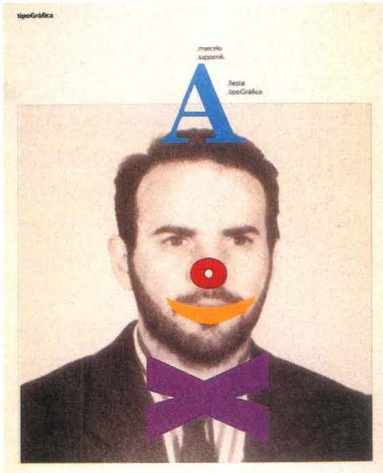
tpG greets tpG



188



189

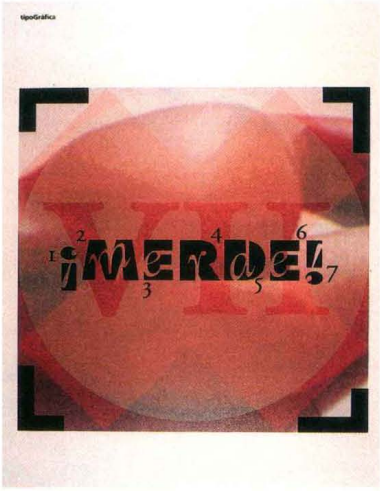


190

188 Andrea Palmáz 189 Inés Pupareli 190 Marcelo Sapoznik



191



192

191 Carolina Short 192 Carlos Venancio

ORE PLUS 152 g/m²

1987 Hace ya dos años se ha creado la carrera de Diseño gráfico en la Universidad de Buenos Aires y con ella ha aparecido el objetivo fundador de *tipoGráfica*: enlazar a los estudiantes y a los profesionales con el proyecto, la realidad y la historia del diseño de otras escuelas, de otros países y del mundo. Comunicar desde el diseño es el propósito cuando el marco es el de una sociedad con reciente democracia. Respecto de la elección del nombre, el primer número de *tpG* argumenta «la intención de remitirnos a un origen e indicar el punto de vista alrededor del cual entendemos ordenar el campo de las experiencias proyectuales». *tipoGráfica* está presente en el Congreso de Icoagrada –Amsterdam 87– a la vez que celebra la inauguración del primer espacio de exposiciones que Buenos Aires dedicará exclusivamente al Diseño. En qué medida el diseño remite a la cuestión política, es la reflexión del momento cuando por primera vez en un cuarto de siglo los ciudadanos argentinos aspiran a la renovación de sus gobernadores a través de la votación directa. Tercer número, final de un primer ciclo de edición. *tipoGráfica* saluda a los primeros diseñadores egresados de la Universidad de Buenos Aires. Desde entonces, en una cíclica reiteración, hará propio el debate acerca de la educación del diseñador.

1988 *tipoGráfica* asiste al Año Internacional del Diseño gráfico. Pero hay un vigésimo aniversario del cierre de la Escuela de Ulm que le motiva reflexiones acerca del final del racionalismo absoluto. Con sus habitantes, crece en Buenos Aires el Diseño, y el oficio se va posicionando en el rol del profesional. Era el momento de hablar de ética, de estética y de la responsabilidad social del diseñador.

1989 Las nuevas concepciones hablan en *tpG* acerca de la necesidad de emprender un diseño global como aquel que revertirá la vieja y desactualizada tendencia a la especialización. Es el diseño que dialoga con la sociedad y con la empresa sobrepasando los limitados vocablos de la actividad proyectual. Es el tiempo de «educar al empresario». *tpG* saca cuentas y festeja que tres veces tres han dado como resultado sus primeros nueve números. Se adueña de la sentencia de la pequeña Alicia cuando dice: «Uno no puede evitar seguir creciendo». La colaboración de los correponales establecidos en New York, San Pablo, México y Barcelona continúa ampliando el espectro de la disciplina en el marco de nuestra cultura.

1990 El comienzo de la década marca el momento para analizar en qué medida los nuevos medios reformularán la concepción del diseño. Mientras tanto viejas cuestiones se continúan reclamando, las políticas de apoyo y promoción le urgen a la disciplina. La carencia de marcos teóricos denuncia la ausencia de investigación cuando la computación irrumpe con la revolución de la información. En el marco de la confusión *tpG* anuncia el próximo Congreso de Icoagrada, Montreal 1991.

1991 Año v, *tpG* incorpora en su comité asesor a un grupo de destacados profesionales del diseño y la tipografía que contribuirán a ampliar y profundizar su nivel discursivo. Desde entonces Gui Bonsiepe, Norberto Chaves, Lou Dorsfman, Jorge Frascara, Victor Margolin, Alexa Nosal, Jérôme Peignot y Martín Solomon la acompañan en su compromiso con la comunicación. Número trece, buena suerte, *tpG* recibe de la Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires el premio ADG'90 en reconocimiento a su trayectoria junto al Diseño.

El Centro de Arte y Comunicación, en la Ciudad de Buenos Aires, le otorga a *tpG* la «Etiqueta del Buen Diseño».

La Fundación Antorchas subsidia el envío de la revista a 700 universidades, museos, colegios y entidades de bien público de Argentina y del mundo.

1992 A quinientos años del descubrimiento de América *tpG* desembarca en el viejo mundo: la editorial Gustavo Gili de Barcelona asume la distribución de *tipoGráfica* a nivel mundial. La Segunda Conferencia de las Naciones Unidas confronta el Desarrollo al Medio Ambiente vislumbrando así una de las principales corrientes de reflexión de los próximos años.

El acontecimiento «Río 92» siembra en *tpG* su semilla ideológica, y desde entonces se han organizado una serie de acciones que, como el Primer Concurso Anual de Diseño «*tpG* en función social», pretenden actuar en forma programática con esa ideología.

1993 El número 19 da la bienvenida al séptimo año y, con la traducción al idioma inglés, recibe a los noveles lectores de las culturas no hispanas. Un balance muy positivo del trabajo con la Fundación Greenpeace alienta el Segundo Concurso Anual de Diseño, esta vez en asociación con la Cruz Roja Argentina.

1994 Junto con los tres números del año se proyectan las ediciones especiales de *tipoGráfica*. La aparición de la primera de ellas desafía una larga y establecida tradición de trinidad.

1987 The Graphic Design Career at the University of Buenos Aires had been established two years ago, and this was the reason for the founding of *tipoGráfica*: to link students and professionals with the project, reality and history of design of other schools, in other countries and the world. Communication through design is the purpose, in the framework of a newly democratic society. With regard to the choice of a name, the first issue of *tpG* stated «our intention to go back to the origins and define the point of view from which we plan to organize the field of design»

tipoGráfica participated in the **recollections** Icoagrada Amsterdam 87 Congress, and also celebrated the inauguration of the first exhibition space specifically devoted to Design in the City of Buenos Aires. The extent to which design is linked to politics became the reflection of the day when, for the first time in a quarter century, Argentine citizens were able to choose their government by means of direct voting. The third issue marks the completion of our first cycle. *tipoGráfica* greets the first designers to graduate from the University of Buenos Aires. Since then, and with cyclical reiteration, it has taken upon itself the debate with regard to the teaching of design.

1988 *tipoGráfica* attends the International Year of Graphic Design. However, the twentieth anniversary of the closing of the School of Ulm gives rise to reflections on the end of absolute rationality. In Buenos Aires, Design grows on a level with its inhabitants and the craft takes on a more professional role. The moment has come to talk about designer ethics, aesthetics and social responsibility.

1989 *tpG* voices new concepts on the need for global design to revert old and outdated specialization trends. That is, design in dialogue with society and with the business world, overcoming limitations in the scope of design activity. It is the time for «corporate education». *tpG* multiplies three by three and celebrates its first nine numbers.

It takes as its own young Alice's statement when she says she can't help growing. New York, Sao Paulo, Mexico and Barcelona correspondent contributions continue to broaden the scope of the discipline within the framework of our culture.

1990 The beginning of the decade signals the moment for analyzing to what extent new media will reformulate the concept of design. While traditional subjects continue to

press, the discipline is urged on by policies for support and promotion. At a time when the computer revolutionizes informatics, the dearth of theoretical frameworks clearly denounces the lack of research. In the midst of this confusion, *tpG* announces the forthcoming Icoagrada Montreal 1991 Congress.

1991 Its fifth year. *tpG* invites a group of renowned design and typography professionals to join its advisory committee, to contribute to the scope and depth of its content. Gui Bonsiepe, Norberto Chaves, Lou Dorsfman, Jorge Frascara, Victor Margolin, Alexa Nosal, Jérôme Peignot and Martin Solomon have accompanied us since then with their commitment to communication. Number thirteen.

The lucky number. The Association of Graphic Designers of Buenos Aires confers its ADG'90 prize on *tpG* in recognition of its contributions to Design. The Centre for Art and Communication of the City of Buenos Aires awards *tpG* its «Good Design Label».

The Antorchas Foundation subsidizes the mailing of the magazine to 700 universities, museums, colleges and public welfare organizations throughout Argentina and the world.

1992 Five hundred years after the discovery of America, *tpG* disembarks in the Old World: Barcelona's Gustavo Gili publishing house accepts the worldwide distribution of *tipoGráfica*. The Second United Nations Conference takes up the matter of Environmental Development thus anticipating one of the main currents of concern of the next few years. The «Rio 92» event sows its ideological seed in *tpG* and a series of activities have since been organized, such as the First Annual Design Contest «*tipoGráfica's* Social Role», as part of a programme in response to this ideology.

1993 Number 19 marks the advent of *tpG's* seventh year and, with its translation into English, welcomes its new non-Hispanic readers. The highly positive balance of its work with the Greenpeace Foundation leads to the Second Annual Design Contest, this time in association with the Argentine Red Cross.

1994 Special numbers of *tipoGráfica* are being planned to coincide with three issues of this year.

The publication of the first one challenges a long and well established tradition of trinities.

tipoGráfica n° 1 JULIO DE 1987

Editorial ♦
 La carrera de Diseño gráfico en la UBA/Guillermo González Ruiz ♦
 Reportaje a Claude Garamond/Rubén Fontana ♦
 Cuando el packaging es el producto/Eduardo Cánovas ♦
 Las nuevas tecnologías de la imagen: esa vieja idea/Nelly Schnaith ♦
 El sentido de ser del diseño/Silvia Fernández ♦
 Diseño y moda/Norberto Chaves ♦
 La dieta llegó a la familia tipográfica/Martin Mazzei ♦
 Suplemento tipoGráfica New York/ Adrián Levin y Diego Vainesman ♦
 Retórica y comunicación visual/Cecilia Iuvaro ♦
 Una visión de Cassandre, reportaje a Juan Andralis/María Teresa Bruno ♦
 Diseño y país/Hugo Kogan ♦
 Un universo para el lenguaje visual/Oswaldo Amelio Ortíz ♦
 Icograda '85 '87/Jorge Frascara ♦
 Algunas reflexiones sobre La Gráfica/Nicolás Jiménez ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 2 SEPTIEMBRE DE 1987

Editorial ♦
 La carrera de Diseño en La Plata/ Coordinación: Silvia Fernández ♦
 La pasión de los símbolos gráficos, reportaje a Lance Wyman/Diego Vainesman y Adrián Levin ♦
 Las amadas causas perdidas/Ronald Shakespear ♦
 Suplemento tipoGráfica Amsterdam, Design 87, Icograda. Entrevista a Willy de Majo, Norberto Chaves y Oriol Pibernat, Jorge Frascara y Niko Spelbrink ♦
 La gráfica salvaje/Rubén Fontana ♦
 La señal de Dios en la posmodernidad/Eduardo López ♦
 El discurso visual y sus medios de expresión/Cecilia Iuvaro y Beatriz Podestá ♦
 biblioGráfica ♦
 Procesos de diseño/Ricardo Blanco ♦
 Folon-Glaser ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 3 DICIEMBRE DE 1987

Editorial ♦
 La carrera de Diseño en Cuyo/ Coordinación: Cecilia Iuvaro ♦
 La gráfica del Di Tella (1960/1970). Testimonios de: Guido Di Tella, Enrique Oteiza, Jorge Romero Brest, Juan Carlos Distéfano, Rubén Fontana, Juan Andralis ♦
 Suplemento tipoGráfica San Pablo. Sao, Divisão da Design da DPZ/Hugo Kovadloff ♦
 La agonía de ir y venir/Mario Mariño ♦
 Diseño: un idioma común. De la conferencia de Folón y Glaser en la FAU ♦
 El poder de la puntuación/Martin Solomon ♦
 Diseño y reflexión teórica/Norberto Chaves ♦
 Ariadna y el hilo mágico/Silvia Fernández ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 4 MAYO DE 1988

Editorial ♦
 La miscelánea tipográfica como soporte de la imagen/Martin Solomon ♦
 Imagen, rock & Soda/Tite Barbuzza ♦
 La buena letra/Rubén Fontana ♦
 El renacimiento de la caligrafía. Entrevista a Hermann Zapf, por Félix Beltrán ♦
 David Suter. Ampliando la palabra/Adrian Levin ♦
 Los códigos de la percepción, del saber y de la representación en una cultura visual/Nelly Schnaith ♦
 Aprender la imagen/Facundo de Zuviria ♦
 Type 1987/Diego Vainesman ♦
 El Madrid de «la movida». Modelo de convicción/Silvia Fernández ♦
 Tendencias ♦
 Ulm, la moral del objeto/Ricardo Blanco ♦
 Los nuevos, los jóvenes y los otros ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 5 AGOSTO DE 1988

Editorial ♦
 La gráfica en juego/Daniel Higa ♦
 Extrañas parejas tipográficas/Martin Solomon ♦
 La imagen en pantalla. Entrevista a Claudio Prilick ♦
 Ordenador y forma visual de las ideas/Oriol Pibernat ♦
 Haciendo memoria. Entrevista Leslie Segal/Diego Vainesman ♦
 Un ejercicio de 20 años/Rubén Fontana ♦
 Suplemento tipoGráfica Barcelona/Norberto Chaves, Paz Marrodán, Carles y Oriol Pibernat ♦
 Ese oscuro objeto del diseño/Eduardo López ♦
 Proyecto de graduación/Patricia Calderón ♦
 Mirar y dejarse mirar/Humberto Rivas ♦
 John Bell y la tipografía moderna en Inglaterra/Bengt Öldenburg ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 6 NOVIEMBRE DE 1988

Editorial ♦
 Creatividad, ritmo, metamorfosis y misterio/Coordinación: Eduardo Cánovas ♦
 Anomalías tipográficas/Martin Solomon ♦
 Flecha Veloz. Reportaje de Ronald Shakespear, responden el mismo reportero, Jorge Frascara, Silvia Fernández y Tite Barbuzza ♦
 Suplemento tipoGráfica San Francisco. Debate de diseño/Primo Angeli, Kit Hinrichs, Michael Mabry y Michael Vanderbyl ♦
 El diseño de la tipografía Videtur, una nueva imagen para textos en televisión/Axel Bertram ♦
 A pesar de todo, todo avanza.../Oswaldo P. Amelio-Ortiz ♦
 La enseñanza del diseño industrial/Reinaldo Leiro ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 7 MAYO DE 1989

Editorial ♦
 Pequeña teoría del cartel (1)/Norberto Chaves ♦
 Concerto grosso/Martin Solomon ♦
 Diseño Olímpico/ Mónica Caparrós, Daniel Capella ♦
 Escuela Panamericana de Arte: 25 años haciendo la suya/David Lipzyc, Nicolás Jiménez, Jorge Frascara, Pino Milas, Martin Mazzei y Gustavo Koniszczew ♦
 «I want my MTV»/ Diego Vainesman ♦
 Packaging: la gráfica como producto/Eduardo López ♦
 Educar innovadores/Gui Bonsiepe ♦
 ¿Foto? ¿cuadro? ¿copia?/Nelly Schnaith ♦
 Rotis: un nuevo programa tipográfico/Traducción y coordinación: María Teresa Bruno y María Laura Garrido ♦
 El asiento, ese diseño tan deseado/Ricardo Blanco ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 8 AGOSTO DE 1989

Editorial ♦
 Pequeña teoría del cartel (11)/Norberto Chaves ♦
 ¿Cómo puede uno diseñar al estilo de la Tipografía Suiza?/Wolfgang Weingart ♦
 Análisis del signo gráfico en el NOA/ Gabriela Rodríguez Cometta, Cristina Gómez ♦
 Diseño gráfico: ¿arte o ciencia social?/ Jorge Frascara ♦
 Hibridéz y metamorfosis/Martin Solomon ♦
 Perspectivas del diseño industrial y gráfico en América latina/Gui Bonsiepe ♦
 Mi interés en la tipografía/Entrevista a Herbert Spencer por Félix Beltrán ♦
 El diseño gráfico en Chicago. Breve reseña histórica/Victor Margolin ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipoGráfica n° 9 NOVIEMBRE DE 1989

Editorial ♦
 Pequeña teoría del cartel (111)/Norberto Chaves ♦
 De la Helvetica a la Haas Unica/André Gürtler, Christian Mengelt y Eric Gschwind ♦
 XXXV selección del Type Directors Club, con opiniones de: Robert Cox, Georgia Deaver, Karrie Jacobs, Robert Knetch, Klaus Schmidt, Rubén Fontana y Ed Benguiat/Diego Vainesman ♦
 Evolución de la página impresa (1)/Cecilia Iuvaro ♦
 Refinamiento de espacios (1)/Martin Solomon ♦
 Señal de diseño/Ronald Shakespear ♦
 Identidad cultural y diseño/Ricardo Blanco, Mario Mariño y Arturo Montagu ♦
 Joel-Peter Witkin/ Coordinación y selección de imágenes: Humberto Rivas ♦
 biblioGráfica ♦
 inForma ♦

tipográfica n° 10

MAYO DE 1990

conTexto visual:
Las interpretaciones de un mensaje/
María Teresa Bruno.
Nuevas tendencias en ilustración,
Entrevista a Bob Gill/Félix Beltrán.
Diseño de moda/Susana Saulquín.
Dinamo, lo otro de los otros/
Alejandro Ros.
VideoArco '90/Carlos Trilnick.
Un nuevo personaje en el diseño:
usuario, consumidor y su alter
ego/ Ricardo Blanco.
Exposición internacional de diseño
del libro IBA 1989/Jorge Frascara.
«La tipografía es la probidad del dis-
eño»/Carlos Venancio ♦
Editorial ♦
Los incunables, 1450-1500/
Cecilia Iuvaro ♦
Sistemas de orientación en
ciudades/Roman Duszek, Jerzy
Porebski, Jacek Surawski, Andrzej
Wroblewski ♦
Diseño de tipografía en la Apple
Macintosh/Bruno Maag ♦
La permanencia de Paul Rand/
Coordinación: María Teresa Bruno ♦
Refinamiento de espacios (ii)/
Martin Solomon ♦
Ética, estética y diseño industrial/
Ricardo Blanco ♦
Diseño e identidad cultural en
la periferia/Gui Bonsiepe ♦
biblioGráfica ♦
inForma ♦

tipográfica II

AGOSTO DE 1990

conTexto visual:
Super Tipo Veloz/María Teresa Bruno.
Las computadoras ¿muerden?/
Carina Ponienman y Swan Gleecer.
Unas líneas de caligrafía/
Andrea Palmáz.
Dinamo/Alejandro Ros.
El poder de la imagen/Silvia
Fernández.
Los que vienen/Ricardo Blanco.
La fragmentación de la moda/
Susana Saulquín ♦
Editorial ♦
La marca (i)/Oriol Pibernat i
Domènech ♦
El producto gráfico del Renacimiento:
El libro/Cecilia Iuvaro ♦
Una línea de tinta/Saúl Steinberg ♦
El ritmo/Martin Solomon ♦
Diseño industrial: las nuevas reali-
dades/Ricardo Blanco ♦
La historia de la letra «O»/
Allan Haley, Diego Vainesman ♦
La educación del diseño en los
años '90/Gui Bonsiepe ♦
Pedido tipográfico y marcación de
textos/María Teresa Bruno ♦
biblioGráfica ♦
inForma ♦

tipográfica n° 12

NOVIEMBRE DE 1990

conTexto visual:
Bienal Brasil/Ricardo Blanco.
Sobre la manipulación/Norberto
Chaves.
El video en Latinoamérica/Carlos
Trilnick.
El símbolo/Bruno Munari.
Con plastilina/Gloria Guerrero.

Bienal Brno '90/Felipe Taborda.
Las heridas de Narciso/Guillermina G.
de Camusso.
Jóvenes diseñan para jóvenes/
Susana Saulquín.
Dinamo/Alejandro Ros ♦
Editorial ♦
Estilos y tendencias (i)/Martin
Solomon ♦
La marca (ii)/Oriol Pibernat i
Domènech ♦
Type Directors Club 36. Reportaje
a Kathie Brown/Coordinación: Diego
Vainesman ♦
El renacimiento de la caligrafía/
Cecilia Iuvaro ♦
Animación por computadora: del pin-
cel al pixel/Leandro Estebearena ♦
Diseño industrial: lenguaje y concep-
to/Ricardo Blanco ♦
biblioGráfica ♦
inForma ♦

tipográfica n° 13

MAYO DE 1991

conTexto visual:
Todo un evento: Gill en San Pablo/
Liliana Forbes.
MacWorld Exposition/Ernesto
Rinaldi.
Dinamo/Alejandro Ros.
Del cliente de moda al usuario de
ropa/Susana Saulquín.
Marketing: una cosmovisión/
Oswaldo Gagliardo.
Diseño de muebles/Ricardo Blanco.
Type '90/María Laura Garrido.
División Video/Carlos Trilnick ♦
Editorial ♦
Estilos y tendencias (ii)/Martín
Solomon ♦
Cuenta regresiva/Carla Marqués
Medrano ♦
La verdadera historia de un país: el
humor gráfico argentino/Gloria
Guerrero ♦
Obsécula del diseño: la rentabilidad/
Silvia Fernández ♦
Geoffroy Tory/Cecilia Iuvaro ♦
The Morisawa Awards 1990/
Daniel Higa ♦
Entre el hábitat y lo habitable:
las mutaciones domésticas/Ricardo
Blanco ♦
biblioGráfica ♦
inForma ♦

tipográfica n° 14

AGOSTO DE 1991

conTexto visual:
Marketing: una cosmovisión (ii)/
Oswaldo Gagliardo.
Dinamo/Alejandro Ros.
Metaplasmos tipográficos/María del
Valle Ledesma.
Un triunfo del diseño industrial/
Javier Izbicki.
TVAD La televisión del futuro/
Carlos Trilnick.
¿Censura tipográfica?/María Laura
Garrido.
postaGráfica.
de eRatas y Tipógrafos. Gutenberg:
¿fraude histórico?/Comentarios
y traducción: Enrique Longinotti ♦
Editorial ♦
Lahti Poster Biennale/Jorge Frascara ♦

Mirando hacia arriba/Martin
Solomon ♦
Diez estrategias gráficas/América
Sánchez, Norberto Chaves y Nelly
Schnaith ♦
Maiden Soviet/Rubén Fontana ♦
El diseño oblicuo/ Ricardo Blanco ♦
Liricografías/Horacio Spinetto ♦
inForma ♦
biblioGráfica ♦

tipográfica n° 15

NOVIEMBRE DE 1991

conTexto visual:
Dinamo/Alejandro Ros.
Marketing y diseño/Oswaldo
Gagliardo.
Tomás Maldonado en Buenos
Aires/Javier Izbicki.
Pautas en uniformes empresarios/
Susana Saulquín.
Antiguos sellos/Guillermo Coni
Molina.
Rio '92/Hugo Kovadloff.
Postgrafica.
de eRatas y Tipógrafos: El libro
secreto de San Serif/ Comentarios y
traducción: Enrique Longinotti ♦
Editorial ♦
Mirando hacia abajo/Martin
Solomon ♦
Montreal '91: sastre o estrella/
Ronald Shakespear ♦
Poniéndose las pilas/Susana Boscaro ♦
Type Directors Club 37/Diego
Vainesman ♦
Cuando el diseño se mueve/Simón
Feldman ♦
Letras bajas en los países bajos/Win
Crowl ♦
Hacia una nueva objetualidad/
Ricardo Blanco ♦
inForma ♦
biblioGráfica ♦

tipográfica n° 16

MAYO DE 1992

conTexto visual:
Videoimagen '91/Carlos Trilnick.
Oscuras intenciones/Diana Zamorano
de Inglesini.
Juan Pablos y el origen de la imprenta
en América/Pablo Cosgaya y Marcela
Romero.
Joseph Kosuth/Nota de la redacción.
Mac World Expo San Francisco '92/
Ernesto Rinaldi.
Dinamo/Alejandro Ros.
Suzano y el Premio Classic/
Traducción: Mónica Daverio.
Cambio-sociedad, compromisos
y diseños/Oswaldo Gagliardo.
de eRatas y Tipógrafos: Magia, cába-
la y tipografía (iii nota)/Comentarios
y traducción: Enrique Longinotti ♦
postaGráfica ♦
Editorial ♦
Una rara avis: un diseñador que
piensa/Ives Zimmermann ♦
Tipografía veloz/Martin Solomon ♦
Grapus: antes y después/Verónica
López ♦
La caligrafía latina/Claude Dieterich ♦
La función social del diseño/
Franco Baggiani ♦
La cultura del proyecto/Ricardo
Blanco ♦
inForma ♦
gráficaMente ♦
biblioGráfica ♦

tipográfica n° 17

AGOSTO DE 1992

conTexto visual:
Una televisión alternativa/
Carlos Trilnick.
La apatía de la impotencia/
Silvia Fernández.
Dominó en la autopista/
Susana Boscaro.
Arañazos en el prestigio de la
Bauhaus/Camilla Blechen.
Marketing socialmente responsable/
Oswaldo Gagliardo.
Ken Kato en Buenos Aires/Mónica
Daverio.
Dinamo/Alejandro Ros.
Homenaje a Tomás Maldonado/
Gui Bonsiepe.
Diseño verde para salvar nuestro
planeta/Javier Izbicki.
El color en la autoedición/Andrea
Palmáz.
de eRatas y Tipógrafos: La tinta y
la brújula (iv nota)/Comentarios y
traducción: Enrique Longinotti ♦
Editorial ♦
Analogías urbanas/Martin Solomon ♦
De oficio Caligrafo/Mónica Daverio ♦
Rio '92: Eco del diseño/Daniel Higa ♦
El culto a la letra/Verónica López ♦
Lo que no se enseña: la ecología arti-
ficial/Ricardo Blanco ♦
inForma ♦
gráficaMente ♦
postaGráfica ♦
biblioGráfica ♦

tipográfica n° 18

NOVIEMBRE DE 1992

conTexto visual:
El arte del video/Carlos Trilnick.
«Una Universidad postergada»/
Carmen Córdova.
Se hizo justicia/Mónica Daverio.
Ordenador y cerebro/Egon Schmidt.
El cine y el diseño/Simón Feldman.
Las tendencias del marketing/
Oswaldo Gagliardo.
Diseño y residuo/Javier Izbicki.
Dinamo/Alejandro Ros.
Adivina adivinador.../Daniel Higa.
de eRatas y Tipógrafos: Las letras
de Utopía (v nota)/Comentarios y
traducción: Enrique Longinotti ♦
Editorial ♦
Música para los ojos/Alejandro Ros y
Florence Young ♦
El idioma de los números/Martin
Solomon ♦
«La caída de Icaro»/Wigger Bierma ♦
Type Directors Club 38/Diego
Vainesman ♦
Caligrafía today/Claude Dieterich ♦
Estrategia e identidad/
Ricardo Blanco ♦
inForma ♦
postaGráfica ♦
biblioGráfica ♦

tipoGráfica n° 19 MAYO DE 1993

con Texto visual:
El proyecto Didot/*Didot project*/
N. de la R.
II Encuentro de Diseño Habana 1992/
Second encounter of Design Havana
1992/Silvia Fernández.
Tomás Maldonado: La permanencia
de las ideas/*Tomás Maldonado: The*
permanence of ideas/Jorge Frascara.
Educación deteriorada/*A dilapidated*
education/Raúl Belluccia.
Tipografías por ordenador/*Digital*
typefaces/Andrea Palmáz.
Diseñar el diseño (I parte)/*Designing*
design (part I)/Alejandro Lo Celso.
El signo ampersand/Extraído de
la revista Font & Function/*The*
ampersand symbol. Extracted from
Font & Function magazine.
La ergonomía en el diseño/*Ergonomics*
in design/Andrés Rodríguez.
Video cultura/*Video culture*/
Carlos Trilnick.
Marketing, servicios y calidad/
Marketing, services and
quality/Osvaldo Gagliardo.
Dinamo/*Dinamo*/Alejandro Ros.
Bienal del cartel en México/
Biennial exhibition of poster
in Mexico/Mónica Daverio ♦
Editorial ♦
Diseño ecológico/*Ecological design*/
Silvia Fernández ♦
Imágenes de lo imaginable/*Images of*
the imaginable/Abraham Moles ♦
Malabarismo mental/*Sleight of mind*/
Andrés Fúres ♦
Una leyenda tipográfica/*A typographic*
legend/Martin Solomon ♦
El antiguo papel reciclado/*The ancient*
recycled paper/Vicky Sigwald ♦
El diseño étnico/*Ethnic design*/
Ricardo Blanco ♦
inForma ♦
postaGráfica ♦
museoGráfica/Marcelo Sapoznik ♦
de eRatas y Tipógrafos: Los libros de
la selva/*The forest books*/Comentarios
y traducción: Enrique Longinotti ♦
gráficaMente/profesor Larry
N. Schpill ♦
biblioGráfica ♦

tipoGráfica n° 20 AGOSTO DE 1993

con Texto visual:
Otras fronteras en la educación
gráfica/*Other frontier in graphics*
education/Liliana Forbes.
30 veces NO al Sida/*30 times NO to*
AIDS/ N. de la R.
Diseñar el diseño (II parte)/*Designing*
design (part II)/Alejandro Lo Celso.
Escuelas de diseño/*Schools of design*/
Susana Puricelli.
Cómo enseñar y aprender sin decir la
verdad/*How to teach and learn*
without telling the truth/Alfredo
Saavedra.
Viva el modernismo/*Long live*
modernism/Massimo Vignelli.

Diseño Internacional en Australia/
International design in Australia/
N. de la R.
Entrando al mundo del video/
Penetrating the world of video/
Carlos Trilnick.
La legibilidad/*Legibility*/
Pablo Cosgaya.
Presencia y ausencia/*Presence and*
absence/Héctor Depino.
Gran exposición de diseño industrial/
Important exhibition of
industrial design/ Susana Boscaro.
Imagen y credibilidad/*Image and*
credibility/Osvaldo Gagliardo.
Poesía visual. Extraído de la revista
Kultur Chronik/*Visual poetry*.
Excerpts from Kultur Chronik
magazine ♦
Editorial ♦
«El ojo del huracán»/*The eye of the*
hurricane»/Otl Aicher ♦
Una leyenda tipográfica/*A typogra-*
phic legend/Martin Solomon ♦
About Pentagram/Colin Forbes,
Mervyn Kurlansky
«La herramienta mágica»/*On*
Computers/Zoe Strickler-Wilson ♦
El diseño amigable/*Friendly design*/
Ricardo Blanco ♦
Defensa de la diferencia/*In defence of*
the difference/Gui Bonsiepe ♦
inForma ♦
postaGráfica ♦
grafoManía/Alejandro Ros ♦
museoGráfica/Marcelo Sapoznik ♦
de eRatas y Tipógrafos: Romanas y
Querandies/*Romanas and*
Querandies/Comentarios y traduc-
ción: Enrique Longinotti ♦
gráficaMente/profesor Larry N.
Schpill ♦
biblioGráfica ♦

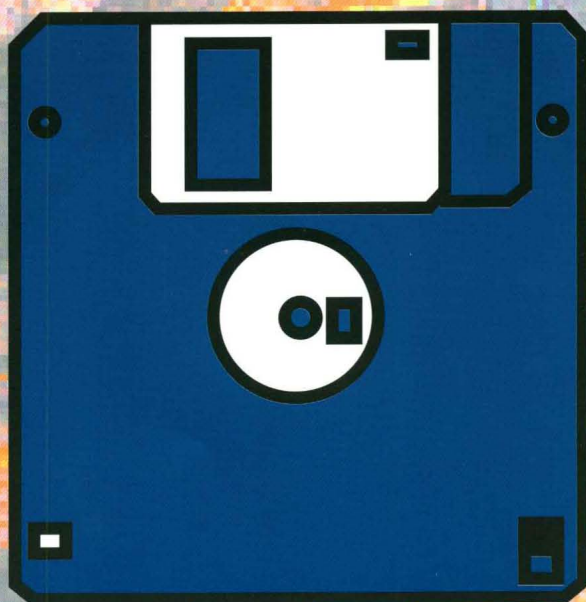
tipoGráfica n° 21 NOVIEMBRE DE 1993

Contexto visual:
La imaginación al poder/*L'imagina-*
tion au Pouvoir»/Osvaldo Gagliardo.
¿Siglo XXI? Extraído de la revista
Kultur Chronik/*The 21st century?*
Excerpts from Kultur Chronik
magazine.
Icograda, el futuro educativo
del diseño/*Icograda: the future of the*
teaching of design/Mónica Daverio.
Diseñar el diseño (III parte)/*Designing*
design (part III)/Alejandro Lo Celso.
IF Design/Hugo Kovadloff.
El diseño social/*Social design*/
N. de la R.
¿Transformación o más de lo mismo?/
Transformation or more of the
same?/Simón Feldman.
De la rosa al símbolo/*From the rose to*
the symbol/Susana Puricelli.
La identidad corporativa/*Corporate*
identity/Ken Kato.
Festival de video/Video festival/
Carlos Trilnick.
Gráfica urbana/*Urban graphics*/
Eduardo Joselevich ♦
Editorial ♦

Definiendo la audiencia/*Defining the*
audience/Jorge Frascara ♦
La tipografía en escena/*Typographical*
stage design/Martin Solomon ♦
Type Directors Club 39/Diego
Vainesman ♦
La supervivencia del cartel/*The*
survival of the poster/Félix Beltrán ♦
El otro diseño/*Design-other*/
Ricardo Blanco ♦
Defensa de la diferencia (II parte)/
In defence of the difference (part
II)/Gui Bonsiepe ♦
inForma ♦
postaGráfica ♦
grafoManía/Alejandro Ros ♦
museoGráfica/Marcelo Sapoznik ♦
leTrina/Simón T. Santos ♦
de eRatas y Tipógrafos: Sanserif en
Buenos Aires/*The San Serifs in*
Buenos Aires/Comentarios y traduc-
ción: Enrique Longinotti ♦
gráficaMente/profesor Larry
N. Schpill ♦
biblioGráfica ♦



Servicio



Proceso de autoedición

Ingreso de originales digitalizados

Armado en pantalla

**Puesta en página y ajuste
de imágenes y textos**

Retoque pixel por pixel

**Corrección y fundido de
diapositivas**



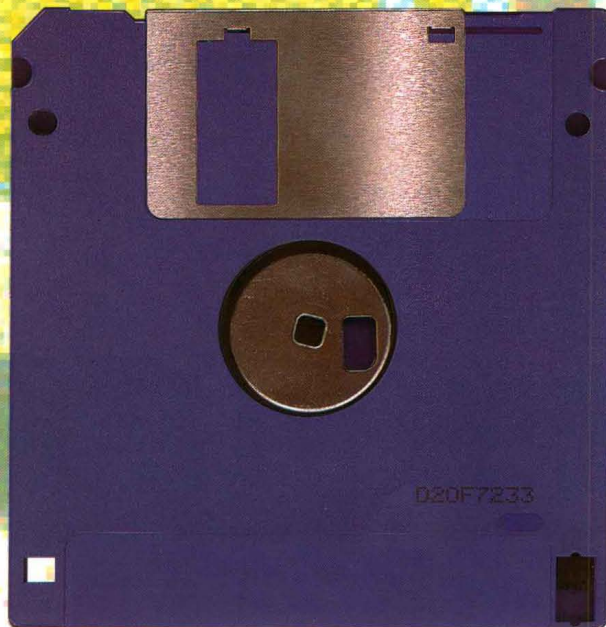
México1934

(1222) Capital Federal

teléfonos 308 2078 / 2079

Fax 942 9628 Buenos Aires

Tecnología



**Lectura de imagen
por scanner rotativo**

**Películas en formatos de
hasta 1130 x 1220 mm,
Reproducción de posters con
resolución de hasta 250 líneas/cm**

**Pruebas de reproducción en
Matchprint, Agfaproof y Cromalín.**

**O pruebas digitalizadas
por el sistema Rainbow.**

**Control de calidad:
lo tangible y lo intangible,
la experiencia y el conocimiento
dispuestos para, si es necesario,
volver a empezar.**



**Coronel Sayos 970 , (1824) Lanús
Oeste, teléfono 240 3110
tel. y fax (54 1) 241 9317 / 249 2293**

INTERLINK
NETWORK
 servicios on-line

UNA MAC Y
 UN TELEFONO
 PARA ACCEDER
 AL MUNDO

315-6510

.....
 C O N E C T E S E

POR SOLO
\$29
 MENSUALES

- ◆ Use el Correo Electrónico
- ◆ Participe de las Conferencias
- ◆ Acceda a Servicios
- ◆ Transfiera Archivos
- ◆ Más de 30.000 Archivos On-Line
- ◆ 24 hs / 365 días al año
- ◆ Fonts, Imágenes, Texturas
- ◆ Juegos, Utilitarios
- ◆ Shareware
- ◆ Windows, Internet
- ◆ y más...

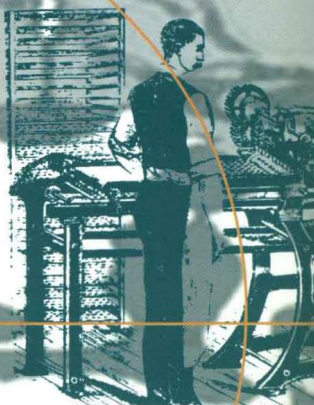
Ingrese al club,
 suscribase ya
 con su tarjeta.



Con el auspicio de Apple Argentina

películas en belgrano

Servicio Integral PREPRESS



pruebas color sistema Dryproof

Fotocromía digital

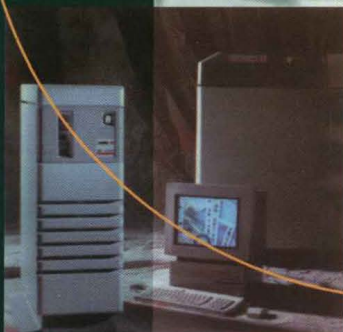
Bajadas en película y papel
 fotográfico hasta 3000 dpi.

Bajadas color en Tektronix
 phaser III Pxi (cualquier papel
 hasta tabloid extra).

Scanneados blanco y negro
 Scanneados color.

Armado de originales.

MAC
 &
PC



redpoetry S.R.L.
 servicios gráficos

Blanco Encalada 2387 20° "A" Tel. 786-8732 - Capital Federal



Desde la pantalla o la página impresa el resultado final debe producir una imagen nítida y atractiva que comunique el mensaje con estilo.

Separación color • Películas y papel de alta resolución • Scanner de abacos y transparencias • Dryproof • Imagen Digital





**TALLER 4,
EL CENTRO DE
COPIADO COLOR**

**MAS GRANDE
DEL MUNDO,
AHORA ABIERTO**

LAS 24 HORAS



Alem & Tucumán