

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Bogotá, D.C., julio de 2019

Señores
BIBLIOTECA JOSÉ MANUEL RIVAS SACCONI
Ciudad

Estimados Señores:

Yo (nosotros) ÁNGELA MARCELL CRUZ PARRA, identificado(s) con C.C. No. 52904936, autor(es) del trabajo de grado titulado **La idea del arte en la línea editorial de la revista *Diners* establecida por Consuelo Mendoza (1967-1994)** presentado en el año de 2018 como requisito para optar el título de **Magíster en Estudios Editoriales**; autorizo (amos) a la Biblioteca José Manuel Rivas Sacconi del Instituto Caro y Cuervo para que con fines académicos:

- Ponga el contenido de este trabajo a disposición de los usuarios en la biblioteca digital Palabra, así como en redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Seminario Andrés Bello y el Instituto Caro Y Cuervo.
- Permita la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea formato impreso, CD-ROM o digital desde Internet.
- Muestre al mundo la producción intelectual de los egresados de las Maestrías del Instituto Caro y Cuervo.
- Todos los usos, que tengan finalidad académica; de manera especial la divulgación a través de redes de información académica.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "**Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores**", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Atendiendo lo anterior, siempre que se consulte la obra, mediante cita bibliográfica se debe dar crédito al trabajo y a su (s) autor (es).



Ángela Marcell Cruz

C.C. 52904936

DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

AUTOR O AUTORES

Apellidos	Nombres
Cruz Parra	Ángela Marcell

DIRECTOR (ES)

Apellidos	Nombres
Martínez-Villalba	Ignacio

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: Magister en Estudios editoriales

TÍTULO DEL TRABAJO: La idea del arte en la línea editorial de la revista *Diners* establecida por Consuelo Mendoza (1967-1994)

SUBTÍTULO DEL TRABAJO: _____

NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: Maestría en Lingüística

CIUDAD: BOGOTA AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO: 2019

NÚMERO DE PÁGINAS: 31

TIPO DE ILUSTRACIONES: Ilustraciones ___ Mapas ___ Retratos ___ Tablas, gráficos y diagramas x Planos ___ Láminas ___ Fotografías ___

MATERIAL ANEXO (Vídeo, audio, multimedia):

Duración del audiovisual: _____ Minutos.

Número de casetes de vídeo: _____ Formato: $\frac{3}{4}$ ___ Mini DV ___ DV Cam ___ DVC Pro ___ Vídeo 8 ___

Hi 8 ___ Otro. Cual? _____

Sistema: Americano NTSC _____ Europeo PAL _____ SECAM _____

Número de casetes de audio: _____

Número de archivos dentro del CD (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado: _____)

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser Laureadas o tener una mención especial):

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES: Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar a la dirección de biblioteca en el correo electrónico biblioteca@caroycuervo.gov.co):

ESPAÑOL

INGLÉS

Crítica de arte

Art criticism

Publicaciones culturales siglo XX

Cultural publications in the 20th Century

Mercado del arte

Art market

Edición

Publishing

Diners

Diners

Diseño editorial

Editorial design

RESUMEN DEL CONTENIDO Español (máximo 250 palabras):

El presente artículo pretende trazar un panorama general sobre el papel cumplido por la revista *Diners* en la difusión del arte plástico colombiano durante sus primeros años de publicación. A través de un ejercicio de revisión de archivo se interrogará la manera en la que los vínculos económicos de la revista pudieron determinar algunos de sus rasgos fundamentales como producto editorial tanto desde la perspectiva material como la inmaterial. Adicionalmente, revisaré el rol que ejerció su editora Consuelo Mendoza en la consolidación de la línea editorial y de qué manera la forma en que los contenidos relativos al campo del arte eran presentados por los colaboradores, permitió a la publicación ofrecer una alternativa a la crítica especializada sin caer en la banalización. Finalmente, se formularán nuevos interrogantes acerca del rol de este tipo de publicaciones como propiciadores de nuevas dinámicas para el consumo del arte.

RESUMEN DEL CONTENIDO Inglés (máximo 250 palabras):

The following paper seeks to trace the role that *Diners* magazine had in promoting Colombian art during the first years of its print incarnation. Through an exercise of archival research, I will question the way in which the magazine's financial ties allowed it to take certain fundamental

characteristics as an editorial product, both material and immaterial. I will also study the role that then editor Consuelo Mendoza had on establishing the editorial line, and how the way that all its art-related contents were presented by the magazine's collaborators allowed it to offer an alternative to specialized criticism without trivializing it.

Finally, I will formulate certain questions about the role that similar publications play as promoters of new dynamics for the consumption of art as well as question its actual validity.

La idea del arte en la línea editorial de la revista *Diners* establecida por Consuelo Mendoza (1967-1994)*

**Ángela Marcell Cruz*

Candidata a Magistra en Estudios editoriales

Instituto Caro y Cuervo

Resumen

El presente artículo pretende trazar un panorama general sobre el papel cumplido por la revista *Diners* en la difusión del arte plástico colombiano durante sus primeros años de publicación. A través de un ejercicio de revisión de archivo se interrogará la manera en la que los vínculos económicos de la revista pudieron determinar algunos de sus rasgos fundamentales como producto editorial tanto desde la perspectiva material como la inmaterial. Adicionalmente, revisaré el rol que ejerció su editora Consuelo Mendoza en la consolidación de la línea editorial y de qué manera la forma en que los contenidos relativos al campo del arte eran presentados por los colaboradores, permitió a la publicación ofrecer una alternativa a la crítica especializada sin caer en la banalización. Finalmente, se formularán nuevos interrogantes acerca del rol de este tipo de publicaciones como propiciadores de nuevas dinámicas para el consumo del arte.

Palabras clave: *Diners*, crítica de arte, publicaciones culturales del siglo XX, diseño editorial, mercado del arte.

Abstract

The following paper seeks to trace the role that *Diners* magazine had in promoting Colombian art during the first years of its print incarnation. Through an exercise of archival research, I will question the way in which the magazine's financial ties allowed it to take certain fundamental characteristics as an editorial product, both material and immaterial. I will also study the role that then editor Consuelo Mendoza had on establishing the editorial line, and how the way that all its art-related contents were presented by the magazine's collaborators allowed it to offer an alternative to specialized criticism without trivializing it.

Finally, I will formulate certain questions about the role that similar publications play as

promoters of new dynamics for the consumption of art as well as question its actual validity.

Keywords: *Diners*, cultural publications in the 20th Century, editorial design, art criticism, art market.

Introducción

El presente artículo estudia las características de la línea editorial de la revista *Diners* durante el período en que fue dirigida por la editora colombiana Consuelo Mendoza (1963-1994). Este periodo resulta interesante para la investigación en la medida en que se caracteriza por dar una fuerte relevancia a la difusión de la obra de artistas plásticos colombianos y confluye con procesos económicos, sociales y estéticos de modernización del país que se ven reflejados en la producción gráfica y editorial de la época. *Diners*, en adición, funcionó desde su constitución como una revista en la que los vínculos económicos y de afiliación social resultaron un factor determinante. Por tal razón, al distanciarse de la labor crítica de las revistas especializadas de la época y asumir una labor de divulgación sobre el arte nacional en un lenguaje más accesible para sus suscriptores, a la vez que consolidar una identidad gráfica acorde a las tendencias de diseño editorial del momento, el caso de la revista *Diners* resulta de interés para comprender la manera en la que una línea editorial se establece para responder a circunstancias económicas, sociales y concernientes a las tendencias visuales de un determinado momento histórico. Las anteriores características permiten delimitar como problema de investigación el vínculo existente entre la línea editorial de la revista *Diners* y la difusión de la obra de los artistas plásticos nacionales, de manera que podamos comprender cuál fue la idea sobre el arte transmitida por la publicación y de qué manera se distanciaba del discurso crítico.

A partir de la consideración anterior, el objetivo principal de esta investigación fue encontrar los elementos característicos de la línea editorial de dicho período y la manera en la que estos transmitieron una idea del arte específica, a saber, la de establecerlo como un símbolo tanto de estatus como de modernidad para los lectores de la revista. Adicionalmente, a lo largo de la investigación, algunos objetivos secundarios fueron explorados en la medida en que el alcance de la misma lo permitió, como indagar acerca del rol de las mujeres en la revista y en general, el

entorno del periodismo colombiano de la época, así como rastrear las influencias que determinaron la materialidad de la revista en términos de diseño.

Dado lo anterior, y al ser una publicación de larga data, fue preciso delimitar el alcance de este proyecto para ajustarlo al tiempo proyectado para este ejercicio. En aras de cumplir con el anterior objetivo, si bien el artículo cuenta con una reseña general de la trayectoria de la revista, me centraré en el periodo comprendido entre 1967 y 1994, correspondiente a la dirección de Consuelo Mendoza.

La pertinencia de esta selección radica en la idea de cultura transmitida por Mendoza en la publicación a lo largo de esos 27 años en los que, a través de una revisión preliminar, podría decirse que se destacan tres aspectos importantes: 1) énfasis en la promoción de la obra de los artistas plásticos nacionales (Mendoza) –todas las portadas del periodo cuentan con una obra de arte y los números tienen como artículo central un perfil de artista: Enrique Grau, David Manzur, Alejandro Obregón, Débora Arango, entre otros–; 2) colaboración de escritores y críticos literarios –Daniel Samper, Germán Santamaría, Alfredo Iriarte, Leonel Giraldo, entre otros–; y 3) guías de viaje y del panorama cultural de diferentes ciudades del mundo.

Es importante considerar el papel de esta publicación en el campo de las publicaciones periódicas colombianas no solo por su antigüedad sino por su impacto en la percepción de lo que se ha entendido como un medio de índole cultural en el país, además de analizar cómo, al menos en el imaginario de muchos lectores, sigue satisfaciendo o no una necesidad de filiación, estatus o reconocimiento.

Metodología

El trabajo de investigación se realizó a partir de una búsqueda de archivo facilitada por la publicación, que en principio dio como resultado el inventario de contenidos desde el momento de fundación de la misma hasta el año 2012 en la que los contenidos de cada uno de los números se discriminan en las siguientes categorías: nombre de sección, título de artículo, edición, mes y año. Los datos fueron consignados en una matriz general (anexo 1) a partir de la cual se pudo ver la historia de la publicación como un panorama, pero a la vez, apreciar la singularidad de cada uno de los números de la revista (ver imágenes 1 y 2).

Número	1
Año	1963

Foto Portada	Si
Foto Editorial	Si
Tabla de Contenido	No
Paginas total	44

Alto	Ancho
22	16.5

Artículos de la revista			
Nombre artículo	Escritor	Página Inicial	Página final
Los Hermanos Santos Castillo	No disponible	5	9
El Hombre del Diners Club	Alfonso Castillo Gomez	11	12
El público que yo no veo	Paco Alba	14	17
Su tarjeta del Diners Club	No disponible	19	19
Lo mejor del Gold Metafísica Serenidad	Caddie	20	20
Juan XXIII	No disponible	21	21
Bernardo Saiz De Castro De estudiante de Odontología a Magnate Cordillera	Byron Lopez Salazar	24	28
Un nuevo hotel de primera categoría en Bogotá	No disponible	30	33
La Actualidad	No disponible	34	35
Dos Opiniones sobre el Diners	La Casina Delle Rosse	42	42

Figura 1. Ficha de contenido de la revista *Diners* no. 1 (elaboración propia).

	A	B	C	D	E
1	NOMBRE	TITULO ARTICULO	AUTOR	EDIC	MES Y AÑO
1825	GALLO, CARMÍNA SOPRANO	PEQUEÑA HISTORIA DE CINCO OPERAS	DE GREIFF, OTTO	88	Jul-77
1826	ALBANESE, CECILIA SOPRANO	PEQUEÑA HISTORIA DE CINCO OPERAS	DE GREIFF, OTTO	88	Jul-77
1827	SENN, MARTHA MEZZO SOPRANO	PEQUEÑA HISTORIA DE CINCO OPERAS	DE GREIFF, OTTO	88	Jul-77
1832	ARTE MANZUR, DAVID	MANZUR, DAVID	RIVERO, MARIO	88	Jul-77
1833	CARRASQUILLA, TOMAS	NOVELISTA DE MEDELLIN QUE TAMPOCO ERA DE MEDELLIN	OSPINA, URIEL	88	Jul-77
1836	GOMEZ, PEDRO NEL	SOY EL ÚNICO PINTOR DEL DESNUDO EN COLOMBIA	JARAMILLO, SILVIA	88	Jul-77
1879	TELEVISION	LIBERTAD DE CANALES O TELEVISION OFICIAL	CEPEDA ULLOA, FERNAN	89	Aug-77
1881	GOMEZ HURTADO, ALVARO	GRAN PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO	SAMPER PIZANO, DANIE	89	Aug-77
1882	RAMIREZ VILLAMIZAR, EDUARDO	LAS CASAS TALLERES DE TRES ARTISTAS	GOMEZ, OSCAR	89	Aug-77
1883	VILLEGAS, ARMANDO	LAS CASAS TALLERES DE TRES ARTISTAS	GOMEZ, OSCAR	89	Aug-77
1884	BURZTYN, FELIZA	LAS CASAS TALLERES DE TRES ARTISTAS	GOMEZ, OSCAR	89	Aug-77
1888	ARTE VIERKAND, BRIGITTE	VIERKAND, BRIGITTE	RIVERO, MARIO	89	Aug-77
1891	BENJUMEA, CARLOS ACTOR DE TEATRO	ELLOS TRABAJAN MIENTRAS USTED DUERME	GARCIA, MARIA ISABEL	89	Aug-77
1895	MENDOZA, OLIVEROS PRENSISTA DE DINE	ELLOS TRABAJAN MIENTRAS USTED DUERME	GARCIA, MARIA ISABEL	89	Aug-77
1900	MADRID, JOSE COMPOSITOR DE SALSA	JOE MADRID ESTA PASADISIMO		89	Aug-77
1962	CABAS, EDURADO COMPOSITOR	MODERNIZO LA MUSICA COLOMBIANA		90	Sep-77
1963	SALCEDO, WILLY PERCUSIONISTA	MODERNIZO LA MUSICA COLOMBIANA		90	Sep-77
1964	VILLANUEVA, AUGUSTO PERCUSIONISTA	MODERNIZO LA MUSICA COLOMBIANA		90	Sep-77
1965	ARTE ZALAMEA, GUSTAVO	ZALAMEA, GUSTAVO	RIVERO, MARIO	90	Sep-77
2020	ARTE OBREGON, ALEJANDRO	FUERZA Y DEBILIDAD PODER Y DELICADEZA	RIVERO, MARIO	91	Oct-77
2021	ARTE	QUINCE AÑOS DE PINTURA COLOMBIANA	RIVERO, MARIO	91	Oct-77
2024	VALENCIA DE CASTAÑO, GLORIA	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2025	OBREGON, ALEJANDRO	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2026	RAMIREZ VILLAMIZAR, EDUARDO	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2027	GARCIA MARQUEZ, GABRIEL	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2028	RESTREPO DE ESCOBAR, MARTHA LIGIA	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2031	CASTILLO GOMEZ, ALFONSO	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2033	GONZALEZ PACHECO, FERNANDO	ERAN ASI ASI SON	JARAMILLO, SILVIA	91	Oct-77
2037	PERRY, EDMUNDO	PIPAS	LAMUS, MARIA CRISTINA	91	Oct-77
2043	SPACEK, SISSY	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2044	FAWCETT, FARRAH	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2045	SHIRE, TALIA	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2046	KELLER, MARTHE	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2047	FOSTER, JODIE	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2048	AGUTTER, JENNY	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2049	KEATON, DIANE	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2050	PISIER, MARIE FRANCE	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2051	BOCARDO, DELIA	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2052	LANGE, JESSICA	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2053	ANTONELLI, LAURA	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2054	DUVALL, SHELLEY	LOS ATRIBUTOS DE LAS NUEVAS BELLAS DEL CINE	DUQUE LOPEZ, ALBERTO	91	Oct-77
2125	MUSEO DE ARTE MODERNO	LA TERTULIA SIMBOLO DEL ARTE EN CALI	LOPEZ DE BARCHA, BEA	92	Nov-77
2128	ARTE RAMIREZ, DORA	EL KITSCH SOBRE LO TARDIO COLOMBIANO CURSI	RIVERO, MARIO	92	Nov-77
2129	ROCKWELL, NORMAN	MI VIDA COMO ILUSTRADOR	ROCKWELL, NORMAN	92	Nov-77
2136	MARTINEZ SALCEDO, HUMBERTO	CUAL ES SU MEJOR AMIGO	LAMUS, MARIA CRISTINA	92	Nov-77
2138	CASTRO, MARGALIDA	CUAL ES SU MEJOR AMIGO	LAMUS, MARIA CRISTINA	92	Nov-77

Figura 2. Muestra del inventario producido por la búsqueda de archivo y las categorías de clasificación. Captura de pantalla del Anexo 1, «Matriz contenido histórico *Diners*». (Elaboración propia).

Marco teórico y antecedentes

Si bien la revista *Diners* no ha sido todavía objeto de reflexión académica, es importante que, si para esta investigación se la considerará como una revista cultural, su análisis se desprenda de las categorías planteadas para este tipo de objeto en el campo de los Estudios Editoriales. En primer lugar, como señalan González y Grillo (2015), siguiendo a Chartier, es preciso distinguir las dimensiones materiales e inmateriales del objeto de estudio. En cuanto a las materiales, nos referiremos entonces a la producción del objeto físico: tamaño, impresión, formato, cantidad de páginas y diseño de portada, principalmente, que para el caso de *Diners* presentan variaciones considerables entre uno y otro periodo; el presente artículo se centra en el periodo establecido en la introducción para encontrar que la revista sigue las tendencias de diseño imperantes en la época.

Así mismo, es importante reflexionar sobre el mecanismo de suscripción propio de la revista hasta la década de los 90, luego de la cual empieza a ser vendida al público general, no solamente a los usuarios de la tarjeta de crédito *Diners Club*.

En segundo lugar es preciso considerar las dimensiones inmateriales, que los autores denominan como “geografía humana”. Para el caso de la publicación en cuestión es importante reconocer que los vínculos entre dirección, comité editorial y junta directiva de la entidad que cobijaba a la publicación —actualmente Ediciones Gamma S.A., propiedad del Grupo Bolívar—. Así mismo, señalan las autoras, es preciso tener en cuenta las condiciones de uso que la empresa establece al consultar y comprar sus productos editoriales, en este caso la revista *Diners*, tanto en su edición impresa como digital, y el marco legal dentro del cual estos operan (González y Grillo, 2015). Sin embargo, es preciso señalar que si bien se reconocen estos factores como relevantes, su análisis excede los alcances planteados para el presente trabajo.

No obstante, el antecedente metodológico y teórico planteado por González y Grillo es pertinente en la medida en que permite considerar al objeto de estudio no solo en términos de contenido sino en la relación que una u otra idea sobre la cultura transmitida por la publicación impacta de manera directa el diseño y la producción material del mismo.

Por otra parte, es pertinente dialogar con los referentes planteados para un estudio de las revistas culturales desde la perspectiva de la historia intelectual que toma en consideración los elementos sociales de vinculación, asociación y representatividad, como señala Verónica Delgado en su artículo *Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas*, que se centra en los problemas que este presenta para los investigadores, particularmente en el caso argentino. Al respecto señala Delgado:

Por lo demás, la consideración de las publicaciones como formaciones o sus relaciones con grupos (élites intelectuales, políticas, movimientos literarios, tendencias artísticas, etc.) sigue siendo pertinente en un movimiento que trate de precisar el tipo de vínculos de una práctica especializada con procesos sociales más generales, en la medida que el análisis interno (del grupo mismo y de su producción cultural) debe ponerse en relación con lo que acontece por fuera. (Delgado, 2014, pág. 18)

Para este propósito, Delgado propone unas categorías para el análisis sociológico de las publicaciones periódicas que podríamos resumir de la siguiente manera:

- Prácticas: contraste entre las características de constitución interna del grupo con su rol en los procesos culturales del contexto.
- Autoimagen: relación entre las actuaciones sociales de los miembros y lo declarado por la revista.
- Idea de generación: sentido de pertenencia a un conjunto delimitado por la proximidad de los años de nacimiento, convivencia en un círculo común y oposición al imaginario de época anterior. (Estripeaut Bourjac, 1999)
- Idea del arte: postura colectiva frente al hecho estético.
- Clase social: pertenencia a un determinado segmento poblacional en virtud de su poder adquisitivo y relaciones económicas.
- Manifiesto: escrito destinado a hacer público las rutas de acción del colectivo.
- Escritura creativa: escritos que exceden las estructuras propias de la periodística, para este caso.
- Vinculación: valores compartidos, concepción del trabajo cultural y relaciones interpersonales que influyen en la conformación del grupo.

Esta investigación se centra en el reconocimiento de que dos de las categorías anteriormente citadas aplican para el caso de la revista *Diners*: la idea del arte y la clase social. Es así como la perspectiva de la segmentación de mercado y su injerencia en el campo de las publicaciones periódicas tanto en términos de contenido como de soporte y circulación, a la que hacen alusión investigadores como Maria Celeste Mira (Mira, 2004), resultan relevantes para analizar el caso de *Diners*, en la medida en que, si bien no surge como la propuesta de un grupo de intelectuales para validar un proyecto artístico conjunto, si surge de un sector específico de la sociedad, de un segmento económico y social, que considera a la cultura de un modo específico, que se enmarca además dentro de los valores propios de su esfera comunitaria.

En este sentido, puede concordarse con la lectura de la Escuela de Frankfurt según la cual no hay manera alguna de que los sujetos se constituyan por el mercado, dado que la diversificación de los productos culturales es solo aparente. La constitución de un segmento del mercado, el adherir a los valores y la idea de cultura transmitidos por los medios de comunicación dirigidos a ese segmento es una estrategia identitaria y de construcción de sí mismo. Al respecto señala Mira:

Uma questão que salta aos olhos é a relação dessa tendência do mercado com a chamada “política das identidades”. É através da expressão das diferenças que cada grupo procura legitimar e dar visibilidade à sua causa. Exatamente porque buscam esta visibilidade é que podem ser identificados como segmentos de mercado. (Mira, 2004, 9)¹

Si bien lo anterior puede abarcar la emergencia de las publicaciones de colectivos sociales, es preciso también revisar este caso como una apuesta que aunque pareciera carecer de voluntad política alguna si tiene una agenda: afianzar la autoimagen de élite cultural y económica con la cual se identifican o quieren identificarse los lectores, es decir, validar una posición de privilegio.

Para el caso particular, si bien *Diners* no surge como la iniciativa de un grupo cultural sino como la extensión de un producto bancario, su propuesta inicial se centra en la transmisión de una idea de la cultura ligada a las élites de consumo por lo que propone, desde entonces y hasta hoy en día, categorías temáticas asociadas al consumo de bienes del mercado de lujo, viajes, gastronomía y productos culturales de circulación restringida a un determinado poder adquisitivo de sus lectores.

Lo anterior pone en juego el concepto de segmentación, extraído del ámbito del mercadeo, y su aplicación al campo cultural que, como señala Maria Celeste Mira, apela a las necesidades de consumo diferenciadas para diversos grupos sociales que construyen su identidad colectiva en relación con el mercado desde aspectos tan variados como el consumo de productos culturales hasta el cuidado del cuerpo: “Em outras palavras, no mundo contemporâneo torna-se inviável constituir-se como igual ou diferente sem passar pelo mercado. Do ponto vista da vida

¹ Una cuestión que salta a la vista es la relación de esa tendencia de mercado con la llamada “política de las identidades”. Es a través de la expresión de las diferencias que cada grupo intenta legitimar y dar visibilidad a su causa. Precisamente porque buscan esta visibilidad es que pueden ser identificados como segmentos de mercado. (Mira, 2004, 9).

prática, cotidiana, material, é impossível construir sua identidade fora do mercado”² (Mira, 2004, 10). Es así como la audiencia inicial de la revista, es decir, los tarjetahabientes de *Diners Club* también conforman un segmento de consumo cultural y se encuentran imbuidos en unas lógicas de la circulación de los objetos culturales que están estratificadas y que los ponen en contraposición a las producciones de las culturas subalternas. De esta manera no solo moldea una consciencia de élite económica sino también cultural y se integra en principio a las prácticas hegemónicas; el reto está en indagar si esa posición se mantiene a lo largo de los distintos periodos de la publicación y cuáles han sido sus modulaciones.

Dado lo anterior es importante entonces aclarar cuál es el rol de Consuelo Mendoza como editora de la publicación, cuál fue la línea editorial que estableció y mantuvo a lo largo de los 27 años en que la revista estuvo a su cargo y cuáles fueron los elementos diferenciadores de la misma con respecto a otras publicaciones de la época.

En los inicios de la década del 60, Colombia se encontraba en un proceso de diversificación económica que suscitó transformaciones importantes, entre muchas otras áreas de la economía, en el sector bancario. Gran parte de este fortalecimiento económico se debió a la expansión del mercado interno y la diversificación de las exportaciones, lo que permitió que los dueños de los grandes capitales se favorecieran de los intercambios con el exterior. Lo anterior puso en evidencia, entonces, la necesidad de una organización bancaria estable, además del permiso de entrada a entidades financieras extranjeras (García, 2009). Es en este contexto en el que surge la primera tarjeta de crédito del país, *Diners Club*, bajo la tutela de Ernesto Carlos Martelo. Una tarjeta de crédito sin banco, situación muy particular, que afincaba su atractivo para los consumidores en una estrategia muy sencilla, pero a la vez efectiva: poseer la tarjeta no solamente permitía la realización de transacciones comerciales a crédito y sin depender del flujo de efectivo, también implicaba la pertenencia a un club, el acceso a «privilegios» en términos de viajes, gastronomía y cultura a los que de otra manera no se podría acceder. Incluso hoy en día, el programa de beneficios para los tarjetahabientes de *Diners Club* —hoy propiedad del Banco Davivienda— continúa llamándose programa de privilegios.

² En otras palabras, en el mundo contemporáneo se torna inviable constituirse como igual o diferente sin pasar por el mercado. Desde el punto de vista de la vida práctica, cotidiana y material, es imposible construirse una identidad propia por fuera del mercado (Mira, 2004, 10).

En la consolidación de este estatus como un producto propio de una élite que no solamente está constituida por su poder adquisitivo sino por un conjunto de prácticas culturales que permiten la filiación y el sentido de pertenencia entre sus miembros, la revista *Diners* juega un rol fundamental. Fue fundada en junio de 1963 por Fernando Martelo³ como una propuesta de valor agregado para los usuarios en Colombia de la tarjeta de crédito *Diners Club*, es una de las publicaciones culturales vigentes más antiguas de Colombia –superada solo por la revista *Cromos*–, si se tiene en cuenta además, que su publicación no ha tenido interrupciones de ninguna índole.

Dada la filiación económica existente detrás de su fundación –aunque se haya desvinculado de la tarjeta *Diners Club*, sin banco, en principio, y luego haya pasado a ser propiedad del Banco Superior y, en la actualidad, de Davivienda– es comprensible que en términos de segmentación de mercado hablemos de un nicho constituido por personas de los estratos económicos más altos del país y con un nivel de academización avanzado. Sin embargo, la transformación en esos lazos de dependencia económica –desde hace un par de décadas la circulación es abierta y no limitada solo para los tarjetahabientes– y la incursión –tardía– de la publicación en Internet, han transformado la línea editorial de la revista. Sumado a lo anterior, nos encontramos con un medio que a lo largo de su trayectoria ha adquirido la personalidad de sus directores de turno, situación en la que la labor del editor se relaciona con la romantizada concepción de “árbitro del gusto” y que, en ese sentido, se ha encargado de promover una idea particular de lo que se entiende por cultura en cada uno de sus períodos.

La revista de Consuelo Mendoza: entre la cultura y el «estilo de vida»

Para empezar a entender la figura de Mendoza como editora es importante señalar que pertenece a una familia tradicional bogotana: su padre, el político liberal Plinio Mendoza Neira, ha pasado a la historia como el acompañante de Jorge Eliécer Gaitán en los minutos previos a que fuera

³ Sobre la motivación de Martelo para fundar la revista, su hijo Enrique señala con motivo de los 50 años de la fundación: “en aquella época, tener crédito representado en una tarjeta Diners se convirtió en uno de los más visibles símbolos de estatus y modernidad. “El Bebé” detectó ese potencial en 1961, estableció la marca en el país en 1962 y publicó la revista en 1963” (Martelo).

asesinado el 9 de abril de 1948, pero adicionalmente, fue el director durante los cinco primeros años del semanario *Sábado*, publicación dedicada a la transmisión del ideario liberal entre 1943 y 1957; la línea editorial establecida por Mendoza para *Sábado* será determinante en la concepción del liberalismo cultural colombiano, pero adicionalmente, será una influencia determinante en la idea misma de cultura transmitida por Elvira y Consuelo, dos de sus hijas, en la revista *Diners*. Ese espíritu queda reflejado en el lema titular de *Sábado*:

Un semanario para todos al servicio de la cultura y la democracia en América ... En los años correspondientes a su dirección, Mendoza se encargaría de mostrar qué entendía él por democracia, procurando ceder la palabra a .. todos .. y llegar a un público lector indiscriminado. Una concepción no demagógica de la palabra pueblo, ese interpretable demo griego, era lo que se imponía: mantener cierto nivel cultural sin caer en lo elitista; algo así como crear el hábito del intelectualismo en la sociedad colombiana (¿o acaso explotarlo?) (Torres Duque, 1991)

Otra figura determinante en las elecciones de Consuelo Mendoza como editora será la de su hermano mayor, el periodista narrativo Plinio Apuleyo Mendoza, quien además de haber ostentado muchos cargos diplomáticos a lo largo de su vida podría ser considerado —gracias entre otras cosas a su amistad con Gabriel García Márquez— como un testigo de excepción del Boom latinoamericano. Dentro de este contexto, Consuelo Mendoza, la menor de cinco hermanos asume en 1967 la dirección de la revista, luego de que su hermana Elvira renunciara a la misma para ir a trabajar como reportera policial en Caracas y posteriormente trasladarse a Miami, donde asumiría la dirección de la revista *Vanidades*. Como dato curioso habría que señalar que al regresar a Colombia en la década de los 80, Elvira Mendoza asume la dirección de la revista *Cromos*.

***Diners* y el panorama del arte colombiano**

Así pues, Consuelo Mendoza llega a la dirección de la revista *Diners* con una idea sobre la cultura anidada en el liberalismo cultural de principios de siglo y con la obligación de convertirla en un producto además, que satisfaga los intereses del segmento de mercado objetivo de la publicación. Para lograr estos objetivos, que de cierta manera se imponen dada la filiación comercial de la revista, Mendoza va a utilizar como estrategia un tema que le apasiona

personalmente y del que termina siendo una gran conocedora: las artes plásticas. Esta elección no es, sin embargo, una simple veleidad de la editora; como señala Víctor Alberto Quinche en su investigación «La crítica de arte en Colombia: los primeros años» (2006), la crítica de las artes plásticas en nuestro país tiene su génesis en la segunda mitad del siglo XIX, esto es un siglo antes en cuyas publicaciones —como en el caso del *Papel Periódico Ilustrado*— pueden encontrarse los géneros propios de la crítica artística, como las reseñas críticas informativas, los textos evaluativos y el ensayo crítico. Sin embargo, la crítica de arte existente en Colombia descansó a lo largo de todo el siglo XIX en una admiración extendida por el neoclásico y, en general, por las formas más conservadoras de la expresión, además de probar poca apertura hacia las manifestaciones más vanguardistas; será solo hasta la década del 50 del siglo XX, por supuesto gracias al programa cultural liberal y con el surgimiento de las revistas *Plástica* y *Prisma*, que la crítica de arte se consolida como un género sólido y de alto interés público, al menos para las élites más ilustradas:

Y es que parecería que hacia los años cincuenta la cultura colombiana hubiese llegado a su mayoría de edad en el campo de las ideas y de las realizaciones. Por eso no es una mera coincidencia que a mediados de siglo hayan aparecido revistas como *Mito* y movimientos culturales como el nadaísmo, que constituyeron acaso las dos caras de una misma moneda rebelde que buscaba sacudirse el peso de la hegemonía ideológica de la posguerra dominada por la idea de progreso y por el militarismo rampante en todo el continente, avalado gustosamente por Washington; más aún cuando el país se encontraba gobernado por la derecha militarista, y la censura - y más aún la autocensura eran la pauta que regía la vida cultural y cotidiana (Rodríguez Morales, 2000).

Estas dos publicaciones intentan llenar un vacío en la cultura colombiana y de cierta manera popularizar las artes plásticas, llevarlas por fuera del museo o el salón del coleccionista y despertar el interés de un público más amplio. Sin embargo, tanto *Plástica* como *Prisma*, no se quedan solamente en la labor pedagógica —gracias en gran parte a Marta Traba, colaboradora permanente de la primera y editora de la segunda— sino que se dedican a exponer los problemas que enfrentan los artistas colombianos, sus desafíos técnicos y, adicionalmente, a evaluar la calidad artística de las obras. Sí, claro, volvemos a encontrarnos con esta figura polémica del

«árbitro del gusto», en la medida en que estos críticos estarían excediendo la labor meramente editorial y entrarían a señalar, juzgar y establecer una norma del gusto. En esa medida, la labor de las dos publicaciones, aunque en principio pareciera ser pluralizante, en realidad está dirigida a un público ya entrenado en el arte, bien sea el artista, el estudiante o el académico.

Mientras que *Plástica* y *Prisma* asumen este rol definitorio y en cierta medida catedrático sobre lo que es y no es el arte en Colombia y en Latinoamérica, en general —además de reflexiones estéticas y recorridos cronológicos por la historia del arte universal— sigue consolidándose en el entorno una élite ilustrada, liberal, abierta y con el poder adquisitivo suficiente para seguir adquiriendo arte por fuera de las presunciones de la crítica formal. Adicionalmente, otro segmento de mercado con la carga aspiracional de una clase social emergente que quiere apropiarse de aquel consumo cultural hasta ahora preservado a las élites. Es ahí, en ese mundo de los tarjetahabientes, de los que quieren acceder a los privilegios del *Diners Club*, donde la labor de Consuelo Mendoza resulta visionaria y efectiva en términos editoriales: *Diners* es una revista que desde su formato y línea gráfica pretende, más que hacer crítica, divulgar la labor de los artistas plásticos en Colombia.

Es así como la labor de Mendoza, entonces, no involucra la crítica de arte, sino que más bien se acerca a la curaduría, y bajo su mirada los contenidos solemnes asociados a las revistas de arte de la época se tornan más livianos y asequibles para el lector. Adicionalmente, la mirada curatorial de Mendoza logra abarcar la situación particular de algunas mujeres en el entorno de la plástica, dando difusión a las mujeres ganadoras de Salón Nacional de Artistas (solo cinco históricamente), pero sobre todo de artistas emergentes que escaparon de esos modos de circulación y que sin embargo, hoy en día, son figuras reconocidas y celebradas por la crítica misma.

En este punto es preciso señalar que se asimila la labor de edición y la divulgación de contenidos relacionados con arte dentro de la revista *Diners* con un ejercicio de curaduría, desde la perspectiva de la curaduría como un ejercicio que no dictamina lo que es arte sino que se encarga de poner en el espacio aquello a lo que el público accede, que ya es considerado como tal. Al respecto, Boris Groys señala:

El trabajo del curador consiste en colocar en el espacio expositivo determinados objetos que ya tienen un estatus de arte. En eso se diferencia el curador del artista, el cual tiene el derecho de exponer en el espacio expositivo también objetos que no tienen estatus de arte; mejor dicho, ellos adquieren ese estatus precisamente a través del acto de su exposición. Duchamp, al exponer un urinario, no es un curador sino un artista, porque como consecuencia de su decisión de exponer el urinario en el marco de una exposición de arte, ese urinario se convierte en obra de arte. Al curador le está vedada por principio esa posibilidad (Groys, 2011).

Como prueba de lo anterior la revisión histórica de la revista nos muestra cómo no solamente se difundieron los nombres ya consolidados en el medio crítico, sino artistas que pudieron resultar de bajo perfil en ese preciso momento, pero que por alguna razón, temática o empática, resultaban afines al estilo de vida del lector imaginado por Consuelo Mendoza para su revista. Lo anterior, como se discutirá en el siguiente aparte, tiene que ver con una nueva manera de reseñar las obras y los eventos de arte para hacerlos atractivos comercialmente, sin dejar por ello de lado la intención de otorgar prestigio intelectual al público. Sin duda alguna, hay una propuesta interesante que surge en la medida en que se intenta mezclar el arte —establecido por la crítica y los artistas en otros espacios— con el entretenimiento, dirigido a los lectores de la revista.

Se ha realizado la revisión de los ejemplares impresos de la revista a lo largo de los últimos 52 años, con particular énfasis en el periodo elegido. Lo anterior debido a que es en 1994 cuando se presenta el mayor cambio de formato de la revista y ese cambio en la materialidad coincide con la salida de su directora, Consuelo Mendoza.

A partir de esta revisión se ha construido una base de datos que comprende el listado de las revistas y sus artículos, categorizados por autor, tema y sección. Dentro de esta revisión se seleccionaron aquellos artículos relacionados específicamente con la producción plástica y se toman en cuenta particularmente aquellos que apuntan a una postura generacional, y localizada en un grupo social específico, sobre la idea del arte a la que este grupo adhiere, así como aquellos que muestran una propuesta de presentación de los contenidos dirigida de manera específica al público específico de la revista.

La conformación de la revista frente al contexto editorial de la época

Uno de los datos que este artículo, por su extensión, no puede abarcar, pero sería interesante rastrear en futuras investigaciones, sería la recurrencia de colaboradoras de la revista y artistas plásticas dentro de la revista en términos de género y representación. De momento, el análisis de la línea editorial de la revista se introduce con un breve panorama al respecto que, más que respuestas, pretende plantear interrogantes sobre la viabilidad de este enfoque en el análisis de las revistas culturales de la época.

Dentro del panorama de las publicaciones culturales a partir de la década de los 60, el rol de las mujeres como promotoras, críticas, periodistas y, no en menor medida, artistas y productoras de contenido, empieza a tener un lugar predominante. Sin embargo, la edición, especialmente la de revistas y suplementos culturales de publicaciones periódicas, va a tener un papel protagónico. Si bien el asunto central de esta investigación tiene que ver con el estatus y la relación de este con una idea específica —centrada en un grupo social delimitado— sobre lo que se entiende como arte y cultura, es adecuado, en términos de contextualización, dar una mirada a esta parte del panorama editorial colombiano en el momento estudiado.

Como señalan Carreño y Guarín (2008) en su trabajo *La periodista en Colombia: radiografía de la mujer en las redacciones la década de los 60 y los 70*, este proceso de ingreso de las mujeres a las salas de redacción del país va a poner de manifiesto la relevancia de perspectiva femenina en los medios. Uno de los antecedentes que nos permiten encontrar este momento y señalarlo como uno particular de la edición en Colombia es el trabajo *Aporte de la mujer al periodismo colombiano*, publicado en 1975 por María Cristina Isabel Ruiz; tales investigaciones nos muestran cómo muchos de los productos periodísticos hechos por mujeres y editados por mujeres durante la época, enfocaron sus líneas editoriales hacia la publicación y difusión de artistas plásticos.

Dentro de las pioneras en este campo tenemos a periodistas como Lucy Nieto de Samper, quien desde la revista *Cromos* ligó temas de estilo de vida —incluso las páginas sociales— a la actividad cultural. Es importante recordar, además, que Lucy Nieto de Samper fue la primera mujer en escribir columnas de opinión dentro de la revista y su trabajo trascendió a el periódico

El Tiempo, además de que, adicionalmente, va a ser una de las primeras colaboradoras de la revista *Diners* en la difusión de los eventos ligados al arte nacional.

Sin embargo, va a ser una de sus principales compañeras y colaboradoras, la crítica Beatriz De Vieco, quien realmente innovará la manera en la que estos hechos eran presentados por *Diners*, al escribir artículos extensos sobre las novedades de la plástica nacional: en el número 46 de 1971 tenemos su primer aporte, en un artículo dedicado a la escultura de Edgar Negret. De Vieco va a volver la mirada, adicionalmente, sobre la obra de mujeres colombianas y bajo la dirección editorial de Consuelo de Mendoza publicará artículos centrales sobre la obra de artistas como Irma Wronsky (No. 61, 1973). El papel de Beatriz De Vieco es importante porque se va a centrar no solo en la descripción de la obra sino en el propósito de los artistas con ella, en movimientos tan sorprendentes como la revisión de sus propios textos. Uno de los trabajos más reconocidos de De Vieco está en la revista *Diners* número 53 (1972) donde realiza una crítica excepcional a la exposición «Planas y castigos» de Bernardo Salcedo; en este texto la crítica, luego de conversar con Salcedo —para quién los críticos de arte eran en cierta medida «apoyos de estantería»—, logra transmitir el verdadero propósito de crítica social pretendido por Salcedo en su obra, que incluso en una crítica previa hecha por ella misma, había pasado desapercibido (Reyes, 2016). De Vieco es importante entonces en la medida en que refresca el panorama de la crítica al trascender el plano descriptivo para darle un enfoque mucho más empático y emotivo a sus artículos, sin perder la perspectiva estética y la seriedad que la convierten en uno de los nombres importantes dentro del panorama crítico de la época. El camino abierto por Beatriz De Vieco permitirá que la revista cuente con varios momentos icónicos en términos de representación de las mujeres en la plástica colombiana, como el número 89 (agosto de 1977) con el artículo “Las casas talleres de tres artistas” en el que se presenta el proceso creativo de Feliza Bursztyn, que permite una mirada por parte de los lectores a la dimensión profesional del arte, es decir, al hacer de quienes viven del mismo.

Otro artículo interesante, dentro de este orden de ideas, aparece en la edición número 93 (diciembre de 1977), “¿Quiénes fueron las primeras mujeres en Colombia que se dedicaron a la fotografía?”, en el que se hace un perfil de las fotógrafas Pilar Uribe, Inés de Rosé, Patricia Bonilla, Helena Mogollón, Ana María Echeverri y Vicky de Ospina. El artículo, escrito por José Antonio Páez, se centra sobre todo en la experiencia de estas mujeres al decidirse por la

fotografía como carrera y en este las artistas comentan directamente acerca de los obstáculos que tuvieron que franquear. En el caso de Ospina, por ejemplo: “Nunca pensé que iba a ser fotógrafa después de estudiar filosofía y letras en España. Pero cuando me independicé de mi familia, con los ahorros compré una máquina y comencé a vivir de la fotografía”.

En esta dinámica en la que hombres y mujeres aparecen como pares dentro de la publicación —valga decir que más que todo por su afinidad ideológica y círculos sociales compartidos—, es decir, su voz y obra tiene espacio, como críticos y artistas, encontraremos artículos memorables, como la crítica de Mario Rivero a Dora Ramírez, «El kitsch: sobre lo tardío colombiano cursi» en el número 92 (noviembre de 1977) en el que describe el quehacer de la artista de la siguiente manera: «habla más bien la valoración de una imagen, llena de fuerzas vivas, mediante la cual quiere reflejar la época, el medio ambiente social, el hombre, pero siempre lo más cerca posible de la realidad, evitando conscientemente la anticuada zona de ‘lo bello’ o el impacto de lo trascendental». Lo anterior resulta relevante en la medida en que da luces sobre una perspectiva acerca del arte en Colombia que se está gestando en la generación de artistas de ese momento, que apunta a la profesionalización y al establecimiento de redes de consumo cultural mucho más sólidas en las que críticos, periodistas, coleccionistas y artistas juegan un rol complementario.

Sin embargo, no puede perderse de vista el rol de *Diners* como una revista de entretenimiento y «estilo de vida». ¿Cómo combinar entonces la posibilidad de contar con grandes firmas de la crítica y acceder a los artistas más importantes del momento con esta perspectiva? Junto a los artículos de crítica informativa sobre la obra de artistas específicos, la promoción de las exposiciones y otros eventos relacionados con el circuito del arte, la línea editorial promovida por Consuelo Mendoza puede interpretarse como la generación de un vínculo empático entre los lectores y los artistas presentados. Muestra de ello puede verse en el artículo de Pilar Tafur en el número 95 (febrero de 1978), «Vacaciones sagradas de artistas colombianos», en el que la periodista entrevista a los artistas Edgar Negret, Beatriz González, Santiago Cárdenas, Antonio Roda y Eduardo Ramírez Villamizar, sobre los artistas que inspiran su obra. El artículo, escrito por Pilar Tafur, se abre de la siguiente manera:

Cuando Edgar Negret conoció al escultor rumano Constantin Brancusi, quiso postrarse de rodillas para demostrarle su admiración.

Cuando Eduardo Ramírez Villamizar supo que las conchas de caracoles eran las esculturas más bellas de la naturaleza, se obsesionó con ellas y resolvió coleccionarlas.

Cuando Beatriz González estudiaba en la universidad, descubrió a Botero y supo inmediatamente que ese era el artista más grande que había dado Colombia.

Cuando Santiago Cárdenas vio la Monalisa con bigotes de Marcel Duchamp, se dio cuenta que ese artista revolucionario le había abierto las puertas para que él mismo pudiera pintar mesas de planchar, corbatas y baldosines.

Cuando Antonio Roda se escapó del colegio para viajar de Barcelona a Madrid y poder ver las Meninas de Velázquez en el Museo del Prado, se encontró con otro cuadro de Velázquez que lo marcaría para siempre.

Todos los artistas tienen una ‘vaca sagrada’, un artista al que siempre han admirado, al que quizás silenciosamente han envidiado, al cual hubieran querido parecerse. Un mito que les trabaja en el inconsciente mientras pintan o esculpen.

La mayoría de los artistas niegan estas influencias específicas. Pero varios de los más importantes exponentes de las artes plásticas colombianas se despojaron de rubores y prejuicios, para confesar a *Diners* cuál es el artista que más los impresionó (Diners, 1978, 95).

Lejos de satanizar la relación entre arte y entretenimiento o señalar de manera conservadora y corta de miras una «trivialización» del arte, considero que la labor de periodistas culturales como Tafur resulta paradigmática en el fortalecimiento de una nueva audiencia que además de consumir se informa, para tomar decisiones de compra más acertadas. Por supuesto, es pertinente recordar que no estamos hablando de crítica académica rigurosa sino que con este ejercicio de edición y curaduría estamos hablando de una estrategia de difusión dirigida a un segmento de mercado específico y que es a partir de ese distanciamiento del esnobismo académico, de esa incursión en lo anecdótico y doméstico de los artistas, que la revista logra

convertirse en un «apoyo de estantería» eficiente, parafraseando a Bernardo Salcedo. Como señaló William López en su discurso de apertura del II Premio Nacional de Crítica, en 2005:

Un factor de primordial importancia para el análisis de la situación de la crítica de arte durante las décadas de los años 70 y 80, es la emergencia del proceso de diferenciación de los oficios, profesiones y actividades dentro del campo artístico: al nivel de los museos, habría aparecido la figura del curador con funciones claramente definidas; al nivel del sector patrimonial, empezaron a formularse las primeras políticas de preservación del patrimonio, permitiendo la profesionalización del conservador; y al nivel de otros sectores del campo del arte, los eventos artísticos como la Bienal Coltejer, la Bienal de Artes Gráficas, habrían consolidado nichos cada vez más ambiciosos e inéditos dentro de este, sobre todo en relación con la diferenciación de la especificidad de la gestión cultural (López, 2005)

No es esta una observación menor: la compra y venta de arte es una de las formas de modulación del sistema del arte, aunque no la única, y la revista *Diners* de finales de la década de los 70 e inicios de la del 80 es una muestra fehaciente de la cristalización de esa conciencia en el panorama cultural nacional. No es entonces un fenómeno aislado, sino que junto a la consolidación de espacios como el Salón Nacional de Artistas —como un acontecimiento dirigido a un público más amplio y no necesariamente conocedor— y la emergencia de las galerías de arte como espacios de comercialización, pero además de tertulia, ayuda a esbozar el llamado arte contemporáneo —posmoderno si se quiere— colombiano. Es precisamente la aparición de estas prácticas asociadas al consumo del arte la que permite que la revista y la Galería *Diners*, fundada en 1980, alimenten mutuamente su reputación y se conviertan en un punto de encuentro entre los artistas y su audiencia. Tan marcada es la actividad de promoción de artistas en la revista y el intento de facilitar el consumo de arte que como curiosidad encontramos en el número 103 (1978) un artículo titulado «Son los modistos de la moda», dedicado a los marqueteros más importantes de la ciudad de Bogotá, quienes son retratados como los encargados de «complementar» el valor de las obras dentro de la «colección de arte» de los lectores. Cabe anotar, sin embargo, que lo relativo a la compra y venta de arte en la Galería

Diners debe ser materia de otra investigación y que las fuentes accedidas en el curso de esta investigación no resultan suficientes para aventurar hipótesis al respecto.

Diseño y materialidad en la revista *Diners*

En este punto es preciso hacer algunas precisiones, desde el punto de vista de la materialidad, sobre la línea editorial de *Diners* al ser una revista dirigida a un público no especializado, pero que ve en el arte una forma de solidificar su pertenencia a una élite que ya no es meramente económica sino también cultural: ya no se trata de la burguesía —con todo el peso simbólico asociado al término— sino también podría decirse de los consumidores o entusiastas del arte. En el marco de este tipo de publicación, estamos hablando de “escritos críticos informativos”, pero como se señaló en apartados anteriores, no lo hacemos inscritos dentro de la definición ortodoxa de crítica de arte, sino que más bien estamos señalando una tipología textual periodística, propia de las revistas no especializadas; podemos definir este tipo de texto de la siguiente manera:

Se trata de una reseña o noticia acerca de un acontecimiento del arte cuyo objetivo es poner en conocimiento del público lector la realización de una actividad, en este tipo de escritos eventualmente se realizan evaluaciones débiles acerca de las obras que se reseñan, está presente en diarios y revistas no especializadas hacer básicamente informativo el número de metáforas en este tipo de textos es reducido (Quinche, 2006).

Ahora bien, el hecho de que en *Diners* se avanzara un poco más allá de la mera nota informativa y se contara con firmas como la de Beatriz De Vieco, nos lleva de nuevo a considerar la importancia de la filiación social como un factor determinante en la producción editorial cultural de la época y particularmente de la producción de *Diners*, que desde su mismo origen se apalanca en el poder adquisitivo de sus lectores y que por tal razón, por ejemplo, puede permitirse la excentricidad de no contar con venta al público y ni siquiera depender de la pauta. El primer número de *Diners* con venta al público será el 200, edición conmemorativa de sus 30 años, en 1986, evento sobre el que la revista *Semana* señala con especial atención los costos de producción de la publicación, explicando que durante aquellas primeras décadas paso de 3.000 a 157.000 suscriptores que pagan un precio irrisorio por su suscripción al estar asociada directamente a la tarjeta de crédito. Adicionalmente, la publicación señala la excentricidad de esta conmemoración:

Al llegar a su número 200, el consejo editorial de la revista *Diners*, decidió "tirar la casa por la ventana" presentar una edición de colección que por primera vez, en sus 24 años de existencia, venderá algunos ejemplares. El costo de edición está sobrepasando los 50 millones de pesos. La idea fue del jefe de redacción, Leonel Giraldo, quien lleva trece años en *Diners*, y que para el número especial decidió solicitar a los mejores escritores del país y a algunos extranjeros, escritos inéditos. "Nos dimos a la tarea —dice Consuelo Mendoza— de competir en llamadas telefónicas con Caracol y la respuesta que hemos obtenido ha sido apabullante: ninguno de los escogidos se negó y a nivel internacional todos nos conocían y reconocían, por lo que también dieron una respuesta positiva a nuestro pedido". La imposibilidad de que en una sola edición de 240 páginas cupieran los elegidos llevó a *Diners* a la decisión de que quienes no cumplieron a tiempo con su escrito pasaran a otras ediciones que serán también especiales, por cuanto el *Diners Club* cumple el año próximo 25 años en Colombia.

Entre los retrasados están los ex-presidentes Carlos Lleras Restrepo y Belisario Betancur y los periodistas Álvaro Gómez Hurtado y Antonio Caballero (Semana, 1986).

Es en la materialidad donde encontramos la clave de los costos elevados de la revista, que no en vano la ha convertido en material de colección: su portada de papel lino —que se mantuvo durante todo el periodo de Consuelo Mendoza— y el formato cuadrado —que desapareció en 1994 con su salida— establecieron una línea gráfica moderna, al replicar el diseño de las más prestigiosas publicaciones internacionales de arte como *Ver Sacrum*, la revista oficial de la Sesión Vienesa (Viena, 1898-1903), *Wendingen* (Ámsterdam, 1918-1932), *Neue Grafik* (Zurich, 1958-1965), *Avant-Garde* (Nueva York, 1968-1971), (Ver anexo 2). La implementación de este formato se dio de manera muy temprana, en el número 3 (1963), gracias presuntamente al acceso que Martelo y las hermanas Mendoza tenían a este tipo de publicaciones, dada la frecuencia de sus viajes a Nueva York, particularmente.

El formato cuadrado era para la época, y aún hoy en día, una seña innegable de modernidad por su versatilidad y facilidad de manipulación. Al respecto, grandes figuras del diseño editorial y tipográfico, como Hendrikus Theodorus Wijdeveld, director de *Wendingen*, quien acuñó el término «revista de rotación», para referirse a este tipo de publicaciones en los

que los elementos tipográficos pueden disponerse en diferentes direcciones sin que esto afecte la limpieza del diseño o a calidad de las imágenes (Parera, 2016). En Colombia, casi medio siglo después, será David Consuegra quien reflexione sobre este tipo de formato en su obra *En busca del cuadrado*:

Para poder entender en su plenitud la naturaleza del cuadrado, es necesario visualizarlo primeramente como un elemento normalizador. Es decir que, tomado como una figura geométrica de lados iguales unidos a ángulos internos iguales, se constituye por sí mismo en un determinante espacial que visto desde dentro o visto desde fuera, ofrece las mismas posibilidades de lectura, de utilización y de aprovechamiento del área circunscrita (Consuegra, 1992).

Tal versatilidad se ve reflejada en el diseño tipográfico de Herb Lubalin para la revista *Avant Garde*, todo un ícono del diseño editorial: tal es la tradición gráfica de la que *Diners* toma elementos para su formato, pero con un giro que la distancia de las publicaciones mencionadas, al abandonar la idea de la portada tipográfica e incorporar más bien la fotografía de obras de artistas predominantemente nacionales. Por otra parte, más allá de ser una propuesta gráfica de última tendencia, el uso del formato cuadrado sumado a los papeles de alto gramaje utilizados por la publicación podrían haber generado los sobrecostos a los que se aludía anteriormente. Como se señala en la *Enciclopedia del Desarrollo Colombiano*, en el volumen dedicado a las artes gráficas, la producción de este tipo de papeles solo inicia en el país hasta 1964, gracias a la fundación, por parte del químico Ledo Spadini, de Papeles Especiales, una subdivisión de Propal, en la ciudad de Cali. La producción de papeles como el lino requería de “caolines especiales, bióxido de titanio u otros minerales finos utilizando almidón, proteínas y adhesivos sintéticos como vehículo de sustentación”, lo que explica el costo de producción, pero adicionalmente, la exclusividad de la revista (Mattos Ordoñez, 1973). Dicho lo anterior, el aporte a la gráfica nacional por parte de la revista es importante si se tiene en cuenta que a nivel mediático y del gran público, el formato de la revista, casi cuadrado, de 22 x 20,5 cm fue conocido como «formato *Diners*» (El Tiempo, 1992). En adición, las familias tipográficas utilizadas (Eurostile, Avant Garde, Helvetica), van ajustándose a las tendencias mundiales durante el periodo estudiado.

Dentro de lo que Isabel Portilla (2011) denomina la «bomba visual» de los setenta, caracterizada por la ampliación y diversificación de los referentes visuales nacionales que impactó incluso a la esfera política y los movimientos sociales de la época, no resulta un evento menor el hecho de que una revista no especializada en arte se convierta en un referente de diseño editorial. La exposición de 2010 «Múltiples y originales. Arte y cultura visual en los años setenta en Colombia», cuyo montaje estuvo a cargo de María Sol Barón y Camilo Ordoñez Robayo, es una muestra de la importancia de la renovación gráfica de la época que se establece desde su propuesta curatorial:

Durante la década de los setenta se desarrolló impetuosamente la producción gráfica dentro del campo artístico, proliferaron los talleres de grabado, se introdujeron nuevas técnicas como la serigrafía y se generaron eventos enteramente dedicados a revisar la producción gráfica regional como sucede con la Bienal de Artes Gráficas de Cali; muchos artistas participaron de este auge dentro de campos tradicionales de la gráfica, algunos introdujeron procesos fotomecánicos al lenguaje del grabado, y otros se dirigieron a intervenir los medios impresos o a trabajar directamente con medios gráficos que circularon en el cotidiano como la tipografía de cartel, la fotocopia y la xeroxcopia (Barón y Ordoñez, 2010).

Dentro del ambiente de diversificación visual nacional, *Diners* se convertirá en un referente de diseño sin perder su cercanía con los lectores ni su estatus como producto de nicho. En este sentido, sin embargo, resulta importante no perder de vista que estos procesos editoriales están apalancados en el músculo financiero de los suscriptores y el interés que el mismo presenta para los anunciantes.

No obstante tal situación de privilegio, un modelo sostenido solamente por la pauta y la suscripción resultaba insostenible: con la salida de Consuelo Mendoza coincide también la salida de la revista al mercado de la venta pública, lo que explica en gran parte su cambio de línea editorial. Si la revista necesita apelar a un público más general para sostenerse y la administración del producto financiero asociado a ella pasa a una corporación con un segmento de clientes más amplio —el Banco Superior— es necesario que no solamente trate temas vinculados con la coyuntura nacional: el refinado formato cuadrado desaparece en 1994.

Conclusiones

La revisión de archivo hecha a la revista *Diners* durante el periodo seleccionado arroja como resultado una caracterización muy clara de los elementos que la constituyen como una pieza clave de la difusión de la cultura visual de Colombia durante sus primeros años de publicación.

En primer lugar, *Diners* es una publicación fuertemente vinculada al prestigio y el estatus social, hecho que se desprende de su misma génesis al estar asociada con un producto financiero. En esta medida, la revista sí está determinada de una manera importante por las necesidades de su segmento de mercado específico, los tarjetahabientes, quienes además pertenecen a las nuevas generaciones de las élites colombianas. La posibilidad de estas generaciones de estar al tanto de las tendencias internacionales, sumada al poder adquisitivo que ostentan, las convierte en una audiencia con una gran necesidad de tomar decisiones informadas sobre sus elecciones de consumo cultural. Es así como la promoción de artistas, y eventos relacionados con el sistema del arte, dentro de la revista la convierte en uno de los actores involucrados en el trazado de lineamientos y guías para los nuevos consumidores de arte. Desde esta perspectiva, la labor de Consuelo Mendoza como editora resulta fundamental en la medida en que su gestión permite acercar a un público no especializado al circuito del arte que, para ese entonces, hasta ahora empezaba a salir de su hermetismo.

Por otra parte, cabe destacar que dentro de su labor de divulgación, la revista *Diners* contó con colaboradores que no se limitaron solamente a la descripción informativa sino que realizaron ejercicios que se sumaron a las reacciones de los diferentes actores del sistema del arte nacional para lograr dibujar un nuevo horizonte de comprensión sobre el arte contemporáneo y la manera en que era percibido por el público objetivo de la publicación. *Diners* se apartó de las limitaciones del lenguaje académico y promocionó a sus artistas desde una lógica empática, vinculada al entretenimiento, que realmente la convirtió en una gente fomentador del comercio de arte y una ampliación de la caracterización tradicional de los coleccionistas. Esta labor, además, coincidió con el surgimiento de nuevas galerías y espacios más amplios para la socialización de las obras para promover, entonces, nuevas prácticas de consumo cultural que ampliaron la caracterización de las élites del país. Sin embargo, cabe acotar que, aun sin la intención de banalizarlos, la revista añadió una nueva dimensión a los artistas y sus obras al

integrarlos como figuras sociales, en una relación mutua de transferencia del estatus simbólico: los artistas se popularizaban en *Diners* y la percepción sobre la revista se refinaba al establecerla como una publicación cultural. A futuro, es posible estudiar si existe alguna relación entre la visibilización de críticas y artistas en la revista con alguna perspectiva de género.

En tercer lugar, este carácter de publicación cultural se ve reforzado por la materialidad misma de la revista, que incorpora el formato cuadrado como una forma de asimilar el estilo de las publicaciones más prestigiosas del arte y diseño europeos, lo que le otorga una identidad gráfica singular y la convierte en un referente gráfico importante. *Diners* no solamente apropiará las formas de la edición de arte moderna sino que las vinculará con el uso de materiales de lujo que, si bien por un lado la ratifica como una publicación de nicho, nos hace cuestionar su lógica como proyecto editorial y la viabilidad de su modelo de negocio. Nacida desde el privilegio, la publicación parece tener poca conciencia de lo que requiere para resultar sostenible, hecho que resulta cuando menos paradójico al estar adscrita a entidades financieras y bancarias a lo largo de su historia.

Después de esta revisión pueden plantearse varias reflexiones interesantes que podrían ser abordadas en el futuro. La primera de ellas tiene que ver sobre la manera en que las relaciones de filiación económica determinan la línea editorial de las revistas culturales; para el caso de la revista hoy en día, esta sigue siendo una pregunta válida, en la medida en que la esta se encuentra adscrita al Grupo Bolívar, a través del banco Davivienda, que cobija a la tarjeta *Diners*. ¿Qué tan mediadas por los intereses corporativos se encuentran las decisiones editoriales de la publicación actualmente? ¿Sigue siendo la divulgación de arte una de sus características diferenciales?

Una siguiente consideración se deriva de la propuesta gráfica en sí misma: los cambios de formato luego de la salida de Consuelo Mendoza han sido múltiples, no solamente desde el punto de vista del tamaño y el abandono del cuadrado, sino desde otros factores como el diseño tipográfico, la selección de las imágenes e incluso el mismo papel y las técnicas de impresión. ¿Qué nos dice eso sobre la revista? ¿Cómo una revista que mantuvo una propuesta gráfica durante 30 años e hizo de esta una parte importante de la cultura visual de nuestro país terminó cambiando de piel más de cinco veces durante los últimos 20 años? Tal transformación se

traslada además a la propuesta de contenido: si bien sigue existiendo una sección de arte —mucho más nutrida en la edición en línea que en la impresa, de hecho—, el lugar en la portada que antes ocupaban los artistas plásticos nacionales con fotografías de su obra —con piezas de las que muchas veces la revista pasó a ser propietaria— es ahora suplantado por las imágenes de estrellas de Hollywood proporcionadas por sus oficinas de prensa cada vez que la publicación tiene la oportunidad de acceder a una entrevista telefónica o a un evento de prensa, o en las ocasiones más afortunadas, por fotografías de figuras públicas nacionales producidas con una dirección de arte que hace muy difícil distinguir una edición de *Diners* de una de la revista *Cosmopolitan* en cualquier caja de supermercado.

Afortunadamente para la audiencia actual, en las dos últimas décadas han emergido muchas propuestas alternativas para la difusión y divulgación del arte que se distancian también del esnobismo académico, pero que no dependen de los intereses corporativos para sostenerse. Aun así, es pertinente reivindicar a la *Diners* de Consuelo Mendoza como una propuesta efectiva para su época de la que otras publicaciones aprendieron lo que hoy esta revista parece haber olvidado: que el arte es más que un programa de privilegios para premiar un buen historial crediticio.

Bibliografía

Carreño, A. y Guarín, A. (2008). *La periodista en Colombia: radiografía de la mujer en las redacciones la década de los 60 y los 70*. [Tesis de grado de Comunicación Social]. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis121.pdf>

Consuegra, D. (1992). *En busca del cuadrado*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Delgado, V. (2014). Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas. *Tramas impresas. Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*, 11-25.

El Tiempo, (16 de octubre de 1992). Revista *Diners* única en su género. *El Tiempo*. Obtenido de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-223973>

González, A., & Grillo, M. (2015). Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 5(1). Obtenido de <http://www.relmecs.fhace.unlp.edu.ar/artcle/view/relmecsv05n01a06>

Groys, B. (2011). El curador como iconoclasta. *Criterios*, La Habana, nº 2, 15 febrero 2011.

Obtenido de

<http://19bienal.fundacionpaiz.org.gt/wp-content/uploads/2014/02/CURADOR-ICONOCLASTA-BGROYS-02.pdf>

López, W. (2005). La crítica de arte en Colombia: amnesias de una tradición – [esferapública].

Obtenido de: <https://esferapublica.org/nfblog/critica-a-la-carta/>

Los setenta: una bomba visual. (2011, septiembre 11). Recuperado de:

<https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/los-setenta-una-bomba-visual/>

Mattos Ordoñez, J. (1973). Artes Gráficas. *Enciclopedia del Desarrollo Colombiano*, vol.2.

Bogotá: Canal Ramírez- Antares.

Martelo, F. (27 de septiembre de 2013). Un visionario al que le decían Bebé. *Revista Diners*.

Obtenido de

http://revistaDiners.com.co/articulo_especial/38_448_un-visionario-al-que-le-decian-bebe

Mendoza, C. (27 de septiembre de 2013). Consuelo Mendoza, directora entre 1967 y 1994. (R.

Diners, Entrevistador) Obtenido de

http://revistaDiners.com.co/multimedia/7311_consuelo-mendoza-directora-entre-1967-y-1994/

Mira, M. C. (2004). Cultura e segmentação: um olhar através das revistas. En A. Da Silva, & M.

Chaia, *Sociedade, cultura e política. Ensaios críticos* (págs. 247-259). São Paulo: Educ.

Parera, M. (2016). Diseño cuadrado, diseño perfecto. Obtenido de:

<https://www.espai.es/blog/2016/02/disenho-cuadrado-disenho-perfecto/>

Quinche Ramírez, V. A., & Ramírez, V. A. Q. (2006). La crítica de arte en Colombia: los primeros años. *Historia*, (32), 274–301.

Semana. (15 de diciembre de 1986). El numerito de Diners. Obtenido de:

<https://www.semana.com/cultura/articulo/el-numerito-de-Diners/8419-3>

Anexo 1

El documento «Matriz contenido histórico Diners», puede ser consultado en el el archivo de Excel adjunto.

Anexo 2

Referentes visuales para el formato *Diners*



Imagen 1. Revista *Diners*, no. 104, noviembre de 1978. Uso de la familia tipográfica Avant Garde, creada por Herb Lubalin.

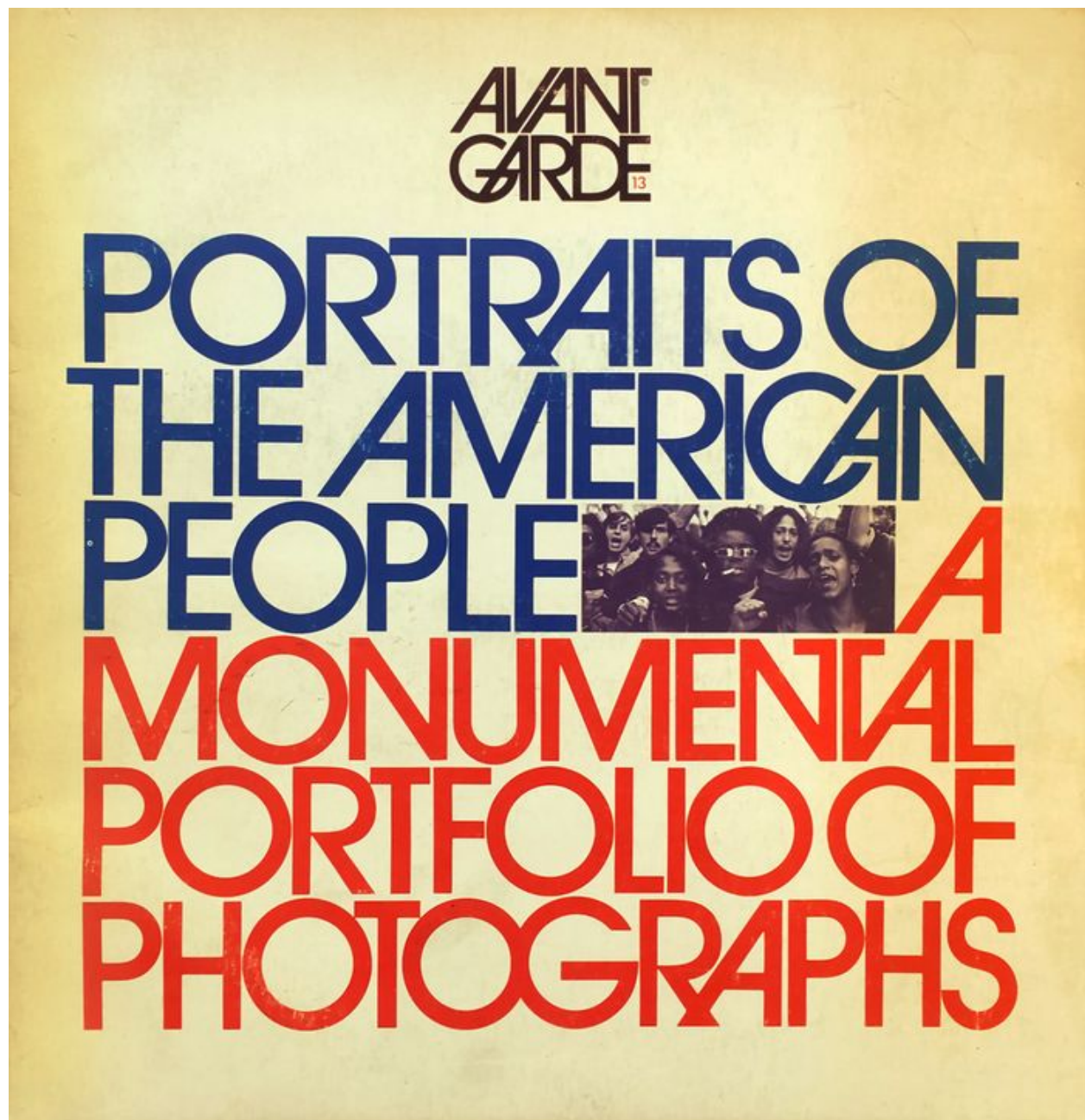


Imagen 2. Portada de la revista *Avant Garde*, no. 13, primavera de 1971. Tipografía homónima diseñada por Herb Lubalin.



Imagen 3. Portada del primer número de la revista *Neue Grafik*, septiembre de 1958. Diseñada por Carlo Vivarelli y editada por Richard Lohse. Formato cuadrado.

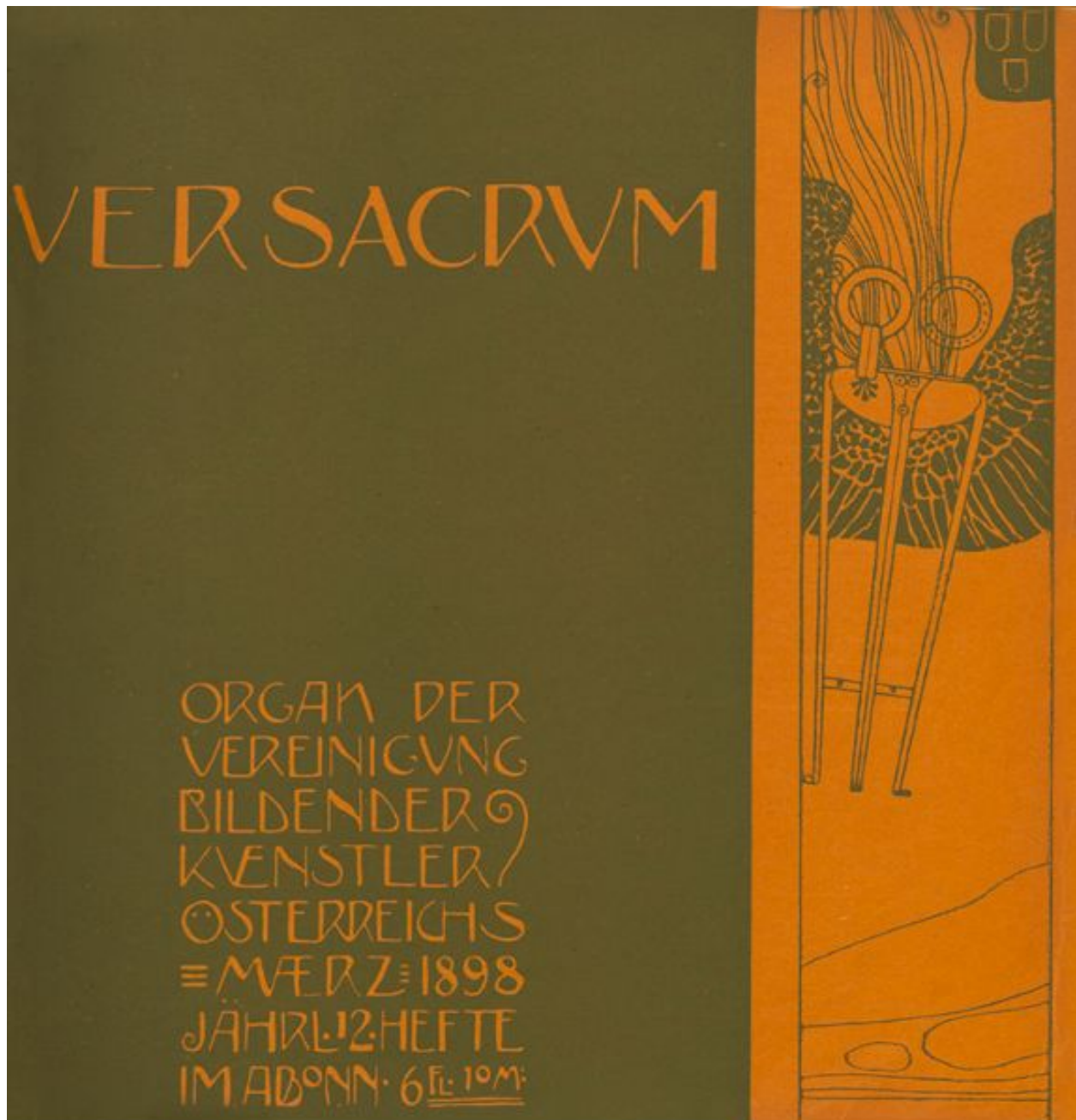


Imagen 4. Portada de la revista de la Secesión Vienesa, *Ver Sacrum*, no. 3, marzo de 1898. Primer referente del uso del formato cuadrado en la publicación de revistas. Diseño de portada hecho por Gustav Klimt.