



Trabajo Integrador Final para la Licenciatura en Comunicación Social con orientación en
Planificación Comunicacional

TITULO

BankArte

**Muestra virtual de artistas fotográficos emergentes
de la provincia de Buenos Aires.**

**Una propuesta en ocasión del Bicentenario del Banco Provincia, el 6 de
septiembre de 2022**

Estudiante: Arrizurieta, Martín.; legajo 10913/6

Correo electrónico: arrizurieta_martin@hotmail.com / martinarrizurieta@gmail.com

Director: Alegre Galvez, Eduardo

Mayo de 2023

Agradecimientos

A quienes han transitado en mi camino que lejos de concluir sigue siempre dispuesto a abrirse.

A mi madre y a mi padre por haber apostado a la vida después de sufrir en carne propia el terrorismo de Estado. A mi abuelo materno, primer bancario del provincia en mi familia, quien en ese contexto supo firmar que no habían subversivos en el Banco comprometiendo más que su firma o su cargo, su Derecho Humano, su vida.

A Cristina Terzaghi por sostener, incansablemente, esa bandera (la de los Derechos Humanos), por ayudarme a tejer este trabajo y por llegar a ser familia.

A los 30.000, ni uno más y ni uno menos.

A Elsa Huwiler por sus manos abiertas, siempre disponibles.

A Juliana por su predisposición a ciegas.

Al Banco de la Provincia de Buenos Aires por permitir que mi familia forme parte de la suya.

A Angie Rodríguez, coordinadora del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Pettoruti, por su apoyo y acompañamiento incondicional.

A mi compañera, Mirta Gabriela Díaz Caamaño, que haciendo uso y abuso de nuestra relación y de su idoneidad en materia académica ha padecido (siempre con entusiasmo), mis recurrencias a ella.

A Guillermina Díaz y a Javier Martínez por estar presentes con sus conocimientos técnicos.

A Eduardo, por haber dejado una huella aún antes de esta instancia, motivo por el cual deseara su dirección.

A Marina, a Paula y a Daniel por las entrevistas.

A cada uno de quienes decidieron aportar sus obras para este proyecto.

INDICE

I

Presentación	Página 5
Palabras clave	Página 7
Objetivo General	Página 7
Objetivos Específicos	Página 7
Metodología	Página 8

II

Herramientas teórico-conceptuales	Página 10
--	------------------

III

El banco, su relación con el arte y el museo	Página 15
---	------------------

IV

El camino recorrido	Página 21
Bases de participación y selección de obras	Página 22
La creación de una identidad visual	Página 24
Primeros esbozos	Página 30
La creación de la plataforma	Página 32
Página de inicio de BankArte – versión de escritorio	Página 34
Página de artistas de BankArte – versión de escritorio	Página 39
Página de inicio de BankArte – versión tablet	Página 40

Página de artistas de BankArte – versión tablet **Página 41**

Página de inicio de BankArte – versión celular **Página 41**

Página de artistas de BankArte – versión celular **Página 42**

V

Conclusiones **Página 44**

VI

Bibliografía **Página 50**

VII

Anexos

I – Las entrevistas **Página 56**

II – Breve memoria del Banco de la Provincia de Buenos Aires **Página 67**

El período inicial **Página 68**

Hacia el centenario **Página 69**

La llegada de Perón, Jauretche y el Banco Público **Página 70**

El banco en el período dictatorial **Página 71**

El retorno a la democracia **Página 71**

III – Las galerías **Página 73**



Presentación

BankArte es una propuesta de Planificación Comunicacional pensada para el Banco de la Provincia de Buenos Aires (en adelante el banco) en ocasión de la conmemoración de su Bicentenario, cumplido el 06 de septiembre de 2022. BankArte es una muestra fotográfica virtual, realizada con artistas emergentes bonaerenses de hasta cuarenta años, que incluye la creación de la marca, su identidad visual y el sitio web que hospeda la muestra.

La gestación de BankArte dialogó con la pandemia porque entre las medidas adoptadas por el gobierno para prevenir el colapso sanitario se instauró el dictado virtual de clases, lo que favoreció que terminara mi carrera universitaria, relegada por años, debido a exigencias laborales. Además, el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (A.S.P.O.) nos impuso no concurrir, salvo excepción y/o justificación, a los lugares físicos que solíamos frecuentar. Resulta innegable que las prácticas tuvieron que ser reformuladas y la tensión entre lo presencial y lo virtual adquirió nuevas formas, maneras y tiempos de exploración y ejecución. Esta investigación tuvo que ser ideada y planificada dentro de esta lógica excepcional que todos atravesamos frente a la amenaza real de extinción de la vida misma a nivel planetario.

Además del tema del Covid-19, en este proyecto confluyen otros aspectos singulares que colaboraron a otorgarle su especificidad: mi rol como trabajador en el banco en el que propongo esta investigación y la relación de mi familia con el mismo banco a lo largo del tiempo.

Con respecto a mi relación con el banco puedo mencionar que me desempeñé como Jefe de Sección en la oficina de “Operativa de Cuentas Corrientes” de la Casa Matriz del banco, ubicada en la calle 7 n° 726 de La Plata. Mi abuelo materno, Saúl Oscar Maffeo, luego de ser expulsado por sus ideologías políticas por la dictadura cívico-militar autodenominada “Revolución Libertadora” de 1955 fue reincorporado y se desempeñó como Subgerente de Personal y luego como Subgerente General en la misma Casa Matriz La Plata. Allí también funciona la guardería de la institución, donde concurrí Pedro, mi sobrino, que nació un 6 de junio, como Fernando, mi padre. Ese mismo día

pero del año 1977 quienes ejecutaron la última dictadura militar secuestraron durante 33 interminables días a Analía Maffeo, mi madre, que por esos años aún trabajaba en la misma Casa Matriz, en la que hoy lo hacemos con mi hermana y yo.

En síntesis, hace casi 100 años que mi familia forma parte de una manera u otra de esta institución bicentenaria, elegida como destinataria de este proyecto.

En lo personal, también me encuentro ligado al arte, ya que mi otro abuelo era músico y mi padre es muralista.

Sin dudas, cada uno de los aspectos mencionados aporta singularidades a esta investigación. Espero que esta doble función de observador-observado, contribuya a enriquecer el clásico debate epistemológico de las ciencias sociales sobre las posibilidades de diferenciar el objeto de estudio de la mirada dada por el sujeto que conoce.

El banco, más allá de su relación con la cultura, opera fundamentalmente como un promotor del sistema productivo de la provincia mediante la colocación de préstamos para adquisición de tierras, maquinarias y tecnología que impulsan el desarrollo y direcciona la inversión y la oferta. Además, a través de sus préstamos personales y promociones, incentiva el consumo.

Su relación con el arte también es significativa. Como se verá más adelante, tiene sus orígenes en 1874, momento en que encargó la realización de una serie de obras pictóricas en ocasión de la inauguración su nueva casa central. El banco se constituye en un actor cultural de suma importancia en el territorio provincial y nacional, consolidándose con un claro perfil de arte argentino moderno y contemporáneo y posicionándose entre las primeras cinco reservas de valor en cuanto a tasaciones, según manifestó el profesor de historia del arte de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata, Daniel Sánchez, en una de las entrevistas realizadas para este Trabajo Integrador Final (TIF).

El propósito motivador de esta investigación ha sido establecer y reforzar los lazos del banco con la comunidad bonaerense fomentando el desarrollo artístico y cultural de las localidades de la provincia de Buenos Aires. Es la intención que el presente proyecto se constituya en articulador entre el banco como promotor del desarrollo artístico- cultural de

las y los bonaerenses en términos generales y de artistas emergentes locales de hasta cuarenta años en términos particulares.

El bicentenario del Banco de la Provincia de Buenos Aires, no puede quedar sólo en una declaración conmemorativa. Se debe aprovechar la ocasión de su bicentenario para reforzar el contacto y el compromiso con la comunidad. Por eso, esta investigación será puesta a disposición y consideración del banco para su posible utilización, más allá de los tiempos de los festejos del Bicentenario institucional.

El hecho de que el banco se ha constituido en patrimonio cultural e identitario de la provincia fortalecen la pertinencia de este TIF.

Palabras clave: Comunicación, identidad corporativa, identidad visual, marca, isologotipo, planificación, gestión cultural y artística, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Bicentenario, TIC's, arte, fotografía.

Objetivo general

En el marco del Bicentenario del Banco de la Provincia de Buenos Aires planificar una muestra fotográfica virtual, de artistas jóvenes emergentes bonaerenses de hasta cuarenta años, con el propósito de promover y ampliar el vínculo cultural del banco con su comunidad.

Objetivos específicos

- Relevar las experiencias culturales llevadas a cabo por el banco y su Archivo y Museo Histórico denominado "Dr. Arturo Jauretche", focalizando las exposiciones realizadas y la adquisición de obras de arte.
- Promover a partir del aniversario N° 200 del banco la difusión de las producciones fotográficas de artistas emergentes de la provincia de Buenos Aires.

- Rastrear artistas fotográficos y galerías emergentes de la provincia de Buenos Aires.
- Generar la creación de una marca de la acción propuesta, con su respectiva identidad visual, a partir del título del presente TIF.
- Construir un sitio web para exhibir la muestra virtual ideada.

Cabe señalar que esta investigación apuesta a realizar un pagina web como síntesis de toda la experiencia, a partir de la concepción de planificación / gestión desplegada en el trabajo y explicitada oportunamente en el marco conceptual y del interés personal del propio autor por concretar su idea.

Metodología

Se optó por realizar un Trabajo Integrador Final (TIF) cualitativo, empirista y con un despliegue interpretativo en el sentido hermenéutico, por considerarse el modo adecuado para explorar las percepciones de los integrantes de la organización y el sentido que le otorgan a sus acciones.

Cabe destacar que gran parte de este TIF transcurrió en pandemia. Para alcanzar el primer objetivo específico planteado, se recurrió a la búsqueda de información tanto en la página web del banco y de su museo como en sus redes sociales y en documentos oficiales.

Además, se realizó una búsqueda bibliográfica, utilizando tanto el soporte papel como el electrónico, para detectar información sobre el banco y sus actividades culturales.

La web también fue utilizada para concretar el segundo objetivo específico: “rastrear artistas fotográficos y galerías emergentes de la provincia de Buenos Aires”.

Como se verá en el Capítulo IV **El camino recorrido**, se cursaron comunicaciones con distintas galerías de la provincia para relevar la oferta de obras fotográficas realizadas por artistas emergentes y su disposición para conformar la muestra en cuestión. Pero, como esta investigación no está hecha por un especialista en arte, se enfrentó con el problema de pertinencia en la selección de obras y artistas, motivo por el cual y con el fin de

potenciar y legitimar la convocatoria se recurrió a galerías de arte y revistas digitales especializadas en fotografía para elegir el material a exponer. Finalmente, la información recabada fue sistematizada en una planilla de cálculo a fin de llevar un seguimiento del contacto con cada galería/publicación y de las respuestas obtenidas.

Con el propósito de conocer las políticas llevadas a cabo tanto por el banco como por su museo y poner de manifiesto la importancia de preservar y acrecentar su reservorio cultural e institucional, se realizaron tres entrevistas en profundidad a distintos actores, tanto pertenecientes a la institución como externos a ella, pero todos referentes indiscutidos del tema de este TIF. La primera de ellas fue realizada a Marina Zurro, ex Subdirectora del Archivo y Museo Histórico “Arturo Jauretche”. La segunda fue a Paula Recalde, empleada del Banco de la Provincia de Buenos Aires, que trabajó en el área de Acción Cultural de esa institución. El tercer entrevistado fue Daniel Sánchez, profesor de historia del arte y curador del Museo Provincial Emilio Pettoruti.

También se recurrió a documentos oficiales al momento de indagar la historia del banco. Con respecto a los autores y textos usados para confeccionar el marco teórico se incluyeron producciones de universidades locales – en especial de la UNLP- para dar visibilidad a sus investigadores. Entre ellas se menciona, una tesis de grado de la Universidad de San Isidro, La producción de sentido en la Unidad de Comunicación del Hospital Dr. Alejandro Posadas (De Achával, 2017) y tres de nuestra Facultad: Soy Kona (Díaz Didier, 2012), Plan de comunicación estratégica para Ullrica (Martínez, 2018) y Lineamientos de estrategias político - comunicacionales para la ejecución de la subcomisión de género club de gimnasia y esgrima la plata (Marziani y Pierini, 2019).

La posterior triangulación de los materiales obtenidos permitió tanto evidenciar la organización y conocer su dinámica y el propósito de sus acciones como establecer momentos y modos de comunicación y gestión.

Para el momento de la producción de la página web de BankArte, tanto para su diseño como para su operatividad, se optó por recurrir a distintas plataformas y aplicaciones, incorporando el uso de la Inteligencia Artificial y de la economía de plataformas para la concreción del TIF.

II

Herramientas teórico-conceptuales

En este TIF en el que se trabaja la relación del banco con su comunidad a partir de generar un hecho artístico cultural hemos recurrido a una serie de categorías para hacer sentido.

Fueron importantísimos los aportes de cada uno de los textos que componen La comunicación de las marcas – Branding (2013). De allí se recuperaron conceptos (gestión, planificación, identidad corporativa) y autores claves (Paúl Capriotti, Norberto Chaves), siendo especial la contribución de Norberto Chaves que entre los casos prácticos que ofrece, hace referencia a dos bancos.

Ninguna de las categorías aquí desarrolladas puede ser considerada como estructura conceptual rígida ni aislada del problema del poder y lo ideológico. Al momento de elaborar una obra, el poder y lo ideológico están presentes.

Jorge Alemán (2021) sostiene: “La ideología constituye el sistema de representaciones que rige las relaciones del sujeto con la realidad...puede ser entendida como una estructura que participa tanto en la producción de las relaciones sociales de producción dominante -éste es uno de sus aspectos- como en la constitución del sujeto”. El mismo autor concluye que: “El sujeto se sirve de la “ideología” como forma de organizar en torno a lo real, en verdad, (“el vacío”) su propia realidad.”

En tanto organización, el **Banco de la Provincia de Buenos Aires** es entendido, como una red “de relaciones a partir de las cuales se generan sentidos que pueden entenderse como cultura institucional” (Uranga, 2020).

A su vez, el referente empírico será abordado desde la **comunicación** entendida como producción social de sentido, como práctica social, como proceso dinámico y constante en el que no se puede determinar la interpretación del mensaje por parte del receptor pero, al menos, sí gestionar lo que se le dice. **Comunicación** proceso dialógico y como eje transversal que atraviesa toda institución y todo acto de la vida misma. Ponemos en común todo el tiempo. En palabras de Daniel Prieto Castillo “Una situación de

comunicación comprende las relaciones interpersonales, grupales, sociales en general, las circunstancias económicas, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver problemas de la naturaleza de la sociedad”.

Planificación y gestión no pueden ser entendidos sino como parte de un proceso dialógico, dinámico, sujeto a cambios. Se planifica y se gestiona desde un aquí y ahora interno y externo. En palabras de Eduardo A. Gálvez (2023): “Podemos considerar la **gestión** como parte de un proceso dialógico con la **planificación** en el que nada es simplemente rígido ni invariable, aunque se intente desde la **planificación** prever y equilibrar todas las instancias posibles. Esta concepción del proceso unificado resulta de mayor rango operativo que cuando se propone separar la **planificación** de la **gestión**.”

Siguiendo ese planteo, la **gestión** trasciende la noción de administración de los recursos disponibles en función de los objetivos propuestos volviéndose “dinámica y polivalente porque transcurre en la vida misma, en el propio territorio.” (Alegre Galvez, op.cit, 2023)

Sin dudas, la pandemia consolidó la mediación tecnológica. Se habla, se escribe, se hacen video llamadas con el médico, se busca, se navega, se informa, se pide y se presta dinero, se compra a través de aplicaciones instaladas en los teléfonos celulares. También se saca fotos. Los dispositivos móviles se interpusieron ante los ojos. La **planificación y gestión** no han permanecido inmutables a semejantes cambios. Trabajos como los mencionados – entre muchos otros- dan cuenta de ese futuro que ya llegó para interpelarnos, moldearnos y ser parte de su autoría a la vez.

Como apunta Sadin (2018): “Somos testigos de una mutación decisiva en nuestro vínculo con la tecnología: mientras que su vocación ancestral consistía en actuar como una prótesis de las insuficiencias del cuerpo, hoy su capacidad cognitiva le confiere el inquietante rol de gobernar a los seres y las cosas”.

Por **planificación** se entiende el proceso constante y pormenorizado de sistematización y esquematización del futuro. Por lo tanto, la **planificación comunicacional** es entendida como el planeamiento en tiempo y espacio de todas aquellas actividades y tareas que deben ser ejecutadas para la concreción de una práctica comunicacional. En este trabajo se hace hincapié en la **planificación** como “hecho creativo” ejecutado con la intención de “acortar distancias, superar brechas, vencer obstáculos (entendidos como restricciones,

resistencias o problemas) a través de acciones diseñadas y concertadas para alcanzar propósitos de cambio” (Uranga, 2020).

Como sostiene Eduardo A. Gálvez (2013) planificar implica un salto hacia adelante que “incluye esfuerzos por describir, situar, ordenar, establecer distinciones analíticas, evaluar, ponderar, elegir, tomar decisiones, corregir, reformular, proyectar líneas de acción contemporáneas y horizontes futuros.

Son varios los aportes de la tesis de Clara Martínez (2018), en especial aquellos relacionados con la comunicación estratégica. Se relega para más adelante otros aportes vinculados con las nociones de marca, isotipo y logotipo. Se coincide con esta autora en que “si bien la empresa no es la que tiene la imagen en su poder, sino que son los públicos quienes la tienen, la empresa puede utilizar un plan de comunicación a su favor, ejecutando acciones que reflejen correctamente los atributos, rasgos y elementos que conforman la identidad” (p. 32). Define la **comunicación estratégica** como la “gestión planificada de la comunicación dentro de una organización, llevando a cabo y ejecutando las estrategias adecuadas para lograr los objetivos que se propuso” (p. 29)

En términos comunicacionales, la **identidad** es entendida como “un atributo relacional” (Díaz Didier, 2012, p. 25) y por consiguiente, un producto de la comunicación.

Resulta fundamental para este TIF la recuperación que De Achával (2017) hace de Chantal Mouffe quien sostiene que “la afirmación de una diferencia es una precondition de la existencia de cualquier identidad”.

Se prestará atención a la **identidad corporativa** como conjunto de atributos que constituyen la idiosincrasia de la institución. En otras palabras, su **misión** (entendida como la razón de ser de una institución), su **visión** (aquello que se quiere alcanzar en el futuro), sus **valores** (o principios esenciales que rigen la identidad y la conducta de la institución.), su cultura, sus objetivos y el marco legal que regula su comportamiento, tanto los presentes como los que forman parte de su historia pero fundamentalmente, la **identidad corporativa** es entendida en consonancia con los lineamientos sostenidos por Paul Capriotti (2013), en el libro indicado en el segundo párrafo de este Capítulo, como un proceso continuo que se compone por la **identificación** (quién es, qué hace y cómo lo hace), de **diferenciación** de las otras instituciones (ya sea que la misma se dé en lo que

hace o en cómo lo hace), de **referencia** (posicionarse en el mercado como referente) para finalmente alcanzar el estado de **preferencia** por parte de los públicos.

La **identidad visual** es entendida como el “conjunto de los signos gráficos – colores, formas, palabras – que simbolizan a la organización” y está compuesta por “la marca, el eslogan, el logotipo (en sus diferentes variantes), el color, el tipo y tamaño de la tipografía.” (De Marziani - Pierini, p. 32). Según estas autoras a la hora de gestionar la identidad visual debe contemplarse la sencillez y la claridad en primer término de modo que sea “identificable y memorizable en segundos” (ibídem), la representatividad, la diferencia (del resto de las identidades visuales presentes en el territorio) y la coherencia.

Como se dijo anteriormente, la tesis de Clara Martínez (2018) también resultó de utilidad a la hora de definir los conceptos de marca, logotipo e isotipo. La marca, que debe comunicar los rasgos característicos de la institución que representa se compone de “un nombre (es la palabra que constituye la identidad visual), un **logotipo** (es la representación gráfica del nombre, la única forma de escribirlo por medio de tipografía), un **isotipo** (es la representación gráfica de un signo no verbal) y una gama cromática (es el empleo y distribución del uso de los colores)” (p. 33).

Partiendo del postulado sostenido por Norberto Chaves (2013) en el texto citado al inicio de este módulo, de que “todo mensaje tiene el propósito de modificar la conciencia y/o la conducta del receptor” y que “la identidad del emisor es la principal clave decodificadora del mensaje”, se entiende y se comparte la conclusión a la que arriba cuando afirma que “la función de la marca gráfica corporativa no es subyugar al receptor sino identificar al emisor; y sólo a través de esta identificación verosímil, convincente, puede incidir en la persuasión del público” (p. 20)

Las **Tecnologías de la Información y la Comunicación o TIC's**, definidas por la Universidad Latina de Costa Rica como “los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos”¹, han modificado a lo largo de su desarrollo, nuestra relación espacio temporal, especialmente ante la situación de pandemia. El tiempo local y el global casi llegan a yuxtaponerse.

¹ <https://www.ulatina.ac.cr/articulos/que-son-las-tic-y-para-que-sirven>

Resulta conveniente aclarar que en relación a esta palabra clave, las herramientas y sistemas tecnológicos utilizados en este TIF serán explicitados en la página 30 del apartado **La creación de una identidad visual**.

La polisémica noción de **Arte** (término aún hoy en disputa que llevó a la Facultad de Bellas Artes de la U.N.L.P. a quitarle el término Bellas a su denominación como si ello suprimiera el problema de quién determina qué es arte) es entendida como negación de la realidad o su transformación (o su intento).

Por otra parte, a los fines de este TIF resulta suficiente adoptar la primera acepción de **fotografía** sostenida por la Real Academia Española (R.A.E.) en tanto que “procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor.” (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://dle.rae.es/fotograf%C3%ADa>).

Sin un otro no hay comunicación ni identidad ni arte, no hay nada. Alguna vez en su histórica cátedra de “Administración y Gestión Financiera de Proyecciones Comunicacionales”, Eduardo Gálvez nos hizo conocer un saludo en lengua zulu, “sawabona- shikova”, que en español significa “te estoy viendo/ estoy siendo”. Siguiendo la lógica de ese saludo podemos decir que el objetivo principal de esta propuesta es que el banco siga siendo visto, y que en el cruce de esas miradas se defina su existencia, es decir, su lugar en el mundo.

III

El banco, su relación con el arte y el museo

Teniendo en cuenta la investidura del banco y los requisitos exigidos desde la institución para poder abordarlo en este trabajo, todo lo referente a él, fue realizado con bibliografía y publicaciones oficiales y pensado con las entrevistas en profundidad realizadas con los expertos: Marina Zurro (ex Subdirectora del Archivo y Museo Histórico “Arturo Jauretche”), Paula Recalde (empleada del Banco de la Provincia de Buenos Aires, que trabajó en el área de Acción Cultural de esa institución) y Daniel Sánchez (profesor de historia del arte y curador del Museo Provincial Emilio Pettoruti).

Como se dijo en la presentación, la relación del banco con el arte tiene sus orígenes en 1874, en ocasión de la inauguración su nueva casa central, momento en que adquiere una “serie de obras pictóricas de carácter histórico y esculturas alegóricas para adomar el nuevo edificio, dando el puntapié inicial a la conformación de la pinacoteca institucional” (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <http://museobancoprovincia.com/colecciones/arte/>) que fue creciendo mediante compras directas, donaciones y remates.

El 22 de septiembre de 1903, con la misión de “preservar el patrimonio cultural institucional, fomentar su acrecentamiento, su investigación y, especialmente, su difusión a la comunidad” (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <http://museobancoprovincia.com/museo/quienes-somos/>), el banco crea el primer y más grande museo bancario nacional, el Archivo y Museo Históricos del Banco de la Provincia de Buenos Aires, “Dr. Arturo Jauretche”. Tras la muerte del Dr. Arturo Jauretche, el 25 de mayo de 1974, el Directorio del banco, resolvió asignarle su nombre como homenaje. Posteriormente, la última dictadura cívico militar en argentina le quita el nombre que es finalmente restablecido por su directorio una vez restituida la democracia.

Su sede, ubicada en el corazón de la Ciudad de Buenos Aires, fue inaugurada el 6 de septiembre de 1983 y declarada Monumento Histórico Nacional el 9 de diciembre de 2005. Cuenta con un archivo general en el cual, a través de los distintos documentos custodiados desde 1822, se puede precisar el desarrollo institucional del banco. Su biblioteca general (creada el 12 de septiembre de 1947) y su biblioteca especializada en

economía, bancos, numismática, etc. son sus otros dos pilares. A su vez, contiene el Fondo Dr. Arq. Alberto S. J. de Paula quien fuera director del Museo.

Paula Recalde agrega: “Y no puedo dejar de mencionar la sala de conferencias por donde han transitado numerosos historiadores, sociólogos y figuras reconocidas de nuestra cultura.”

Entre las más de 200 obras disponibles en la web del Museo, se encuentran producciones de prestigiosos artistas que abarcan tanto las diversas técnicas y escuelas como la distancia generacional que separa a unos de otros o las distintas latitudes. Hay históricos como Juan Carlos Castagnino (tanto con producciones de pintura al óleo sobre tela, mixta y pastel; acuarela y dibujo sobre cartón), Antonio Berni (con técnicas de grabado, dibujo y pintura), Carlos Gorriarena (acrílico sobre tela), Lino Enea Spilimbergo (Grabado, óleo sobre cartón, dibujo, óleo sobre hardboard), Fernando Fader (con óleo sobre tela y sobre cartón), Cesáreo Bernaldo de Quirós (óleo sobre madera y sobre cartón) y Juan Battle Planas (témpera, óleo sobre tela y sobre cartón), por ejemplo; pasando por Raúl Soldi (con producciones de óleo sobre tela y sobre cartón), hasta llegar a los contemporáneos Nicolás Menza (que utiliza la técnica carbón y aguada), Campodónico (acrílico sobre tela) y Marta Minujín (yeso policromado).

Sin embargo, la iniciativa de promoción del arte y de los artistas locales (tanto a nivel provincial como nacional) tuvo que esperar hasta entrada la década de 1990. Desde el año 1993 ha realizado una serie de concursos² apostando al desarrollo de producciones artística. Incluso ha realizado muestras itinerantes.

Los concursos artísticos tienen dos direcciones comenta Marina Zurro, ex Subdirectora del Museo:

² Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA – 1993, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA – 1994, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA – 1995, Gran Premio y Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 1996, Premio Banco Provincia - GRABADO 1997, Gran Premio Banco Provincia - PINTURA 1999, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2000, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2001, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2002, Gran Premio Banco Provincia - DIBUJO – 2005, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2006, Gran Premio y Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2007, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2008, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2009, Premio Estímulo Banco Provincia - FOTOGRAFIA 2009, Premio Banco Provincia – PINTURA 2010, Premio Estímulo Banco Provincia - PINTURA 2011, Gran Premio Banco Provincia - FOTOGRAFÍA 2012, Gran Premio Banco Provincia - DIBUJO 2013, Gran Premio Banco Provincia - PINTURA 2015, Gran Premio Banco Provincia - PINTURA 2017).

Uno de los concursos se llama Gran Premio Banco Provincia y son destinados a artistas de cualquier edad, mayores de edad de todo el país y después están los premios estímulos que son para menores de 35 años, de 18 a 35 años. Los ha hecho el banco en distintas disciplinas desde grabado, dibujo, pintura, etc. En algunas oportunidades se han hecho conjuntamente con otras instituciones o, por ejemplo, en alguna oportunidad también hemos participado en alguna bienal o en la exposición ArteBA. Siempre los premios han sido adquisición, quiere decir que las obras premiadas pasan a integrar la colección de arte del Banco Provincia.

Por su parte, consultada por la importancia social del banco y su museo, Paula Recalde sostiene que: “el banco como el museo cumplen *per se* una función social que tiene que ver con la llegada a las y los bonaerense a través de sus acciones concretas con una mirada, como lo mencioné anteriormente, hacia los y las bonaerense en su conjunto”. Actualmente, apunta: “el banco cuenta con una pinacoteca heterogénea, conformada por adquisiciones de artistas clásicos, premios, obras históricas y donaciones. Podemos encontrar grandes maestros de la plástica nacional y rioplatense.”

Como se sostuvo en la presentación, Daniel Sánchez puntualiza en relación al banco que:

En el marco de la provincia está entre las primeras cinco en reservas de valor en cuanto a tasaciones” a la vez que hace hincapié en el doble rol estratégico del banco y su museo en relación con la cultura provincial al lanzar el premio Banco Provincia, ya que además de ser una “reserva de valor del banco, las obras de arte tienen una reserva de valor económica.

Resulta pertinente para esta investigación recuperar otra reflexión de Daniel Sánchez al ser consultado por los efectos de la pandemia en los museos:

Durante mucho tiempo, lo que es bellas artes tradicionales (pintura, escultura, etcétera) tuvo como dos tipos de público. Un público que accede, que está en el centro (en el sentido... Dónde se alojan las colecciones y los museos) y un público que quedaba marginal, que gracias a toda la llegada de los multimedia en general y las redes pudo acceder a ese patrimonio, sentirlo como propio y aprovecharlo.

Además, sostiene que la creación de un museo virtual “es una valoración patrimonial

porque forma parte de investigar la colección y generar un archivo, que es una reserva de valor y por otro lado otro canal de difusión de la colección.”

En 2004, el banco crea el área de Acción Cultural que luego se denominó Políticas Culturales y más tarde Centro de Estudios Dr. Arturo Jauretche dependientes de diferentes gestiones directivas del banco. Paula Recalde, que se desempeñó en esa área comentó, en la entrevista, que su experiencia

En un principio fue todo un desafío ya que no existía un área por fuera del Museo que impulse acciones culturales con una mirada hacia el interior de la provincia de Buenos Aires. De a poco y luego de mucho esfuerzo y dedicación se logró afianzar el espacio aunque como mencionaba anteriormente, con algunos cambios no solo de su denominación sino también de las acciones que se llevaban a cabo. Estas acciones iban desde muestras itinerantes de la pinacoteca del banco, hasta la impresión de la revista *Forjando* con notas de políticos intelectuales contemporáneos analizando la coyuntura socio política del momento.

Actualmente, junto a la Cátedra Jauretche y la Gerencia de Mujeres, el museo ha realizado la muestra de artistas mujeres y diversidades “Ampliando voces y miradas”, una selección de obras de su colección de arte con la intención de “visibilizar a las mujeres y las diversidades de género en el campo de las artes.” (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: https://m.facebook.com/bancoprovincia/photos/a.596919780377261/4926598074076055/?type=3&eid=ARAI7UBJMnUauwk69OEMBN3ttoogM0hH5s1FO0_kZukNa56gwO6A9Tt5o4DH1EbNbkQKse9g9WPg87VC)

Con antelación a su bicentenario, a fines de 2021, el banco ha dado inicio a los “Concursos del bicentenario”, “tres premios estímulo para la producción artística bonaerense en literatura, fotografía y pintura” (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/banco-provincia-lanzo-los-concursos-del-bicentenario-798>). A su vez, internamente, el banco lanzó una convocatoria a sus empleados artistas para enriquecer con sus obras el libro que se editará con los cuentos ganadores y mencionados del Gran Premio Banco Provincia de Literatura. Los “Murales del bicentenario”, una propuesta en común con el Instituto Cultural de la provincia y los municipios que trabaja los ejes identidad barrial, inclusión y desarrollo productivo, es otra de las actividades culturales impulsadas por el banco en

conmemoración de su bicentenario (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/nuevo-mural-en-ituzaingo-943>).

Otra de las actividades del bicentenario es “Resonancias de nuestra tierra”, una muestra itinerante compuesta por obras plásticas de su colección de arte (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/muestra-itinerante-del-bicentenario-910>). Recientemente, el banco ha puesto en marcha “La caravana del bicentenario”, una propuesta que se une a las fiestas populares bonaerenses y que cuenta con una muestra con los hitos históricos de la institución, shows musicales, juegos y un puesto de activación de Cuenta DNI (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/la-caravana-del-bicentenario-sigue-su-recorrido-por-la-provincia-890>)

Finalmente, el banco realizó el sábado 17 de septiembre de 2022 un festival musical gratuito en el Estadio Único de La Plata. Actividad que contó con la presencia de María Becerra, Miranda, Los Auténticos Decadentes y Estelares (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/banco-provincia-celebra-su-bicentenario-con-un-festival-de-musica-en-el-estadio-unico-942>)

Como síntesis se considera oportuno recuperar otros tres fragmentos de las entrevistas realizadas para este TIF. El primero responde a la voz de Paula Recalde. Los dos últimos surgieron de la entrevista con Daniel Sánchez.

Al cierre de la entrevista Paula Recalde nos comparte una anécdota de su experiencia durante la gestión dentro del espacio de Acción Cultural:

Por decisión del que fuera el coordinador del área, Mariano Asurabarrena, las grandes obras que estaban colgadas en los lujosos despachos de los directivos del banco, fueron descolgadas y puestas a andar por nuestra provincia. En una oportunidad, en un pueblito llamado Piedritas, límite con La Pampa, una señora con lágrimas en sus ojos no dejaba de agradecernos el haberle dado la posibilidad de estar frente a la obra "Figura de Mujer" de Lino Enea Spilimbergo: `...pensé que me iba a morir sin alguna vez ver esta maravilla en persona´. Me cumplieron un sueño...´ Esta experiencia habla a las claras de la función social del banco, sobran las palabras.

Por su parte, ante la pregunta *¿Cuál es, desde tu formación, desde tu perspectiva, la importancia social que tiene un museo y cómo se ha visto trastocada esa función social con la pandemia?* Daniel Sánchez afirma que:

Mucha gente entendía que a la obra de arte había que verla en persona porque es una experiencia, un vínculo, diferente. Pero hay otro tipo de experiencia que es muy válida, nada más que es diferente, en el marco de las redes; más ahora con el avance de la tecnología. Creo que la pandemia lo que favoreció es que esas colecciones pueden darse a conocer a través de medios, como portales, etcétera, que favorecen la difusión y el conocimiento de esa colección.

Finalmente en relación a este TIF Daniel Sánchez apunta: “realmente se debe la provincia, ya sea el museo provincial tiene un reservorio pero todavía tiene una mirada muy centralizadora muy platense”... “Una muestra así, ya sea de bellas artes o la que vos vas a hacer de fotografía, darle más imagen visual a la provincia me parece fascinante. Es una muy buena idea.”

IV

El camino recorrido

La pandemia del Covid-19 propició nuevas prácticas para hacer frente a tamaño desafío que puso en jaque la vida y la economía de todo el planeta. En lo que se refiere a los modos de investigación y producción lo virtual ganó terreno sobre lo presencial. Fue un momento intenso de exploración y cambio, que abrió y legitimó nuevos caminos.

Pensar y producir este TIF en pandemia le sumó singularidad al proceso habitual. El territorio y la organización estuvieron presentes a través de estrategias asociadas con la virtualidad. En sintonía con esta perspectiva, se descubrió que no existía un registro provincial de artistas locales ni de galerías de arte. Por lo tanto la tarea comenzó por el relevamiento de las mismas y su sistematización para poder establecer contacto. De ese relevamiento surgió que la inmensa mayoría de las galerías de arte no trabajaba con fotógrafos; las que sí lo hacían, se encontró que sus artistas excedían la edad propuesta para este TIF (hasta 40 años) o no tenían producciones referidas a la temática elegida (actores, paisajes y realidades de la provincia de Buenos Aires). Otro dato resultó relevante: muchas de las galerías funcionaban como centros culturales. También se contactaron galerías de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya que podían contar entre sus artistas con fotógrafos bonaerenses emergentes.

La información recabada fue sistematizada en una hoja de cálculo (ver Anexo III) utilizándose la técnica del semáforo para llevar una rápida apreciación visual de los avances realizados con cada galería. Dicha técnica consiste en colorear con verde lo concluido satisfactoriamente, con rojo los contactos infructuosos; es decir las galerías que no pudieron o no quisieron participar de BankArte; y con amarillo aquellos contactos pendientes de confirmación.

Las respuestas a BankArte trazaron un registro de amplio espectro. Hubo quienes no supieron oír que se trataba de una instancia académica que sería puesta a consideración del banco y reclamaban una paga para participar. Otros simplemente tenían dificultades en asumir su falta de interés en la convocatoria. Sin embargo no todo fue negación o rechazo. Algunas galerías, incluso sin contar con artistas que encuadraran dentro de los

lineamientos de BankArte, igualmente enviaron sus isologotipos, como es el caso de Juana de Arte y de Fundación 937sudestada. Otras, como Almacén de Arte, remitieron imágenes de sus obras (realizadas sobre distintos soportes pero no fotografías) con la esperanza que se abriera la temática. Algo similar sucedió con artistas como Facundo Cuello que, siendo oriundo de Wilde, sus producciones refieren a C.A.B.A, su actual lugar de residencia, y no obstante envió sus fotografías ante la posibilidad de una apertura territorial de BankArte puesto que si bien no se desconoce la existencia de sucursales del banco en la capital federal, la propuesta se circunscribe a los límites de la provincia. Finalmente, también se dio el caso del Frente de Artistas del Oeste que remitió 15 obras, que sin embargo no forman parte de la muestra ya que aún, tras varias reiteraciones, nunca enviaron las cesiones de derechos. Si se contemplan las 5 obras remitidas por Facundo Cuello y las 15 que enviara el Frente de Artistas del Oeste, BankArte podría haber contado con 78 obras sobre las 58 que la componen, es decir, la muestra se hubiera incrementado casi un 35 por ciento, lo que expone finalmente la aceptación de la propuesta.

Del contacto con las galerías rastreadas surgieron nuevas posibilidades, como ocurrió con galería Oliva Drys, de Silvio Oliva, quien sin contar con artistas que cumplieran los requisitos de BankArte se comprometió a difundir la propuesta, haciendo posible el contacto, días más tardes, con María Paz Mosca, docente en la escuela de Bellas Artes de Azul “Luciano Fortabat”. Aunque finalmente tampoco sus alumnos participaron de este proyecto, el ejemplo es válido para advertir el camino recorrido.

Otro contacto a resaltar fue con Herminda Lahitte, directora de Galería Hache y profesora del Instituto Di Tella, que enfatizó la necesidad de pedir una cesión de derechos de imagen, aunque se tratara de una instancia pedagógica.

Bases de participación y selección de obras

Para la realización de este trabajo lo emergente fue delimitado no sólo en su aspecto etario (hasta 40 años), sino que además, ningún participante podía haber ganado premios nacionales en fotografía. Como se mencionó anteriormente, la muestra se delimitó territorialmente a la provincia de Buenos Aires. BankArte es una muestra por y sobre lo bonaerense. Siendo la temática propuesta actores, paisajes y realidades de la provincia

de Buenos Aires.

Por otra parte, considerando que no es este un Trabajo Integrador Final específico de arte, se decidió delegar en las galerías de arte y en revistas digitales especializadas en fotografía (como *Fotoargenta* o los distintos Foto Club de la provincia, por ejemplo) la potestad de determinar/ legitimar lo artístico. Por esa razón se recurrió a ellas. En el caso de las galerías cada una ejerció ese rol al elegir qué obras de qué artistas enviar, mientras que, para el caso de las revistas especializadas, se contactó a cada una de las personas que habían logrado publicar al menos una obra en alguna de las revistas o Foto Club. En este caso, fue el artista quien seleccionó qué obras remitir.

Las galerías de arte primero, los centros culturales y revistas digitales de fotografía después fueron los grandes legitimadores de “lo artístico”. Por ese motivo BankArte contiene artistas presentados individual y colectivamente.

En este recorrido, tan rico como el que comprendió la fase de producción, a cada una de las galerías relevadas se las contactó por todos los medios disponibles, siguiendo el siguiente orden: se redactó una convocatoria formal que fue remitida en forma conjunta y simultánea a cada una de ellas. Posteriormente se las contactó telefónicamente para corroborar que hubieran recibido correctamente la convocatoria y con la intención de personalizar el contacto con cada una de ellas. Finalmente se recurrió al contacto mediante las redes sociales de las mismas.

En todos los casos (esto es, hayan sido contactados a través de galerías o por medio de las revistas digitales especializadas en fotografía), a cada participante se le pidió, además de ser bonaerense, el envío de hasta 5 producciones propias sobre actores, paisajes y realidades de la provincia de Buenos Aires (aunque algunos enviaron más), una breve presentación personal de su relación con la fotografía y una cesión de derechos de imagen con los datos de las obras (título y lugar capturado), sus datos de contacto, nombre, apellido y número de documento. Cabe destacar que para su publicación en BankArte, tanto de la breve descripción enunciada anteriormente como la titulación de las obras fueron respetadas tal como fueron recibidas.

La creación de una identidad visual

Considerando que se trata de un TIF, se decidió como determinación metodológica, no recurrir a desarrolladores web para la concreción de bankarte.com.ar, sino explorar de manera personal, como forma de aprendizaje, el cambiante mundo del diseño y de las tecnologías emergentes.

Antes de comenzar el desarrollo de este apartado, resulta conveniente repasar algunos conceptos clave relacionados al entorno del diseño gráfico y del diseño web.

Para el primero de los casos resulta suficiente con diferenciar dos tipos de formato de imagen:

JPEG (*Joint Photographic Experts Group/ Grupo Articulado de Expertos en Fotografía*): es un formato de compresión de imagen.

PNG (*Portable Network Graphics/ Gráficos de Red Portátiles*): formato de imagen que permite utilizar transparencia y que es escalable, es decir, la imagen guarda su proporción se la contraiga o se la expanda.

En lo referente al diseño web corresponde comenzar por la diferenciación entre dominio, URL y sitio web, considerando la recurrencia con que son erróneamente utilizados como sinónimo.

Dominio: es el nombre de cada sitio web; es decir, en nuestro caso, “bankarte.com.ar” que se compone de “BankArte” más la extensión “.com.ar”. En el caso de los correos electrónicos se identifica con aquello que continúa después del “@”. Ejemplos de ello son @hotmaill.com, @gmail.com o @yahoo.com.ar.

URL (*Universal Resource Locator/ Localizador de Recursos Universal*): es una dirección web completa con el propósito de hallar una página web. Un ejemplo válido es <https://bankarte.com.ar/brenda-barraza/> que remite únicamente a la página creada dentro de bankarte.com.ar a la artista Brenda Barraza.

Sitio web: cada una de páginas disponibles en la red, consideradas cada una de ellas en su totalidad. Siguiendo nuestro caso, lo que devolverá la pantalla al ingresar a

<https://bankarte.com.ar> con la totalidad de las páginas que la componen.

Otro factor importante es la diferenciación entre **HTTP** (*Hypertext Transfer Protocol* siendo su traducción al español, Protocolo de Transferencia de HiperTexto) y **HTTPS** que se da en el **certificado SSL** (*Secure Socket Layer/ Capa de Conexión Segura*) siendo la “s” final de https la alusión directa a “seguro” (*Secure*). De este modo, se diferencian fácilmente aquellos sitios web seguros del resto (la forma visual de distinción es la falta o la inserción del ícono de candado que antecede a la URL de un sitio. Si lo tiene, el sitio es seguro; si no, no). El **certificado SSL** consiste en un protocolo para la transmisión segura de datos mediante su encriptación, entendida esta última noción como las técnicas utilizadas para que sólo emisor y receptor reciban un mensaje.

CMS (*Content Management System/ Sistema de Gestión de Contenidos*): como su nombre lo indica se trata de Sistemas de Gestión de Contenidos destinados a la creación de webs sin la necesidad de tener conocimientos de programación. Se caracterizan por su facilidad de uso y de gestión. WordPress es un caso.

Considerando que no se recurrió a la asistencia de programadores para la concreción de <https://bankarte.com.ar>, para alcanzar su concreción se utilizó la herramienta de edición de contenido Html conocida como **WYSIWYG** (*What You See Is What You Get* o “lo que ves es lo que tienes”), gracias a la cual se ve exactamente igual lo que se está gestionando en relación a cómo se verá en la Web. Tiene la particularidad de ser muy intuitiva.

Otros conceptos importantes son:

Motores de búsqueda o buscadores: son sistemas informáticos que recopilan la información disponible en los servidores web y la distribuye a los usuarios.

Inteligencia Artificial: refiere al tratamiento de datos mediante la utilización de *software* que intentan imitar el razonamiento humano con la intención de solucionar problemas. Los motores de búsqueda, los sistemas de reconocimiento de voz y los servicios automatizados de atención al cliente se apoyan sobre las Inteligencias Artificiales.

SEO (*Search Engine Optimization* u optimización para motores de búsqueda en su traducción al español): se trata de una serie de técnicas, disciplinas y estrategias de

optimización utilizadas para mejorar el posicionamiento de una web en los buscadores. Configurar correctamente el SEO de una página hará que esta sea mostrada entre los primeros resultados de búsqueda.

Hipervínculo o *link*: es un enlace (de texto, imagen o multimedia) que apunta a otro documento.

Diseño *Responsive*: diseño adaptable que permite la correcta visualización de cada web a los diferentes formatos de dispositivos (*smartphones, tablet, computadoras*).

Header (Encabezamiento): hace alusión a la parte superior de una página. Suele repetirse en todas páginas de un sitio web y se caracteriza por contener el menú de navegación.

Footer (Pie de página): es la parte inferior de una página web. Al igual que el *header*, se repite en todo el sitio y suele contener los datos de contacto. Es común identificar en este sector, la estructura de la página pero no en forma de menú, sino directamente los enlaces directos a las otras páginas que componen la página web.

Hover (Flotar): cuando al pasar el mouse por un texto, botón, enlace o imagen estos cambian de color o tamaño (el efecto de acercamiento está dado por el cambio de tamaño del objeto al posicionarse sobre él), aún si no ha sido seleccionado, eso es hacer *hover* u *hovering*. Si bien esta familia de efectos hacen más atractivos e interactivos los sitios web, su función principal es llamar la atención sobre el visitante, pues algo se ha movido, algo ha cambiado.

Slider (Control deslizante) o carrusel: muestra imágenes o vídeos por transiciones.

Scroll (Desplazarse): en resumidas cuentas, cuando se gira la rueda del mouse o se utiliza la barra lateral de desplazamiento o se desliza el dedo por la pantalla se está desplazando o se está scrolleando.

Plugins (Complementos): son extensiones cuya función es mejorar las funciones de una web de manera sencilla sin tener que recurrir a la edición de códigos, por lo que no se requieren conocimientos técnicos. Cada uno tiene un propósito específico. Los hay gratuitos y pagos. Por ejemplo, para crear un *slider* que muestre las obras de cada artista,

se puede recurrir a la instrumentación de códigos o bien, si no se tienen conocimientos de programación, a la incorporación de un *plugin* creado a tales efectos. En el caso particular de bankarte.com.ar se utilizaron los siguientes *plugins*: **Elementor** (que es un constructor de página usando arrastrar y soltar, es decir **WYSIWYG**, de edición adaptable a dispositivos móviles entre sus características más relevantes), **WPFront Scroll Top** (para insertar la flecha verde situada en el extremo inferior derecho de bankarte.com.ar y que desliza hacia el *header* de la web); **Yoast Duplicate Post** (para la duplicación de páginas. Mediante su implementación no sólo se agiliza el proceso de construcción sino que se garantiza mantener idéntica la identidad de cada página que conforma nuestra web; en el caso de bankarte.com.ar, se utilizó para mantener la identidad entre las páginas confeccionadas a cada artista). Finalmente, para posicionar a bankarte.com.ar en los motores de búsqueda se utilizó **Yoast SEO**. Por otra parte, se utilizó el tema **Neve**.

Sin dudas, BankArte se inscribe “en un contexto que se ve cotidianamente transformado en los modos de estar y de representarnos, a partir de la digitalización de los bienes simbólicos” (González Frígori, Racciope, 2015)

Apenas iniciado el proceso de creación de BankArte, se gestionó la adquisición de dominios en plural, porque las extensiones (.com.ar y .ar,) y la posibilidad de escritura (BancArte/ BankArte) podían opacar la visibilidad de BankArte en los motores de búsqueda de internet. De hecho, previo a esta acción se buscó que no estuviera utilizado. De dicha búsqueda surgió que Bankart es una lesión corporal que prima en la indexación de los motores de búsqueda utilizados (google.com.ar, yahoo.com.ar y el motor de búsqueda de Microsoft, bing.com), es decir, al buscar en ellos “BankArte” los resultados recopilaban distintas web referidas a esa lesión. Otros resultados relegados en un orden secundario por tales motores pero más cercanos BankArte eran la colección de arte de HSBC BANK – Arte Online (<https://www.arte-online.net>) y el Premio Deutsche Bank “Arte joven argentino” (<https://www.abebooks.com>)

Por otra parte, de la búsqueda de “Bancarte” los ya mencionados motores de búsqueda arrojaban entre sus resultados la página <https://masdearte.com> (dedicada a la venta de arte y joyas con sede en España), la web y redes sociales del premio Bancarte de la Asociación Bancaria Costarricense (<https://www.abc.fi.cr> y @bancarte.cr en *Instagram*), la convocatoria a Bancarte del Municipio de Lanús

(<https://www.facebook.com/LanusMunicipio/posts/2836604876607078/>) y la página no segura <http://www.premiobancarte.com/>.

Paralelamente al desarrollo de las acciones con las distintas galerías de arte de la provincia de Buenos Aires, se comenzó a gestionar la identidad visual de BankArte.

Corresponde aclarar que durante el desarrollo de este TIF, la identidad visual del banco cambió en ocasión de su bicentenario. Tanto el logotipo actual como su anterior impedían su utilización para la creación de una identidad visual para BankArte ya que los primeros utilizan la fisonomía geográfica de la provincia para la identificación, mientras que BankArte hace alusión a la actividad de la institución. Es decir desde la institución se prioriza la letra “P”, en tanto que BankArte focaliza en la “B”. Además, BankArte ni siquiera contiene la “P” Por esa razón se decidió la utilización de la escala cromática (y como se verá más adelante, las formas) para lograr la identificación con el referente empírico.

Sin embargo, el cambio en la identidad visual del banco facilitó la superación de ese problema. El pie de la nueva identidad visual del banco, ese apéndice situado por debajo y en celeste, incorporando un nuevo color a la paleta cromática, abría nuevas posibilidades para BankArte. Por lo tanto se torna pertinente incorporar los dos últimos isologotipos del banco:

Isologotipo anterior



Isologotipo actual



Nótese que ambos isologotipos están creados con tipografía sin serifa.

Con anterioridad a alcanzar el isologotipo creado se graficaron algunos bocetos realizados a mano alzada a los que después se les sumaron otros creados por la

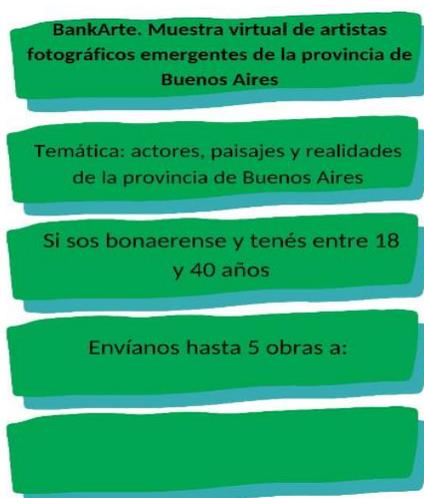
Inteligencia Artificial (I.A.) disponible en wordpress.com.

Es conveniente antes de continuar establecer, al menos, la diferenciación básica entre wordpress.org y wordpress.com. Tal como se indica en la web de Hostinger (el servicio de *Hosting* o alojamiento para páginas web elegido para la concreción de bankarte.com.ar), el primero es el sitio web que “aloja la versión de código abierto del famoso Sistema de gestión de contenido (CMS) conocido como ‘WordPress’” y requiere instalar dicho *software* en la computadora con la que se trabajará la creación de una página web, en tanto que el segundo no requiere instalación; el simple hecho de crear una cuenta allí permite comenzar a desarrollar la web que se pretende. Sin embargo, si bien esta última opción brinda la posibilidad gratuita, de optarse por ella, el acceso a los complementos o *plugins* es limitado.

Retomando el recorrido, incluso durante el estadio de relevamiento de galerías y artistas se graficó un posible *banner* convocante que finalmente fue apartado dado que no se contaba con jurado, priorizándose el contacto formal vía correo electrónico.

Dicho *banner*, que fue desarrollado con la aplicación para dispositivos móviles *Canva*, no sólo guarda relación con el resultado final de BankArte sino que además mantiene la idea de superposición de capas de fondo celeste y verde con la siguiente publicidad que el banco publicara con posterioridad a la creación de ese *banner*.

Banner BankArte



Publicidad del banco



Entre las distintas alternativas aportadas por la ya mencionada I.A. se seleccionaron algunas de forma casi intuitiva.

Como se verá a continuación, si bien se había establecido de antemano que la tipografía a utilizar sería sin serifa, la inclusión de tipografía con serifa responde a un primer esbozo con la intención de comenzar a delimitar la identidad visual de BankArte. A su vez, en los sucesivos ejemplos está el interrogante respecto de generarla como una sola palabra, como dos en un solo reglón o como dos palabras en reglones distintos. Por su parte, la decisión entre BancArte o BankArte al llegar esta instancia ya había sido saldada: como se dijo, se optó por hacer referencia a la actividad de la institución. Sin embargo, la A mayúscula reforzaba la relación entre ambos conceptos (*Bank + Arte*).

Primeros esbozos

En la primera opción elegida dentro de las opciones brindadas por la IA convergían la dificultad enunciada anteriormente entre la “P” propia de la identidad visual del banco y la “B” de BankArte.



En la segunda opción elegida casi intuitivamente para BankArte, si bien el trazo a “pincelada” da indicios de la relación con el arte, no termina de esclarecer de qué se trata BankArte ni establece asociación con la entidad bicentenaria.



Sin embargo, guarda mucha similitud con los isologotipo elaborados para otras marcas que surgieron de la búsqueda de dominios y antecedentes mencionados anteriormente en este apartado. Por ejemplo, con el isologotipo del premio Bancarte del Museo de Arte y Diseño Contemporáneo y con la opción elegida por la Asociación Bancaria de Costa Rica:



En los siguientes tres modelos brindados por la IA, si bien las imágenes no eran ajenas al concepto de arte (de hecho, guardan estrecha relación con el isologotipo del Frente de Artistas del Oeste, colectivo que se mencionó en el apartado **El camino recorrido**) todas padecían, a nuestro entender, el mismo problema: también pueden ser entendidas como manchas y, claro está, no es nuestra intención manchar al banco.



Además de la tipografía sin serifa para el término “*Bank*” se optó por desarrollar BankArte de forma corrida, como si se tratara de una sola palabra, buscando la horizontalidad y continuidad entre los conceptos pero enfatizando con “A” mayúscula en “Arte” y cambiando la tipografía a “*Graffiti*” dando el “toque” artístico, espontáneo y joven.

Finalmente, BankArte cobró vida partiendo de un boceto inicial que había sido desarrollado en primera instancia, a mano alzada y en lápiz, como si se tratara de una paleta de pintor. De ella se recortaron las áreas de los distintos colores quedando solamente las áreas de los colores verde y celeste con el detalle de que dichas áreas serían confeccionadas con la forma del apéndice celeste de la nueva imagen del banco.

Pero fundamentalmente se decidió volcar hacia la horizontalidad el mencionado pie puesto en vertical en la identidad visual del banco. Tal corrimiento no responde únicamente a un juego de posiciones sino al convencimiento de otro tipo de organización posible. Bankarte.com.ar puede ser recorrido únicamente desde su *home* pero se invita a entrar a conocer el espacio que se le dedicó a cada artista (el mismo para todos, es decir, con la misma identidad visual) para su presentación y la exposición de sus redes y alternativas de contacto. A continuación se detallan el resultado final del logotipo e isologotipo de BankArte:

Logotipo



Isologotipo



La creación de la plataforma

El comienzo de este momento se inicia con el detalle de las características específicas de <https://bankarte.com.ar> seguido de la transcripción de gráficas e imágenes que componen su organización y estructura acompañadas de ampliaciones. A su vez esta última sección, que simula la navegación por <https://bankarte.com.ar>, está ordenada según se trate de la versión de escritorio, para *tablet* o para celular, conteniendo en cada uno de estos tres casos la construcción de la página de inicio y la realizada a los artistas.

Recibidas las obras con sus correspondientes cesiones de derechos de imagen se procedió a la creación de la página web. Dadas las limitaciones ofrecidas por la versión gratuita de *WordPress.com* y considerando que se trata de una instancia académica, que se desconoce si el banco se apropiará de BankArte o no y, fundamentalmente, en función de la idea de página web a desarrollar, su construcción se realizó desde *WordPress.org*. Para ello, se utilizó el tema *Neve* y el *plugins* constructor visual *Elementor*, entre otros *plugins*.

Según la extensión de Google Chrome, *WhatFont*, que permite conocer las distintas

fuentes utilizadas en la realización de una página web, la tipografía elegida por el banco es Encode Sans y la adoptada por su museo es PT Sans. Siendo que, de apropiarse el banco de esta propuesta, la misma tiene grandes posibilidades quedar bajo la supervisión de su Museo, se optó, para la confección de la web de BankArte, por la segunda tipografía enunciada. Cabe aclarar que ello demandó la descarga de la fuente.

Por otra parte, siendo que según la extensión de Google Chrome, *ColorZilla*, que permite conocer los distintos colores utilizados en una *website*, el texto vertido en la web del banco no es de color negro, para el texto de BankArte se utilizó el código de color proporcionado por dicha extensión.

Las características de BankArte también le aportan singularidad a este TIF. Por ejemplo, el visitante no encontrará el típico menú puesto que se resolvió reemplazarlo con tres botones. Tampoco encontrará barras laterales. Al momento de elaborar bankarte.com.ar se postuló como piedra angular el principio de que aquello que abunda visualmente, daña; procurando limpiar de contenido excesivo e innecesario a la web.

El Isotipo fue utilizado en reemplazo del botón de inicio o *home* y el menú fue sustituido por los botones “Por qué BankArte”, “La muestra” y “Por artista” que remiten a la sección homónima. Cada uno de ellos está diseñado con efecto “sobre” para indicar, al pasar el mouse por encima de ellos, que se trata de botones. En efecto el primero y el tercero de los botones están diseñados con fuente color blanca y fondo verde que al posicionarse sobre ellos mutan a color de fuente negro con fondo celeste, mientras que el segundo botón registra el proceso inverso en cuanto al color de fondo, es decir, el color fondo celeste cambia a verde al pasar el ratón sobre él. Además los tres botones, al igual que los íconos de las galerías, redes sociales y correo electrónico tienen el efecto “*pulse*” similar a un latido, expandiéndose al pasar sobre ellos.

Otra particularidad de BankArte es que fue pensada en un doble recorrido: “la muestra” en sí y “por artista”.

Como se mencionara anteriormente, otra singularidad de BankArte es que a cada artista se le solicitó además de detallar el título de cada una de sus obras y el lugar donde sus producciones fueron realizadas (no todos cumplieron ese punto), una breve presentación en referencia a su relación con la fotografía y se decidió respetar tales ítems

taxativamente al momento de concretar BankArte.

También resulta característico de BankArte el hecho de que la página de inicio contiene la totalidad de las obras y sin embargo se desarrolló una página específica para cada artista. Las 58 obras que componen la muestra están agrupadas a su vez, por artistas (13 agrupamientos). La página de inicio y la de cada artista conforman un total de 14 páginas.

Otro rasgo particular de BankArte es que a excepción de los epígrafes de cada imagen que no son modificables y están establecidos de antemano de forma recta, BankArte no tiene ángulos rectos.

BankArte está desarrollada en modo *responsive*, es decir, accesible y visible correctamente tanto desde una computadora de escritorio como desde una *tablet* o desde un celular.

Página de inicio de BankArte – versión de escritorio

A continuación se transcribe la organización y estructura de la página de inicio de BankArte en su versión de escritorio. Vale aclarar que la diferencia de tamaño del contenido de las siguientes imágenes corresponde al *zoom* aplicado sobre cada sección para que en cada imagen se pueda apreciar su estructura dado que la totalidad de bankarte.com.ar está diseñada a ancho completo.

BankArte



La imagen anterior corresponde a la vista del “*header*” o encabezado del *home* de BankArte, es decir, es lo primero que el visitante visualiza al ingresar a la web de BankArte. Al girar la rueda del ratón o al hacer “*scroll*” en dispositivos móviles comienza a funcionar el botón “ir arriba” () dispuesto en el ángulo inferior derecho, con la intención

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

de agilizar la vuelta al *header* durante el recorrido por BankArte. Dicho botón está presente en todas las páginas que componen bankarte.com.ar.

Se decidió agrupar en un bloque el isologotipo y los tres botones. A dicho agrupamiento se le aplicó la animación de entrada “*Fade in up*”, es decir, movimiento ascendente, en alusión a lo emergente y con el propósito de otorgarle dinamismo a la presentación. Sin embargo, para diferenciar el *home* del resto de las páginas que componen la web de BankArte, es decir, las páginas dedicadas a cada artistas, al *header* de cada una de estas últimas se le aplicó la misma animación pero sentido inverso, o sea, de arriba hacia abajo.

Como se enunció recientemente, BankArte no contiene ángulos rectos a excepción de los epígrafes de las fotografías que por defecto son rectos sin posibilidad de ser modificados. En consecuencia, como se visualiza a continuación las líneas que soportan cada sección de BankArte también tienen sus puntas redondeadas.

Por qué BankArte

Por artista

Brenda Barraza

Continuando con el desarrollo de la estructura de BankArte, al clicar sobre el botón “Por qué BankArte” incluido en el *header*, el visitante es trasladado a la sección “Por qué BankArte” que contiene el fundamento de BankArte y que se visualiza como se ilustra a continuación. La siguiente imagen es a título ilustrativo, con el propósito de mostrar la coherencia de la estructura. Considerando la ilegibilidad de la captura de pantalla de la sección “Por qué BankArte” su contenido se transcribe a continuación de la imagen.

Por qué BankArte

BankArte es el resultado de mi Trabajo Integrador Final en Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

BankArte fue pensada en el transcurso de la pandemia Covid-19, por eso su carácter virtual. Sin embargo, durante el proceso de recolección y sistematización de la información, las instancias de contacto y de recepción de las obras, las medidas sanitarias dispuestas ante la situación de contingencia comenzaron a flexibilizarse. Llegada la instancia de producción, el contacto ya había recuperado su dimensión presencial.

BankArte es una muestra realizada con artistas fotográficos emergentes, de hasta 40 años, de la provincia de Buenos Aires con la intención de difundir sus producciones.

La temática convocante fue actores, paisajes y realidades de la provincia de Buenos Aires. En BankArte encontrarán quienes se enamoraron de los paisajes y quienes focalizaron en las realidades cotidianas; quienes prefirieron hablar desde el espacio público y quienes decidieron mostrar la provincia desde la intimidad de un hogar bonaerense. Algunos eligieron el color, otros blanco y negro; incluso hay quienes han jugado con ambas. Hay fotógrafos emergentes con cámara réflex y también quienes sólo usan las cámaras de los celulares.

Se decidió respetar la totalidad del material presentado. Por esa razón encontrarán fotografías que sólo son acompañadas por el nombre del artista y/o galería, otras a las que se adosa su título e incluso otras que especifican el lugar de la provincia donde fueron realizadas; hay obras presentadas individualmente, otras presentadas en serie (como lo hiciera Sofia Gerck a través de Isidoro – Espacio de Arte) y obras presentadas desde colectivos, como es el caso de Zona Imaginaria. Por ese mismo motivo encontrarán tan diversas presentaciones como artistas componen la muestra, yendo desde lo coloquial a lo formal pasando por la no presentación que, en palabras una de las participantes, su mejor presentación son sus fotografías.

El recorrido puede hacerse desde la muestra en sí o por artista. En el pie de página de cada artista encontrarán el enlace a sus redes para que puedan establecer vínculo con ellos. Aconsejamos que no dejen de hacerlo. Cada artista y cada galería traen consigo una historia.

Bienvenidos.

Martín Arrizurieta.

Transcripción de la sección “Por qué BankArte”:

BankArte es el resultado de mi Trabajo Integrador Final en Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

BankArte fue pensada en el transcurso de la pandemia Covid-19, por eso su carácter virtual. Sin embargo, durante el proceso de recolección y sistematización de la información, las instancias de contacto y de recepción de las obras, las medidas sanitarias dispuestas ante la situación de contingencia comenzaron a flexibilizarse. Llegada la instancia de producción, el contacto ya había recuperado su dimensión presencial.

BankArte es una muestra realizada con artistas fotográficos emergentes, de hasta 40 años, de la provincia de Buenos Aires con la intención de difundir sus producciones.

La temática convocante fue actores, paisajes y realidades de la provincia de Buenos Aires. En BankArte encontrarán quienes se enamoraron de los paisajes y quienes focalizaron en las realidades cotidianas; quienes prefirieron hablar desde el espacio público y quienes decidieron mostrar la provincia desde la intimidad de un hogar bonaerense. Algunos eligieron el color, otros blanco y negro; incluso hay quienes han jugado con ambas. Hay fotógrafos emergentes con cámara réflex y también quienes sólo usan las cámaras de los celulares.

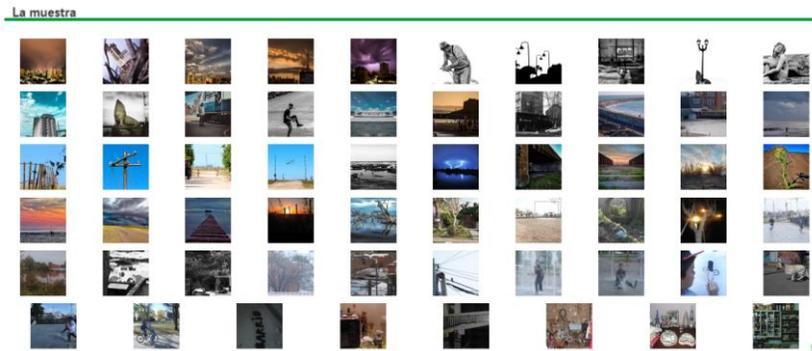
Se decidió respetar la totalidad del material presentado. Por esa razón encontrarán fotografías que sólo son acompañadas por el nombre del artista y/o galería, otras a las que se adosa su título e incluso otras que especifican el lugar de la provincia donde fueron realizadas; hay obras presentadas individualmente, otras presentadas en serie (como lo hiciera Sofía Gerk a través de Isidoro – Espacio de Arte) y obras presentadas desde colectivos, como es el caso de Zona imaginaria. Por ese mismo motivo encontrarán tan diversas presentaciones como artistas componen la muestra, yendo desde lo coloquial a lo formal pasando por la no presentación que, en palabras una de las participantes, su mejor presentación son sus fotografías.

El recorrido puede hacerse desde la muestra en sí o por artista. En el pie de página de cada artista encontrarán el enlace a sus redes para que puedan establecer vínculo con ellos. Aconsejamos que no dejen de hacerlo. Cada artista y cada galería traen consigo una historia.

Bienvenidos.

Martín Arrizurieta.

Por su parte, el botón “La muestra” incluido en el *header* enlaza a la sección “La muestra” que en su versión de escritorio se visualiza de la siguiente forma:



Al seleccionar una imagen cualquiera de las que componen la muestra, la misma se agranda a pantalla completa pudiendo cambiar de imagen seleccionando las flechas situadas a ambos costados de cada imagen. Cada fotografía, al ampliarse muestra los datos complementarios de cada una de ellas según la información brindada por cada artista (Nombre y apellido del artista, título de la obra y en algunos casos, el lugar donde la fotografía fue realizada). A continuación se transcribe a modo de ejemplo la fotografía “Villa Epecuén” de Verónica Anerot:



La sección “Por artista” a la que deriva el botón homónimo incluido en el *header* se caracteriza por tener un *slider* por cada artista. Cada *slider* reproduce de forma automática las producciones enviadas por el artista. Al cliquear sobre el mismo, se accede a conocer el artista en su sección personal creada. Cada sección, como se verá más adelante, además de contar con la presentación de cada artista tiene el enlace a las redes sociales de cada uno de ellos respectivamente.

Siguiendo el uso de la paleta de colores establecidas para BankArte (verde y celeste) para la construcción de cada slider se utilizó el color verde para las flechas laterales dispuestas para el cambio de imágenes, mientras que en consonancia con el criterio utilizado en la creación de los tres (3) botones, los puntos indicadores de las fotografías que componen cada slider son celestes mutando a verde para indicar que se está viendo esa fotografía del *slider* y no otra. A modo de ejemplo, a continuación se transcribe la imagen del *slider* correspondiente a la artista Brenda Barraza:



Finalmente, como ilustra la siguiente imagen, al pie de la página o *footer* del inicio de BankArte se visualizan los botones de enlaces a “contacto” (que abre automáticamente el correo del usuario con el destinatario bankarte.com.ar@gmail.com) y al *Instagram* creado (@bankarte.com.ar).



Es oportuno aclarar que siendo paga la función de *Instagram* para enlazar las publicaciones que se realicen desde la página web de BankArte se creó un perfil de usuario no comercial quedando a criterio del banco la creación de una cuenta empresa.

También resulta conveniente mencionar que en las páginas creadas a cada artista, se visualizan botones de enlace a los correos y/o redes sociales y/o página web de cada artista o galería según el caso. Por otra parte, la versión gratuita del *plugins* utilizado para la creación de tales enlaces, no permite la modificación y/o importación de los íconos de las redes que vienen por defectos. Esa es la razón por la cual el ícono de *Instagram* en la imagen anterior es de color negro.

Página de artistas de BankArte – versión de escritorio

La versión de escritorio de la página destinada a cada uno de los artistas es, siguiendo el ejemplo de Branda Barraza, la siguiente:

BankArte



Brenda Barraza

Como se visualiza en la imagen anterior, a diferencia de la página de inicio, las páginas de cada artista no tienen ninguno de los tres (3) botones puesto que no son necesarios y además da cuenta que ya no se está en la página de inicio. A su vez, se muestran el nombre de cada artista, insinuando que hay más por ver.

Seguido de ello, se incorpora la descripción que cada artista presentó de sí mismo. Resulta oportuno recordar que se decidió respetar taxativamente la presentación que cada artista remitió.

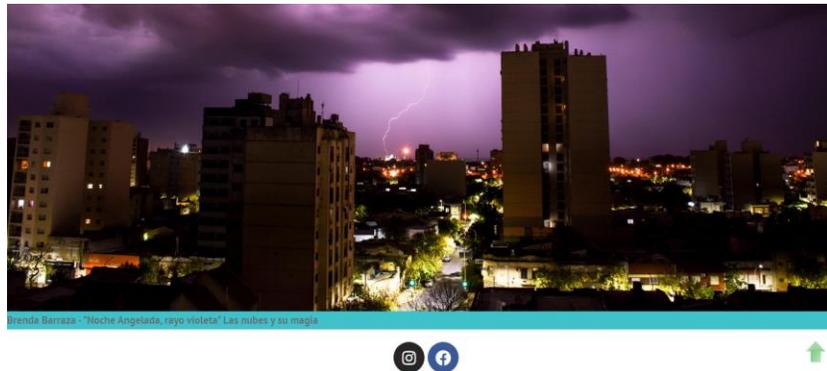
Continuando con el ejemplo de la artista Brenda Barraza, al desplazarse hacia abajo sobre la página, su descripción se visualiza como se ilustra en la siguiente imagen:

Brenda Barraza

Mi nombre es Brenda, tengo 34 años, vivo en la ciudad de Bahía Blanca, Provi. de B.A.A., comencé desde muy chica con el gusto de sacar fotos, trabajé repartiendo panfletos en la calle, cuando tenía 16 años, para comprar mi primera cámara Nikon compacta, y de ahí fui escalonando, hasta que hoy llegué a una Nikon D7200. Realmente fui evolucionando con el tiempo y la práctica, realice un curso para aprender a usar mi primera reflex (Nikon D3100) y cuando puedo realizo workshop para ir ampliando mis conocimientos. Aunque me encanta incentivar a aquellos que tienen buen ojo fotográfico para que se animen a sacar con lo que sea, ya que hoy en día los celulares brindan hermosas prestaciones para poder comenzar con este hobby, y no todos tenemos el alcance monetario para costear los equipos y los cursos. Con respecto a mi historia, siempre me preguntaba de donde saque esta hermosa pasión, aunque no sabía bien qué tipo de fotografías me gustaba tomar, sabía que era una forma de canalizar y transmitir mis sentimientos pudiendo plasmarlos en una imagen, fotografiando todo lo que quería, aunque me inclinaba a la luna y las personas. Hace un año que mi vida dio un giro a nivel personal, donde la vida me llevo a vivir en un departamento (éto piso) que está ubicado en el centro de mi ciudad, despertándome todas las mañanas con un cielo y amanecer diferente, de ahí empecé a prestar atención y vi todo lo que nos regala el mismo, por todos los estados que pasa durante el día, cambiando segundo a segundo, como la vida misma y así fue como este se convirtió en mi gran pasión. A su vez, el año 2021, me regaló muchas cosas más, como conectar con mi hermana paterna, donde ella despejó mi duda sin querer, contándome que mi padre biológico (al que conocí a mis 11 años y en la actualidad no tengo trato) fue fotógrafo a mi edad, trabajando en eventos sociales, ¡fue como descubrir parte de mi identidad, evidentemente la fotografía está en mis genes! En la actualidad manejo Facebook e Instagram @bbfotografia, y la idea de estas redes sociales surgió para poder bajar el cielo a las pantallas de los celulares de las personas, así los que no se acostumbran a mirarlo puedan contemplar su magia. Desde ahí que tengo varios seguidores que me comparten sus fotos diciendo que me recordaron al mirar para arriba, o que desde que ven mis fotos se paran a observarlo. Me envían mensajes de agradecimiento o de historias personales por las frases que le pongo a cada imagen. Nunca pensé que me iba a conectar con tantas personas de diferentes y de distintos países. Lo que empecé como un pasatiempo, hoy se convirtió en una gran comunidad donde compartimos ideas, técnicas y hasta imágenes con fotógrafos profesionales, aficionados y seguidores que solo admiran el trabajo de uno. 📌

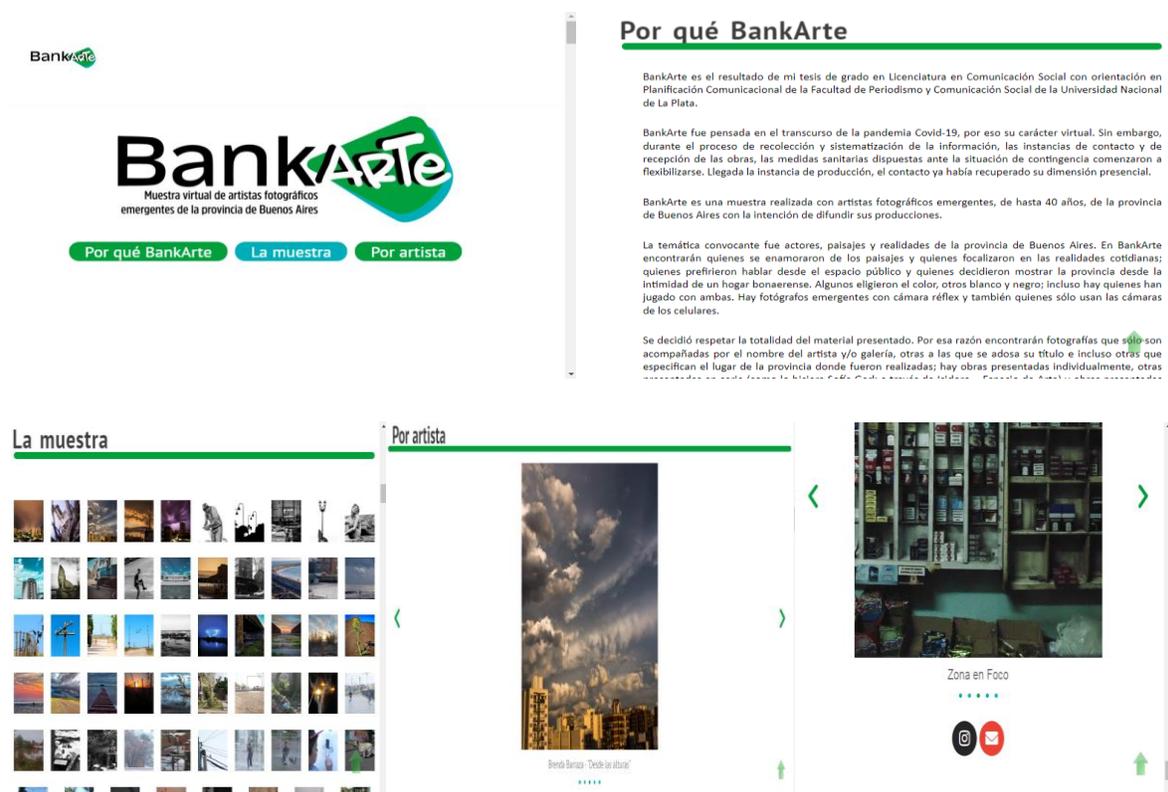
Concluida la presentación de la artista se incorporan sus producciones a ancho completo, acompañadas del ya mencionado epígrafe que, como se ve en la siguiente imagen, no permite redondear sus ángulos. Finalmente, al pie de página se visualizan los enlaces de contacto y/o redes sociales de la artista.

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires



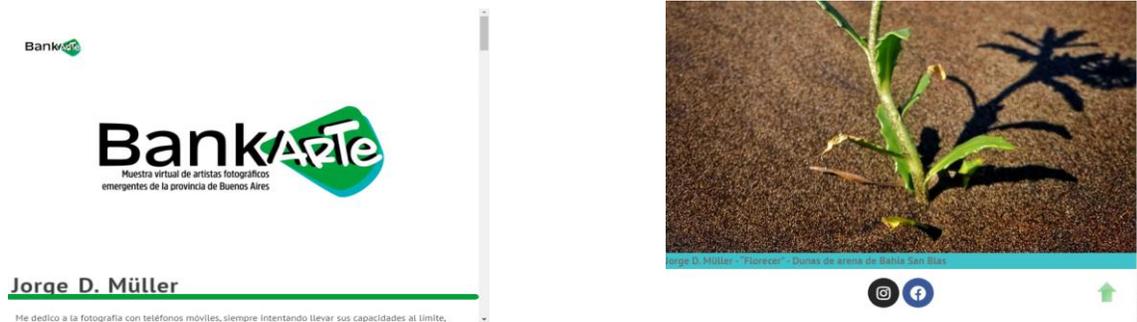
Página de inicio de BankArte – versión tablet

Siendo que la organización y estructura ya han sido explicitadas, al solo efecto de mostrar la concreción de <https://bankarte.com.ar> en modo *responsive*, a continuación se insertan las capturas de pantallas referentes al *header*, las secciones “Por qué BankArte”, “La muestra” y “Por artistas” y el *footer* de la Página de inicio de BankArte – versión *tablet*.



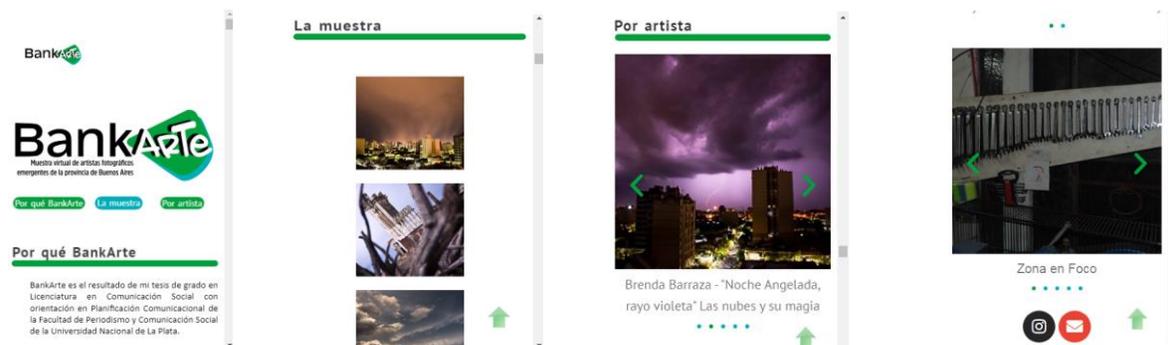
Página de artistas de BankArte – versión tablet

La versión *tablet* de la página destinada a cada uno de los artistas es, siguiendo el ejemplo de Jorge D. Müller, la siguiente:



Página de inicio de BankArte – versión celular

Como se indicó en la sección dedicada a la versión *tablet*, siendo que la organización y estructura ya han sido explicitadas, al solo efecto de mostrar la concreción de <https://bankarte.com.ar> en modo *responsive*, a continuación se insertan las capturas de pantallas referentes al *header*, las secciones “Por qué BankArte”, “La muestra” y “Por artistas” y el *footer* de la Página de inicio de BankArte – versión celular.



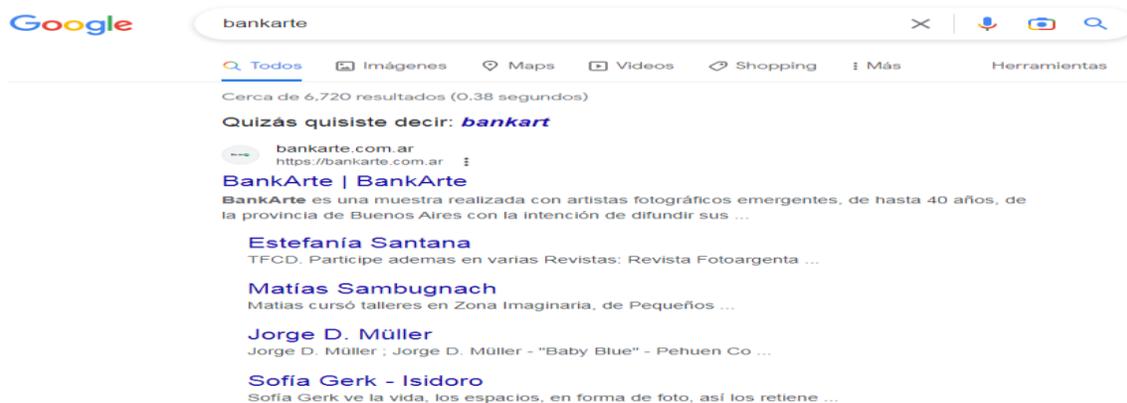
Página de artistas de BankArte – versión celular

Por último, la versión de celular de la página destinada a cada uno de los artistas es, siguiendo el ejemplo de Jorge D. Müller, la siguiente:



Finalmente es oportuno indicar que mediante la correcta constitución del SEO, y con ayuda del *plugin Yoast Seo*, se logró posicionar a BankArte dentro de los diez principales resultados de búsqueda arrojados por los tres buscadores utilizados (Google.com.ar, Yahoo.com.ar y Bing.com) revirtiendo la tendencia a la aparición de otras opciones como sucedía en el momento exploratorio. Las siguientes capturas de pantallas de esos tres buscadores dan testimonio de ello:

Búsqueda en Google



Búsqueda en Bing

The screenshot shows a Bing search page for the term "bankarte". The search bar at the top contains "bankarte" and the Microsoft Bing logo is on the left. Below the search bar, there are navigation tabs for "BÚSQUEDA", "IMÁGENES", "VÍDEOS", "MAPAS", "NOTICIAS", "VUELOS", and "MÁS". The search results indicate approximately 4,450,000 results. The first result is titled "BankArte | BankArte" with the URL "https://bankarte.com.ar". The snippet describes BankArte as a virtual exhibition of emerging photographers from Buenos Aires. Other results include "Zona en Foco | BankArte", "Jorge D. Müller | BankArte", and "Sofía Gerk - Isidoro | BankArte".

Búsqueda en Yahoo

The screenshot shows a Yahoo search page for the term "Bankarte". The search bar at the top contains "Bankarte" and the Yahoo logo is on the right. Below the search bar, there are navigation tabs for "Todo", "Imágenes", "Videos", and "Noticias". The search results indicate approximately 2,850,000 results. The first result is titled "BankArte | BankArte" with the URL "bankarte.com.ar". The snippet describes BankArte as a virtual exhibition of emerging photographers from Buenos Aires. Other results include "Zona en Foco", "Estefanía Santana", "Brenda Barraza", "Lara Giménez", "Florencia Ortega", and "Omar Ignacio Ferreyra Erad...".

En simultáneo al desarrollo de la página web de BankArte se creó una cuenta de *Instagram* (@bankarte.com.ar) para favorecer la difusión de la muestra y una cuenta de correo electrónico (bankarte.com.ar@gmail.com) para establecer contacto.

Además, no sólo se adquirieron los dominios alternativos a bankarte.com.ar (bankarte.ar, bancarte.com.ar y bancarte.ar) también se procedió al registro de la marca BankArte. Los dominios fueron adquiridos a través de <https://nic.ar>, la web de NIC Argentina. A su vez todos los registros fueron realizados a través de <https://tramitesadistancia.com.ar> mediante el ingreso con clave fiscal.

V

Conclusiones

Este Trabajo Integrador Final de producción, en el que también ocupa un lugar importante la reflexión, concluye con la construcción de una página web acerca de este proyecto. El *link* es <https://bankarte.com.ar> y su desarrollo ha sido descrito en el capítulo anterior.

BankArte es el resultado de un proceso pedagógico realizado con la intención de contribuir a la difusión del arte, la cultura y la identidad de la provincia de Buenos Aires y está enmarcado en el bicentenario de la institución donde trabaja su autor: el Banco de la Provincia de Buenos Aires. Dicho proceso contempla la planificación de las acciones realizadas para conformar la muestra, la creación de una marca con su respectiva identidad visual y la construcción de un sitio web donde exhibir todo lo producido.

Por otra parte, este trabajo se vio atravesado por un problema fundamental, que le aportó singularidad: el contexto de pandemia.

Como sostuvo Marina Zurro durante la entrevista mantenida al inicio de este recorrido: “con este marco de pandemia tan complejo que nos está tocando atravesar va a ser difícil planificar demasiadas acciones. Cambia tanto el panorama día por día que es muy difícil poder hacerlo.” Por esa razón se decidió imprimirle el formato virtual a la muestra.

Respecto al primer objetivo específico planteado de esta investigación (relevar las experiencias culturales llevadas a cabo por el Banco y su Archivo y Museo Histórico, “Dr. Arturo Jauretche”), se entiende que el mismo se cumplió focalizando en las exposiciones realizadas y en la adquisición de obras de arte. Tanto desde la búsqueda, recopilación y análisis de fuentes oficiales como desde las entrevistas mantenidas con personal del Archivo y Museo Histórico, “Dr. Arturo Jauretche” y del banco, como con Daniel Sánchez, externo a la institución, pero un referente cultural innegable, se fundamentó porqué la institución bicentenario no sólo se ocupa de los aspectos económicos y monetarios, sino que tiene una marcada impronta social, arraigada en el anclaje identitario y cultural de la provincia de Buenos Aires. Se resalta que, si bien los concursos artísticos tuvieron que esperar hasta 1993, el interés del emisor del primer billete nacional por el arte data de la adquisición de obras pictóricas para la ornamentación de su nueva casa Central en 1874.

Las fachadas de los edificios de sus sucursales también están cargadas de arte y junto a la colección de arte del museo del banco dan cuenta del reservorio identitario que resguarda.

El segundo objetivo, esto es, promover a partir del aniversario N° 200 del banco la difusión de las producciones fotográficas de artistas emergentes de la Provincia de Buenos Aires, también se considera alcanzado teniendo en cuenta la concreción de una nueva plataforma que nuclea distintos artistas de diferentes localidades de la provincia. Además, debido a la correcta realización de SEO (que en español significa optimización para motores de búsqueda) se logró posicionar a BankArte en los primeros resultados de búsqueda en internet, revirtiendo la situación previa y maximizando el alcance de la muestra. Por otra parte, la adquisición de dominios .com.ar y .ar con las variantes de escritura BankArte y Bancarte asociadas a la misma web no sólo velan para que no sea confundida con otras sino que a su vez la potencian. Al tipear bancarte.com.ar o bankarte.ar también se accede (re direccionado) a <https://bankarte.com.ar>. Sin embargo, es evidente que la apropiación de esta propuesta por parte del banco potenciará aún más la difusión de esos artistas considerando la cantidad de clientes de la institución bicentenaria.

En cuanto al tercer objetivo específico (rastrear artistas fotográficos y galerías emergentes de la Provincia de Buenos Aires), el mismo fue cumplido recurriendo a internet y al contacto telefónico, por correo electrónico y redes sociales. Como primer resultado, se halló que no existía un registro provincial de galerías de arte, ni de artistas, ni de fotógrafos. Otro resultado de la indagación en este tercer objetivo específico fue advertir que mucha de la información disponible en internet sobre las galerías estaba desactualizada conteniendo números de teléfonos que no pertenecían a un abonado en servicio, correos electrónicos no vigentes y hasta URL caducas.

Por otra parte, como se indicó en el apartado **El camino recorrido**, dada la amplitud del universo construido, sobre la planilla de cálculo adjunta en **Anexo III** se aplicó la técnica de semáforo para contar con una rápida identificación visual del proceso de contacto establecido con cada galería. Dicha técnica consiste en colorear con rojo las galerías no participantes, con amarillo aquellas que están en proceso no concluido y con verdes las participantes, de forma tal que las galerías en una primera instancia carecieron de color,

luego migraron al amarillo y finalmente lo hicieron o bien hacia el verde o bien hacia el rojo. Considerando que el proceso se inició hacia finales de octubre de 2022 y que en los meses de enero y febrero muchas de ellas se encontraban cerradas, esta instancia duró aproximadamente cinco meses, extendiéndose hasta el mes de marzo.

Del contacto con las 127 galerías, ese universo se amplió casi infinitamente puesto que cada una de ellas solía compartir los datos mínimos de alguna otra galería que (entendieran) podría contar con artistas que cumplieran los requisitos convocantes. A su vez se estableció contacto con distintos Foto Club de la provincia y con revistas digitales especializadas en fotografía. Como se explicó en el apartado **Bases de participación y selección de obras** en el caso de las revistas de digitales, se realizó un mapeo de los artistas que habían logrado publicar en ellas al menos una producción, se los buscó por redes sociales sin conocimiento de la edad que tenían ni de su lugar de residencia y se los convocó individualmente. Siendo que en este caso el contacto quedaba registrado en los *chats* mantenidos, no se incorporaron a la planilla de cálculo antes referida por considerar una tarea innecesaria que sólo aportaba más carga laboral y temporal. En este caso se procedió a implementar recordatorios en el almanaque del celular para volver a contactar al artista que hiciera falta.

Para la concreción del cuarto objetivo específico (generar la creación de una marca de la acción propuesta, con su respectiva identidad visual, a partir del título del presente TIF) se recurrió a las distintas herramientas disponibles partiendo desde bocetos a mano alzada, recurriendo a la Inteligencia Artificial disponible en *Wordpress.com*, a aplicaciones para teléfonos móviles como *Canva* y el *software* de diseño de Adobe, *Illustrator*, concluyendo en el producto final tanto en formato PDF como PNG.

Por otra parte, como se detalló oportunamente en el apartado **La creación de una identidad visual** el problema presentado al momento de establecer una asociación entre BankArte y el banco respecto de la referencia en BankArte a la letra “B” y a la actividad rectora de la institución bicentenaria y a la letra “P” y por ende al territorio por parte del Banco de la Provincia de Buenos Aires, fue superado apostando a la escala cromática asumida por el banco en su nuevo isologotipo y recurriendo a la horizontalidad para invertir la posición vertical del pie en celeste del nuevo isologotipo del primer banco de Hispanoamérica.

Además, este objetivo se cumplió fusionando en una sola palabra (BankArte) los dos conceptos que la conforman (*Bank* y *Arte*) a los que se les asignó distinta tipografía para diferenciarlos entre sí reforzando la alusión a la actividad bancaria y al arte. Asimismo, se entiende que se logró la asociación visual entre el banco y BankArte a la vez que se logró diferenciar BankArte de los distintos antecedentes encontrados como el de la Asociación Bancaria de Costa Rica.

Se logró crear una marca con su respectiva identidad visual respetando la sencillez y claridad a la que se hizo mención en el apartado **Herramientas teórico-conceptuales** de forma tal que la marca sea “identificable y memorizable en segundos” como se indicó que sostienen De Marziani y Pierini. El mismo criterio se utilizó para la concreción de la página web.

En lo que respecta a los cuatro componentes de la Identidad Corporativa que sostiene Capriotti, esto es, la **identificación, diferenciación, referencia y la preferencia**, los dos primeros se concretaron satisfactoriamente, quedando los dos últimos supeditados a la apropiación o no de esta propuesta por parte del banco considerando el escaso tiempo de exposición que BankArte ha tenido desde su publicación en enero de 2023 a la fecha de presentación de este TIF. No obstante ello, en ese breve lapso, BankArte ha conseguido (por acción recíproca) visibilidad en medios (<https://suarezaldia.com.ar/nota/6582/isidoro-invita-a-conocer-la-web-bankarte-com-ar/>).

El quinto objetivo específico fue cumplido al concretar la página web: <https://bankarte.com.ar>

Como ya se dijo, la página web de BankArte también se confeccionó bajo las premisas de la sencillez y claridad, partiendo del principio de que todo lo que sobra distrae, opaca o hace interferencia. Su construcción requirió la capacitación y el dominio de distintas herramientas tecnológicas disponibles. En una primera instancia se evaluaron como posibles plataformas para su concreción *Wix.com*, *Wordpress.com* y *Wordpress.org*. Como se señaló oportunamente, se creó una cuenta de usuario en *Wordpress.com* donde se utilizó la Inteligencia Artificial para acceder a los primeros esbozos de la creación de la marca. Finalmente se optó por la descarga del *software* WordPress desde *Wordpress.org* ya que proporcionaba la utilización gratuita de los *plugins* utilizados para el desarrollo de

<https://bankarte.com.ar> (los ya mencionados *Elementor*, *Yoast Duplicate Post*, *WPFront Scroll Top*, *Yoast Seo* y el tema *Neve*).

La posibilidad de contar con un editor WYSIWYG (*What You Seels What You Get* o “lo que ves es lo que tienes”) que es un editor HTML que permite modificar una página web de forma simplificada, es decir, sin la recurrencia a la escritura por código, hizo posible la creación de bankarte.com.ar sin necesitar recurrir a desarrolladores web.

Además de contar con la totalidad de las obras que componen la muestra, [Bankarte.com.ar](https://bankarte.com.ar) contiene un *slider* por cada artista que a su vez enlaza a la página confeccionada a cada uno de ellos. Por otra parte [Bankarte.com.ar](https://bankarte.com.ar) plantea un doble recorrido: por artista o desde la muestra en sí.

Otro logro alcanzado (carente en muchas páginas web) es que <https://bankarte.com.ar> fue construida en modo *responsive*, es decir, que es legible tanto desde una computadora de escritorio como desde una *tablet* o un celular. Pero fundamentalmente se concretó la idea de realizar una web que no reprodujera los estándares convencionales. En efecto, como se dijo, en <https://bankarte.com.ar> se logró suplantar el típico menú por tres botones.

También se suprimieron las barras laterales.

Además se logró revertir los resultados al buscar “BankArte” posicionando la web de la marca y cada una de las páginas que la componen entre los primeros resultados en los tres motores de búsqueda ya indicados (Bing, Google y Yahoo).

En resumen, este TIF implicó cuatro áreas de trabajo. La primera fue la búsqueda de información sobre la organización elegida para realizar la intervención, su análisis y su síntesis. La segunda demandó la exploración de galerías de arte y artistas, su sistematización, las estrategias de contacto mantenidas y la cesión de los derechos de las imágenes participantes. La tercera se centró en la creación de una marca con su respectiva identidad visual, que a su vez fue inscrita debidamente y, por último, la cuarta se concretó en la realización de la página <https://bankarte.com.ar>, que contiene las instancias anteriormente descritas, y pone en diálogo saberes y competencias relacionados con la planificación y gestión comunicacional de un proyecto, en la era de la tecnología digital.

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Para finalizar, se espera que este trabajo contribuya a la formación de futuros comunicadores, como así también a la difusión del arte emergente, la identidad y la cultura de la provincia de Buenos Aires.

Una vez evaluada por la UNLP, esta propuesta será puesta a consideración del Banco de la Provincia de Buenos Aires con la aspiración de poder concretarla en alguna medida, de acuerdo con las posibilidades e intereses del momento de la institución.

VI

Bibliografía

- Alegre Galvez, Eduardo (2022) “Planificación y Gestión” en Clase del 16 de junio de 2022 de Administración y Gestión Financiera de Proyectos Comunicacionales, Facultad de PYCS, UNLP.
- Alegre Galvez, Eduardo (2021) “Presupuesto”. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.youtube.com/watch?v=tXIOJeM1--0&t=70s>
- Alegre Galvez, Eduardo, Curso sobre economía política. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.youtube.com/channel/UCpfdZVOAKqRa2F4c1JR8kvA/videos>
- Alegre Gálvez, Eduardo, *Gestionando solidaridad. Una exploración de la responsabilidad social empresarial*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2013.
- Alemán, Jorge: Ideologías. Nosotras en la época. La época en nosotros, Buenos Aires, Página 12 2021. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.youtube.com/watch?v=Sep5GSjmh88>
- Bruno, D. [et al.]. Planificación y comunicación: perspectivas, abordajes y herramientas. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/59580>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- Capriotti, P. (2013). “Branding Corporativo”. En Ontiveros, D. ... [et.al.] La comunicación de las marcas, Branding (pp. 40 – 56). Buenos Aires, Argentina: DIRCOM. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/0B0QeGC0BY5BgZ056SnRPLWV5SEU/view?resource_key=0-eYfxftLFOwf0lvpPxM_dUg
- Chávez, N. (2013). ““Dar el tono” en el diseño corporativo. Un desafío del diseño de marca e identidad corporativa”. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: https://drive.google.com/file/d/0B0QeGC0BY5BgZ056SnRPLWV5SEU/view?resource_key=0-eYfxftLFOwf0lvpPxM_dUg

- Costa J. (2003). "Identidad Corporativa". En Costa, J. Diseñar para los ojos (pp. 83 – 98). La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Desing. Recuperado el 27 de abril de 2023 de <https://stringer2016.files.wordpress.com/2017/10/disec3b1ar-para-los-ojos.pdf>
- De Achával, J. (2017) .La producción de sentido en la Unidad de Comunicación del Hospital Dr. Alejandro Posadas. [Tesis de grado] Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/seminariodetesiscat1/wp-content/uploads/sites/35/2020/05/TESIS-DE-ACHAVAL.pdf>
- De Marziani y Pierini, (2019) Lineamientos de estrategias político - comunicacionales para la ejecución de la subcomisión de género club de gimnasia y esgrima la plata. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/78616>
- Díaz Didier, R (2012). Soy Kona. La identidad de un pueblo originario en la voz de sus jóvenes [Tesis de grado]. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: https://perio.unlp.edu.ar/catedras/seminariodetesiscat1/wp-content/uploads/sites/35/2020/05/Soy_Kona_ROMINA-DIAZ-DIDIER.pdf
- Galmés Cerezo, M. A. (2010). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial. [Tesis doctoral]. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: https://www.researchgate.net/publication/277129825_La_organizacion_de_eventos_como_herramienta_de_comunicacion_de_marketing_Modelo_integrado_y_experiencia !
- García Barbot, L. (2012). Banco de la Provincia de Bs. As. : 190 años de tu lado. Buenos Aires, Argentina: Banco de la Provincia de Buenos Aires.
- González Frígoli, M., & Racioppe, B. (2015). Investigación y formación en comunicación en los nuevos territorios digitales. Oficios Terrestres, 1(33), 39–49. Recuperado 27 de abril de 2023 de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2634>
- <http://museobancoprovincia.com/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <http://museobancoprovincia.com/archivo/alberto-de-paula/>. Consultado el 27 de abril

de 2023.

- <http://museobancoprovincia.com/colecciones/arte/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <http://museobancoprovincia.com/museo/quienes-somos/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://cristinaterzaghi.wordpress.com/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://cursosdedesarrollo.com/2019/11/glosario-de-terminos-del-desarrollo-web/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://dle.rae.es/fotograf%C3%ADa>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- https://domains.google/intl/es_mx/learn/web-terms-101/. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://gmolsolutions.com/blog/efecto-hover-y-sus-beneficios/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://inoloop.com/blog/terminologia-para-paginas-web/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://masdearte.com>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://neilpatel.com/blog/html-tags-for-seo/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://suarezaldia.com.ar/nota/6582/isidoro-invita-a-conocer-la-web-bankarte-com-ar/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://unlp.edu.ar/ingreso/finalizo-la-inscripcion-la-unlp-recibira-el-ano-proximo-a-mas-de-33-mil-ingresantes-21009>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.abc.fi.cr>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.abebooks.com/Premio-Deutsche-Bank-Arte-joven-argentino/16032893170/bd>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.arte-online.net>. Consultado el 27 de abril de 2023.

- <https://www.bancoprovincia.com.ar/web>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/banco-provincia-celebra-su-bicentenario-con-un-festival-de-musica-en-el-estadio-unico-942>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/banco-provincia-lanzo-los-concursos-del-bicentenario-798>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/la-caravana-del-bicentenario-sigue-su-recorrido-por-la-provincia-890>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/muestra-itinerante-del-bicentenario-910>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.bancoprovincia.com.ar/Noticias/Bicentenario/nuevo-mural-en-ituzaingo-943>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.dosmedia.com/que-es-scroll/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/seo-search-engine-optimization#:~:text=SEO%2C%20acr%C3%B3nimo%20de%20Search%20Engine,motores%20de%20b%C3%BAqueda%20como%2C%20por>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.facebook.com/bancoprovincia/photos/a.596919780377261/4926598074076055> Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.facebook.com/LanusMunicipio/posts/2836604876607078/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- https://www.facebook.com/profile.php?id=100064540402258&paipv=0&eav=AfYLSHqgA7_tH7zKNsd1gP7OSYbabXq_vjQSi5nGtX6hBBvjtXk6cGJTzWBE0x9lwww. Consultado el 27 de abril de 2023.
- https://www.hostinger.com.ar/tutoriales/que-es-plugin-wordpress?ppc_campaign=google_search_generic_hosting_all&bidkw=defaultkeywor

[d&lo=20009&gclid=CjwKCAjwk_WVBhBZEiwAUHQcmWTyAT6ciwCbAO7X9bWD-tLfzghdA2Xpo0qcBiLxm5Jj--lxyUdXxRoCVnYQAvD_BwE](https://www.google.com/search?q=BankArte+muestra+virtual+de+artistas+fotograficos+emergentes+de+la+provincia+de+Buenos+Aires&rlz=C3131C1Z1C100009&gclid=CjwKCAjwk_WVBhBZEiwAUHQcmWTyAT6ciwCbAO7X9bWD-tLfzghdA2Xpo0qcBiLxm5Jj--lxyUdXxRoCVnYQAvD_BwE). Consultado el 27 de abril de 2023.

- <https://www.hostinger.com.ar/tutoriales/wordpress-com-vs-wordpress-org>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.ibm.com/ar-es/cloud/learn/what-is-artificial-intelligence>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.ibm.com/ar-es/topics/open-source>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.ulatina.ac.cr/articulos/que-son-las-tic-y-para-que-sirven>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.webmentor.cr/educacion/terminologia-web/>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- https://www.youtube.com/watch?v=e8NpvJzPK_U. Consultado el 27 de abril de 2023.
- <https://www.youtube.com/watch?v=VbvP0sPcKt4>. Consultado el 27 de abril de 2023.
- Martínez, C. (2018). Plan de comunicación estratégica para Ullrica, pyme de la industria textil. [Tesis de grado]. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/144909>
- Prieto Castillo, Daniel (1999). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: Ed. La Crujía.
- Sadin, Éric, *La humanidad aumentada*. Buenos Aires, Editorial Caja Negra, 2018.
- Serbia, J.M. y Cozzi, C. (2013). Manual básico de metodología de la investigación social. Buenos Aires, Argentina: Gráfica LAF.
- Uranga, W. ...[et al.]. (2020). Planificación y gestión de procesos comunicacionales. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://perio.unlp.edu.ar/la-facultad/ediciones-de-periodismo-y->

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

[comunicacion/planificacion-y-gestion-de-procesos-comunicacionales/](#)

VII

Anexos

I – Las entrevistas

Entrevista en profundidad a Marina Zurro, ex Subdirectora del Archivo y Museo Histórico “Arturo Jauretche”.

- Entrevistada: “Bueno no sé porque veo ahora dos mails tuyos pero bueno... yo quiero responderte de todo lo que yo sé por haber estado acá tantos años. Vos me hablabas también de los concursos artísticos. Bueno, los concursos de arte comenzaron en la década del noventa. Uno de los concursos se llama Gran Premio Banco Provincia y son destinados a artistas de cualquier edad, mayores de edad de todo el país y después están los premios estímulos que son para menores de 35 años, de 18 a 35 años. Los ha hecho el banco en distintas disciplinas desde grabado, dibujo, pintura, etc. En algunas oportunidades se han hecho conjuntamente con otras instituciones o, por ejemplo, en alguna oportunidad también hemos participado en alguna bienal o en la exposición ArteBA. Siempre los premios han sido adquisición, quiere decir que las obras premiadas pasan a integrar la colección de arte del Banco Provincia. En algunos casos muy puntuales, como por ejemplo, el último premio que se hizo que fue en año 2018, una de las obras fue donada por el Banco al Museo Pettoruti de La Plata. O sea, el gran premio quedó acá, se hizo un premio provincia y esa obra fue la que se donó y después se hizo el premio estímulo.

- Tesista: Justo con ellos estuve hablando también.

- ¿Con el Pettoruti?

- Sí

- Ah... genial. Estaba yo ya como subdirectora desde el 2010 así que tengo algunas cosas ya digitales como para pasarte más rápido. Entre hoy y la semana que viene te lo mando ¿Sí?

- Está perfecto. Yo lo que te voy a pedir que es lo que no alcancé a tipear todo es que me respondas, en los primeros (puntos remitidos en mail original adjunto), así puntual como lo

puse, viste: No existen muestras itinerantes sobre la historia del Banco hecha por artistas. No existe, esto, lo otro... lo qué si existe es muestra itinerante de numismática, de historia del banco

- Claro... lo que se hicieron alguna vez (lo que pasa es que hace muchísimo tiempo que no se hacen, pero...) y después, porque esto también, a ver, las de estas áreas que yo te digo como... no sé la de Coordinación Cultural, en otra época se llamo Centro Jauretche, hicieron otras muestras itinerantes, por ejemplo Jauretche por Jauretche, o una muestra itinerante sobre Scalabrini Ortiz y otras sobre las mujeres de la patria y otros ejemplos. Pero eso, por ahí lo escuchaste alguna vez, se hicieron, estuvieron recorriendo la provincia, eran banners en su mayoría, o sea, que se enrollaban y se mandaban o eran unos paneles portables pero no tengo la información como para pasártela.

- Bien. Bueno. No hay problema.

- Por eso como para que tengas una referencia de que no sólo el museo ha hecho muestras itinerantes, también otras dependencias del Banco que quizás supervisaban al Museo

- Claro... Bien. Bueno eso importantísimo porque me das un pantallazo enorme. Lo mismo que lo de los concursos artísticos, que empezaron en los noventa.

- Sí, sí. Por eso yo dije: "la verdad que antes de escribir, te llamo por teléfono y converso un poco" para contarte un poco el panorama, porque si vos necesitás hacer el estado del arte... yo soy docente de la universidad; sé de lo que estamos hablando.

- Ah... mirá... ¿En qué facultad?

- Mirá... ahora estoy en la Universidad de Palermo desde hace 16 años pero he dado en distintas universidades; hace veintitrés años que soy docente en la universidad y encima he dado materias como introducción a la investigación y demás, entonces... a parte yo tengo postgrado y demás, o sea que sé de lo que estás hablando, sé de la complejidad de armar un marco teórico y un estado del arte de una investigación; entonces, bueno, un poco era contarte eso y con respecto a lo que vos planteas de los 200 años del banco y demás, sé que hay una comisión del bicentenario que está el director del Museo pero no tengo mucha más información sobre qué están haciendo. Sé que hay una comisión del bicentenario, que están con algunas propuestas y las están trabajando. Lo que pasa es que con este marco de pandemia tan complejo que nos está tocando atravesar va a ser difícil planificar demasiadas acciones, viste. Cambia tanto el panorama día por día que es muy difícil poder hacerlo. Yo no estoy dentro de la comisión así que tampoco tengo

injerencia.

- Todo eso a mí me sirve para fundamentar lo que estoy proponiendo.

- Fantástico. Bueno Martín, entonces, a ver... hagamos un repaso: yo ahora te contesto el mail y te voy preparando lo otro y te lo voy contestando en diversos mails ¿te parece bien?

- Perfecto

- Y bueno... quedamos en contacto. Ahora vas a recibir... yo soy Marina Zurro. Vas a recibir mi correo y por supuesto que lo voy a copiar al arquitecto Julio Pulzoni que es el Director pero seguimos por ese canal. Nosotros estamos en dos burbujas aquí en el Museo pero no hacemos burbujas cada quince días quizás como en otras sucursales o demás, sino que nosotros venimos dos veces o tres veces por semana cada burbuja. Así que venimos todas las semanas nosotros. Yo, en lo particular, estoy los miércoles y viernes, un lunes sí y un lunes no; cómo para que tengas esa referencia.

- Bueno.

- Por eso te digo. No es que yo hablo hoy con vos y vuelvo al Museo dentro de quince días. Y el Museo en este momento está cerrado. No sólo está cerrado... Bueno la sala de investigadores desde marzo de 2020 pero la exposición permanente y la exposición temporal la tuvimos que cerrar ahora por estos quince días en función del DNU que salió. Veremos qué pasa después pero nosotros seguimos viniendo a trabajar.

- A mí me podés llamar en cualquier momento porque yo estoy haciendo teletrabajo.

- Ah... bueno.

- O sea, entro todos los días a trabajar pero desde casa, así que me podés llamar cuando quieras.

- Sí, sí. Nosotros los días que no venimos acá, hacemos también desde casa. Y yo por eso dije, como no sabía si estabas trabajando o no, dije "uy!" Por el horario te llamaba pero la primera pregunta fue "¿podés hablar? ¿Estás ocupado?" porque si no te llamaba después de las tres (15hs). Uno trata de ser cuidadoso con eso. Pero bueno, genial Martín, entonces quedamos así: yo ahora te contesto eso y te preparo eso como para ir pasándotelo.

- Nos mantenemos en contacto.

- Dale. Un beso y un gusto.

- Lo mismo digo. Chau

- Chau

Entrevista en profundidad a Paula Recalde, empleada del Banco de la Provincia de Buenos Aires que trabajó en las dependencias Acción Cultural / Políticas Culturales / Centro de Estudios Dr. Arturo Jauretche.

- Tesista: ¿En qué área relacionada a la Gestión Cultural trabajaste?
- Entrevistada: El área donde me desempeñe se llamó Acción Cultural y se creó en el año 2004. Luego se denominó Políticas Culturales y más tarde Centro de Estudios Dr. Arturo Jauretche, dependiendo de las diferentes gestiones directivas del Banco.
- ¿En qué periodo?
- Me desempeñe desde el año 2004 hasta el año 2015 con un intervalo entre el año 2006 hasta principios del 2009 que trabaje en otra área.
- ¿Cómo fue esa experiencia gestionando cultura desde el banco?
- La experiencia en un principio fue todo un desafío ya que no existía un área por fuera del Museo que impulse acciones culturales con una mirada hacia el interior de la provincia de Buenos Aires. De a poco y luego de mucho esfuerzo y dedicación se logró afianzar el espacio aunque como mencionaba anteriormente, con algunos cambios no solo de su denominación sino también de las acciones que se llevaban a cabo. Estas acciones iban desde muestras itinerantes de la pinacoteca del Banco, hasta la impresión de la Revista Forjando con notas de políticos intelectuales contemporáneos analizando la coyuntura socio política del momento.
- Actualmente ¿Estás produciendo culturalmente? ¿Qué estás haciendo?
- Desde hace aproximadamente 10 años y junto a mi compañero de vida, Tomás, llevamos adelante un proyecto editorial llamado Comic.ar Ediciones donde publicamos novelas gráficas donde la línea editorial que nos identifica consiste en que al menos uno de los autores (guionista o dibujante) debe cumplir la condición de ser argentino. Uno de los objetivos primordiales de nuestra editorial es generar un espacio de difusión de nuestros artistas nacionales.
- ¿Cuál es, desde tu formación, desde tu perspectiva, la importancia social que tiene un museo en términos generales y en términos particulares el del banco y cómo se ha visto trastocada esa función social con la pandemia?
- La importancia del Museo Dr. Arturo Jauretche del Banco Provincia radica en la función de preservación del patrimonio del banco tanto en lo que tiene que ver con su historia

financiera - ya que es el banco más antiguo de nuestro país- como de preservación de sus obras culturales y la guarda de archivos históricos dentro de su biblioteca. Y no puedo dejar de mencionar la sala de conferencias por donde han transitado numerosos historiadores, sociólogos y figuras reconocidas de nuestra cultura. El banco tiene, además, función social. Tanto el banco como el museo cumplen per se una función social que tiene que ver con la llegada a las y los bonaerense a través de sus acciones concretas con una mirada, como lo mencioné anteriormente, hacia los y las bonaerense en su conjunto. Con respecto a las acciones del Museo, durante la pandemia no me encuentro capacitada para dar un juicio de valor al respecto, ya que desconozco las actividades que se realizaron durante ese periodo, por no estar trabajando allí.

- Cuando hablamos de la colección de arte del museo del banco estamos hablando una colección amplia, diversas e importante tanto cualitativa como cuantitativamente ¿No?

- El banco cuenta con una pinacoteca heterogénea, conformada por adquisiciones de artistas clásicos, premios, obras históricas y donaciones. Podemos encontrar grandes maestros de la plástica nacional y rioplatense. Algunos nombres de artistas que la componen, Héctor Basaldúa, Antonio Berni, Juan Battle Planas y Juan Carlos Castagnino entre otros.

- ¿Algo más que me puedas comentar de la obras que tiene el banco de la importancia del museo?

- Por último comparto una anécdota de mi experiencia durante la gestión dentro del espacio de Acción Cultural allá por el año 2005. Por decisión del que fuera el coordinador del área, Mariano Asurabarrena, las grandes obras que estaban colgadas en los lujosos despachos de los directivos del banco, fueron descolgadas y puestas a andar por nuestra provincia. En una oportunidad, en un pueblito llamado Piedritas, límite con La Pampa, una señora con lágrimas en sus ojos no dejaba de agradecernos el haberle dado la posibilidad de estar frente a la obra "Figura de Mujer" de Lino Enea Spilimbergo."...pensé que me iba a morir sin alguna vez ver esta maravilla en persona. Me cumplieron un sueño..." Esta experiencia habla a las claras de la función social del Banco, sobran las palabras.

Entrevista en profundidad con Daniel Sánchez, profesor de Historia del Arte en la facultad de Artes de la U.N.L.P y curador del Museo provincial Emilio Pettoruti.

- Entrevistado: Buen día. Un gusto conocerte.
- Tesista: Gracias. Igualmente. Por eso te decía de hacerlo por meet; para conocernos.
- Sí, sí; está perfecto eso, es una buena decisión. Yo uso más el zoom que el meet por el tema de la facultad pero es más o menos lo mismo.
- Daniel, estoy haciendo mi Trabajo Integrador Final qué consiste en una muestra fotográfica y está enmarcada en el bicentenario del banco que es la institución donde trabajo. Por eso quería tener una entrevista con algún crítico de arte.
- Profe de historia del arte, no crítico.
- Bien. También sos curador.
- Sí, sí. Yo creo que es mejor más que hablar del concepto de crítica que vos lo encares por el lado del patrimonio cultural. O sea, más que el curador mediático que arma muestras como un crítico, esta idea de valorar el patrimonio cultural como reservorio de cultura y de inversión de la colección del banco provincia y encararlo por ese lado ¿No?
- Vi que sos Licenciado, Profesor, Magister, sé que trabajas en el Pettoruti pero me gustaría que te presentes con las palabras correctas.
- Yo soy... básicamente me siento profe de historia del arte en la facultad de Artes de la U.N.L.P y trabajo como curador de arte en el museo Emilio Pettoruti. Trabajé con el patrimonio del museo, con la colección (por eso el concepto de curador) y en ese marco hice posgrado vinculado al patrimonio cultural. El título de Magister no lo tengo; o sea, hice una maestría en Gestión y Políticas Culturales pero no lo obtuve. Así que mi título máximo es Licenciado. Tengo esas especializaciones hechas pero no titulé con eso. No presenté la tesis final. Y la colección del museo del banco provincia la conozco. No la investigué, pero porque hemos hecho muestras con esa colección en el marco del museo, en su momento... inclusive en algún momento hubo una muestra vinculada al

bicentenario que usamos obras de la colección del Banco Provincia.

- ¿Cuál es, desde tu formación, desde tu perspectiva, la importancia social que tiene un museo y cómo se ha visto trastocada esa función social con la pandemia?

- Creo que tiene su lado positivo y negativo. El lado positivo es el hecho de que se terminó de valorar, qué yo fui pionero en eso y lo digo sin ningún tapujo, cuando quisimos hacer el museo virtual en los 90 acá en Pettorutti. Y el hecho de que mucha gente entendía que a la obra de arte había que verla en persona porque es una experiencia, un vínculo, diferente. Pero hay otro tipo de experiencia que es muy válida, nada más que es diferente, en el marco de las redes; más ahora con el avance de la tecnología. Creo que la pandemia lo que favoreció es que esas colecciones pueden darse a conocer a través de medios, como portales, etcétera, que favorecen la difusión y el conocimiento de esa colección. Ese es el lado positivo. El lado negativo está en el hecho de que uno no pueda acceder en vivo y en directo. Pero de alguna manera, durante mucho tiempo, lo que es bellas artes tradicionales (pintura, escultura, etcétera) tuvo como dos tipos de público. Un público que accede, que está en el centro (en el sentido... Dónde se alojan las colecciones y los museos) y un público que quedaba marginal, qué gracias a toda la llegada de los multimedia en general y las redes pudo acceder a ese patrimonio, sentirlo como propio y aprovecharlo.

- Claro, antes quedaba todo supeditado a que se mueva el museo en forma itinerante ¿no?

- Exactamente. Ese fue el inicio y creo que también en eso fuimos pioneros en la provincia, en la época de Cafiero, así que te estoy hablando de cosas lejanas, capaz vos no habías nacido, 87-88, con estas muestras itinerantes para justamente llevar el museo a la provincia y que de alguna manera, dentro de ese marco, surgió la idea del museo virtual; qué es una valoración patrimonial porque forma parte de investigar la colección y generar un archivo, que es una reserva de valor y por otro lado otro canal de difusión de la colección.

- Vos me decías hoy que trabajaste en conjunto con el banco en alguna ocasión. Estuve viendo la página del museo y hay una cantidad significativa de artistas importantes.

- Sí, la colección del banco provincia es... Yo no sé hacer ranking pero.... En el marco de la provincia está entre las primeras cinco en reservas de valor en cuanto a tasaciones, etcétera. Además, cuando se hace ese premio Banco Provincia, que en algún momento también en el museo lo tuvimos, qué es una excelente estrategia del banco de, dentro de la reserva de valor del banco, las obras de arte además del patrimonio cultural tiene una reserva de valor económica. Así que sí, creo que, en sí, es una colección muy importante la del banco provincia.

- No sé si la palabra es estilo, pero ¿qué artistas, qué estilos podemos encontrar?

- Sí, más que estilos tiene un perfil de arte argentino y en ese caso arte argentino moderno y contemporáneo. Desde el punto de vista, si lo querés llamar así, se encaja en lo moderno porque no hay instalaciones, performans y eso, sino que es una reserva de valor en obras de arte más tradicionales (escultura, pintura, dibujo). Es arte argentino, dentro del arte argentino, a lo largo del tiempo, moderno y contemporáneo pero desde el punto de vista de lo que es el sentido funcional, es más moderno porque son obras de artes de disciplinas más tradicionales.

- ¿No te llama la atención que sea un banco justamente el que este entre los mejores cinco?

- No, para nada, porque todos los bancos... primero como un tema de mercado. Es una reserva de valor (vos conocerás mucho más que yo eso, de Inversiones). Son las obras de arte, los bienes culturales muebles. Entonces, todo banco tiene una colección, una reserva de valor en obras de arte. Después la otra tampoco porque (esto lo conocés más vos que yo) el Banco Provincia no es un banco común sino que tiene una idea de servicio... yo gracias al banco provincia, por ejemplo, tengo mi casa, etcétera, y dentro de esa idea de servicio está el reservorio como patrimonio cultural de la provincia de Buenos Aires. Así que en ese sentido no es sorprendente. Muchos bancos, banco nación, bancos privados tienen sección o reservas de valor. Los que tienen función social y mucho más ¿no? El Credicoop, Banco Nación.

- Vi, también, que no solo se focaliza en pintura sino que también hay grabado...

- Por eso digo las bellas artes tradicionales: pintura, escultura, dibujo y grabado en todas

sus variantes que, básicamente, las reservas de valor en bienes culturales muebles generalmente anclan en eso: una instalación; son reservas de valor material. Vos hacés una performans, etcétera, y no podés hacer una reserva de valor material porque eso sucede y a lo sumo lo filmas pero no es la obra. Y murales que (vos sabrás bien del tema), el mural tiene una función básica, es un patrimonio cultural que tiene una función mucho más social que como reserva de valor económico de mercado.

- ¿Cuál es la política cultural que has llevado vos adelante con el con el banco puntualmente?

- La idea fue en su momento, en la época que dirigía el museo María Celia Grassi, se hacían los salones Banco Provincia. Se traían al museo, se exponían en el salón, se exponían en Buenos Aires pero para hacerlo en la capital de la provincia se exponía en el museo (Pettoruti). Eso se hizo muchos años y nosotros colaborábamos con la logística. Como teníamos un equipo, ya sea para jurado (no jurado nosotros, para invitar al jurado), para el montaje, etcétera, colaboramos. Después se hicieron muestras, no itinerantes, sino en el marco del bicentenario. Se hicieron muestras con todos los reservorios de la provincia, del museo, el museo de Luján, etcétera, y colaboró también el museo del banco provincia. Y en algún momento (no sé si fue el arquitecto Petrina o la esposa - que eran directores del museo del banco provincia.) hicimos una muestra en conjunto que me permitió conocer la colección. Y ahora cuando vos me mandaste la página, repase y hay obras nuevas obviamente. ¿Vos vas a hacer, tú tesis es una muestra fotográfica?

- Fotográfica realizada por artistas emergentes de la provincia de Buenos Aires dónde retraten actores, paisajes y realidades de la provincia de Buenos Aires.

- Ah... Hermoso tema. Es un relevamiento casi de identidad ¿no? Muy bueno.

- Sí.

- Muy, muy bueno.

- Así que me estuve comunicando con 128 galerías de arte de la provincia. Fue un trabajo arduo. También estuve buscando en páginas de revistas específicas como por ejemplo Fotoargenta, los Foto Club, fichando artistas que hayan publicado y los convocaba

puntualmente a cada artista.

- ¿Ardua no? Pero es muy valiosa. Yo siempre, mi fantasía, por razones que a veces no tienen que ver con decisiones sino circunstancias, viajé mucho por la provincia en carácter de jurado. Como profe de historia de arte, jurado de acá, jurado de allá y me conecté, estuve en el marco de la de los torneos juveniles; entonces camine la provincia en el buen sentido del término y realmente se debe la provincia ya sea el museo provincial tiene un reservorio pero todavía tiene una mirada muy centralizadora muy platense, diría. Esta idea de... y por ahí la fantasía está.... Se hizo hacia el 2008 una muestra 13 24, que eran 13 ciudades, 24 artistas vinculados a distintos lados de la provincia. Una muestra así, ya sea de bellas artes o la que vos vas a hacer de fotografía, darle más imagen visual a la provincia me parece fascinante. Es una muy buena idea.

- Bueno gracias.

- No. No. Pero es cierto. Te lo digo con toda sinceridad porque la provincia necesita ese marco diverso que tiene rico que a veces no se potencia ¿No? Está muy fragmentada.

- La idea es justamente eso, potenciar, amplificar, las producciones artísticas puntualizadas en la foto y en lo emergente... ¿Cuánto hace que estás en el Pettorutti?

- Desde el año... sin interrupciones, desde el año 92. Llegué al Pettorutti en el año 88, con una comisión y después me volvieron a donde laboraba (en escribanía de gobierno). Pero desde el 92 que estoy en el Pettorutti.

- ¿Desde ese entonces tenías título de historiador de obras de arte?

- Sí, sí Me recibí en el 84. Y en el marco de mi crecimiento en el museo fue que hice todo los posgrados que no terminé su titulación pero que fueran una maestría de gestión y capacitación en el marco del patrimonio cultural.

- Algo más que me puedas comentar de la obras que tiene el banco de la importancia del museo.

- Yo creo que tiene los grandes artistas Berni, etcétera, vos habrás visto, Lacamera, tiene ese perfil de arte argentino del siglo 20 digamos una exquisita selección de *top's*, llamémosle, la Minujín que también está, o sea, ese perfil. Y después a partir de las

políticas, ya más encaradas al territorio provincial es el salón banco provincia que va incorporando el patrimonio. Te tiro un dato: bellas artes, ahora facultad de artes, va a abrir la carrera de fotografía en poco tiempo. Estate atento. Este sería un buen disparador para, en el marco de la apertura de fotografía, hacer algo mancomunado. Ya te digo, el proyecto realmente es muy valioso. Creo que tiene un poder de futuro importantísimo.

Por eso lo del concepto de crítico. Más que del lado de si es bella o no es bella, el tema es el patrimonio cultural mueble, la identidad que materializa esa cultura visual de la imagen en la fotografía. Eso es muy, muy valioso. Creo que es muy importante.

- Bueno, Daniel, entiendo que no...

- Yo a disposición, Martín.

- Bueno, dale. Muchísimas gracias.

II – Breve memoria del Banco de la Provincia de Buenos Aires

Considerando, por ejemplo, que la situación de Argentina durante la primera mitad del siglo XIX fue sumamente fluctuante, se torna necesario reconocer y diferenciar los aspectos históricos/coyunturales de aquellos que hacen a la identidad del banco. Si bien su historia no es ajena a las coyunturas de cada época, su identidad está arraigada en haber velado siempre por su función social e integradora, abriendo sucursales donde otro banco no abriría, promoviendo el desarrollo económico local y el progreso de las familias.

Algunos pocos ejemplos sirven para graficar lo sostenido en el párrafo anterior: que tuviera que esperar hasta 1863 para alcanzar su denominación definitiva, que surgiera como Sociedad Anónima para conformar posteriormente una sociedad mixta y finalmente convertirse en Banco Público o la apertura y posterior cierre de sucursales y filiales en el exterior. También pueden considerarse los intentos de injerencia del Estado Nacional sobre el banco ya sea en 1955 tras la irrupción de la dictadura cívico militar autodenominada Revolución Libertadora o posteriormente en 1973. Sin embargo, en cada caso, el compromiso con su territorio estuvo presente.

Además de su compromiso social histórico otro de los rasgos identitarios del banco es su condición de pionero: es, como se dijo anteriormente, el primer banco de Argentina e Hispanoamérica, el emisor del primer billete nacional y de la de primera moneda provincial. Es a su vez, la primera Sociedad Anónima del país. La primera institución bancaria en incorporar, en 1919, la primera trabajadora a su plantel y en 1960 el primer trabajador con discapacidad.

Pionero en incluir a más de un centenar de veteranos de la guerra de Malvinas (1982) a su personal a tan sólo dos años de esa guerra. Pionero en ser la primera entidad laboral argentina que reconoce a sus trabajadores desaparecidos (Recuperado el 27 de abril de 2023 de: <https://www.youtube.com/watch?v=VbvP0sPcKt4>), y en incorporar a su plantel a los hijos y familiares de víctimas de los crímenes de Lesa Humanidad perpetrados por la última dictadura cívico-militar.

Por las razones enunciadas anteriormente no resulta casual que, desde 2020, sea también precursor por tener la primera (y la única) Comisión de Mujeres, políticas de Género y Diversidad Sexual en Argentina y en el sector Financiero. (Recuperado el 27 de

abril de 2023 de: https://www.youtube.com/watch?v=e8NpvJzPK_U).

En términos estrictamente comunicacionales en 1961 crea la primera unidad de Prensa y Propaganda.

Hablar del Banco de la Provincia de Buenos Aires es hablar del primer banco de Argentina y de Hispanoamérica, razón por la que no es de extrañar que decidiera fundar un museo, ya que hablar de la historia del dinero en estas latitudes implica, necesariamente, hablar del banco. Tampoco asombra que traspasara las fronteras netamente económicas e incluyera al arte teniendo en cuenta que el diseño del primer billete estuvo a cargo de un artista, el francés José Rousseau. Además, como dijera Daniel Sánchez en la entrevista mantenida para este TIF, el museo es tanto un reservorio del patrimonio cultural como un reservorio de inversión (en alusión a la colección del banco provincia).

El período inicial

Ante la necesidad de centralizar la emisión monetaria, el gobernador bonaerense, brigadier general Martín Rodríguez, convoca el 15 de enero de 1822 en la sede del Consulado de Buenos Aires (actual calle San Martín 137), a una reunión para discutir el proyecto de fundar un banco que no tardará en concretarse.

El banco nace el 6 de septiembre en 1822 como **Banco de Buenos Ayres** y ese mismo día emite el primer billete nacional.

Debido a los enfrentamientos civiles entre unitarios y federales tras el intento de Bernardino Rivadavia de establecer un gobierno centralizado en Buenos Aires y a la guerra con el Brasil por la disputa de la Banda Oriental del Uruguay, el 10 de febrero de 1826, el banco cierra sus puertas abriéndolas al día siguiente como **Banco de las Provincias Unidas del Río de la Plata**, es decir, como banco nacional. La ceca o Casa de Amonedación se anexa al banco que muda su sede operativa a su actual Casa Central. En Abril de ese mismo año, crea la Academia de Contabilidad (la primera escuela de capacitación ética y operativa) y en 1827 emite la primera moneda provincial.

El 30 de mayo de 1836, al cumplirse el término de diez años que se había otorgado a la empresa mixta, el banco se disuelve mediante decreto del Gobernador de Buenos Aires

Juan Manuel de Rosas, conformándose como **Junta de Administración del Papel Moneda y de la Casa de Moneda Metálica**.

Dos años después de la separación de Buenos Aires del resto de las provincias confederadas (1852), Dalmacio Vélez Sarsfield redacta la carta orgánica del **Banco y Casa de Moneda del Estado de Buenos Aires**. Tras la independencia de la provincia el rol del banco fue aún mayor, apoyando la construcción de ferrocarriles, puertos, la usina de gas, nuevas escuelas y hasta la construcción del Teatro Colón. En 1856 el impulsa el primer crédito hipotecario del país.

Recién 1863, bajo la presidencia de Bartolomé Mitre, adquiere su denominación definitiva: **Banco de la Provincia de Buenos Aires**. En diciembre de ese año inaugura en San Nicolás de los Arroyos su primera sucursal, siendo en la actualidad el único banco presente en 121 localidades bonaerenses con 420 sucursales.

Hacia el centenario

En 1872, se crea el Banco Hipotecario de la Provincia de Buenos Aires, dependiente del Banco Provincia, desde donde se impulsa fuertemente el desarrollo de la actividad ganadera. Sin embargo, en 1890 deja de funcionar como tal, motivo por el cual, en 1910, el banco abre su sección de Crédito Hipotecario.

Retomando la cronología, en 1876 el banco coloca préstamos más convenientes que el resto de los bancos para beneficiar a sus clientes y fomentar el consumo. Su presencia, la llegada del telégrafo y el ferrocarril aceleran el avance de las fronteras y el surgimiento de nuevos pueblos.

El 19 de noviembre de 1882 se funda La Plata como nueva capital de la provincia de Buenos Aires, inaugurándose al día siguiente la primera sucursal del banco aquí. Un año más tarde se inician las obras de la actual Casa Matriz La Plata, inaugurada el 19 de abril de 1886. Sin embargo, la crisis financiera de 1890, obligó al banco cerrar casi todas sus sucursales para poder hacer frente a una moratoria.

El 5 de diciembre de 1905, dado el contexto y para hacer frente a la crisis, se firma un acuerdo entre el Banco de Comercio Hispano Argentino y la provincia de Buenos Aires conformando una empresa mixta. No obstante, el banco mantenía sus privilegios

originales (que por el término de 20 años no podía establecerse ningún otro banco, exento del pago de impuestos por sus inmuebles y operaciones, beneficiario de los depósitos de rentas fiscales y depósitos judiciales y de administraciones públicas) y dejaba abierta la posibilidad para que el Estado provincial se hiciera cargo nuevamente de la entidad en tiempos futuros.

Por otra parte, para mitigar los efectos de la primera guerra mundial en los productores agropecuarios, entre 1914 y 1919, el banco aporta el crédito.

En 1936, el banco impulsa el desarrollo agro ganadero local invirtiendo en tierras que colocará entre productores rurales a un valor similar al que estos pagaban por su renta, permitiéndoles convertirse en propietarios de las extensiones que trabajaban. Paralelamente, lanza los créditos hipotecarios promoviendo el desarrollo urbano y cinco años más tarde emite el primer crédito diseñado especialmente para el sector agropecuario, signando el devenir de la segunda posguerra, momento en que orientará el crédito para el engorde vacuno y el desarrollo combinado de agro ganadería.

La llegada de Perón, Jauretche y el Banco Público

El 25 de octubre de 1946 se firma la disolución del banco como sociedad mixta consolidándose como Banco de Estado, designándose como presidente Arturo Jauretche. Durante su presidencia (1946-1950), bajo el lema “producir, producir y producir...” y en sintonía con las políticas nacionales, el banco promueve el desarrollo de los sectores agropecuarios e industrial nacional, así como el financiamiento de planes provinciales de viviendas y la creación de 21 nuevas sucursales. A las líneas de créditos de adelanto de haberes a los empleados públicos, se sumaron préstamos a fábricas o casas importadoras de maquinaria agrícola, a la industria tambera a pequeña escala; para adquisición de semillas y recolección de cosecha. Todos a largos plazos, bajo interés y exentos de sellado.

A partir de 1952, el banco impulsa el desarrollo de las áreas de servicios, transportes, viviendas populares, las cooperativas rurales, las empresas navieras y las industrias alimenticias, las textiles y la metalmecánica. Además los créditos hipotecarios urbanos ofrecían plazos de financiación de hasta 30 años.

El banco en el período dictatorial

Con la irrupción de la dictadura cívico militar del 1955 autodenominada Revolución Libertadora, se vuelve a privilegiar la producción rural y se modifica la carta orgánica del Banco Provincia. Durante aquellos años, el banco financia obras de pavimentación en el conurbano bonaerense y el transporte en la provincia mientras mantiene vigente sus líneas de crédito a la industria. Años más tarde, en 1962, crea planes de vivienda y se aboca a la construcción de conjuntos habitacionales en el territorio bonaerense.

En un contexto signado por el aumento de productos importados, desempleo ascendente y con las economías locales dañadas producto de la implementación de las políticas neoliberales impulsadas por la dictadura cívico militar de 1976, en 1977 se impone una nueva ley de entidades financieras que puso en jaque a la mayoría de los bancos provinciales. No obstante, el banco abre filiales en Estados Unidos, Panamá, Venezuela, Brasil, Chile y Uruguay e incorpora el servicio de tarjetas de crédito Visa.

El retorno a la democracia

Recuperada la democracia en 1983, el banco reorienta la gestión hacia el agro, las PyME's y el comercio exterior, reactiva los créditos de viviendas e hipotecario y comienza a apuntalar su desarrollo tecnológico, relegando los préstamos a otros países y grandes empresas públicas y privadas y cerrando las agencias en el exterior. Sin embargo, como consecuencia de la crisis del Plan Austral y la llegada del Plan Primavera (1988), la implementación del desarrollo tecnológico queda imposibilitada. No obstante el contexto, en 1989 desarrolla su propia red de cajeros automáticos.

Si bien logra refinanciar las deudas con los acreedores externos, a las dos hiperinflaciones se suma, en 1994, una nueva crisis: el "efecto tequila". A pesar de ello, en 1997 crea el Grupo Provincia.

Finalmente tras el fracaso de la convertibilidad y la pesificación asimétrica y con posterioridad a la crisis de diciembre de 2001, desde 2003 el banco impulsa su desarrollo tecnológico con la implementación de sus plataformas de autogestión digital y Punto Efectivo, la incorporación de nuevas unidades móviles, la instalación de más cajeros automáticos, la renovación de sucursales o la reciente puesta en marcha de CUENTA

DNI.

En 2009, el banco crea Provincia Microcréditos con el objetivo de financiar los proyectos productivos de quienes no tienen acceso al sistema bancario.

III – Las galerías

Galería	Localidad	Teléfono	Mail	Web	Extraído de	Mail env.	Cont Telef / redes	Observaciones
ISIDORO	Coronel Suarez	02926 1547 5969	isidoroarte@gmail.com	-	MAB	Sí	Sí	enviado (Sonia Gomez) mail del sonia del 24/11/21 con la entrega de 1 artista.
ZONA IMAGINARIA	Victoria	011 15 5755 0202	info@zonaimaginaria.com.ar	insta: @Zonalmag ianria Taller	MAB	Sí	Sí	Lucrecia y Josefina. Están preparando las fotos 15/11/21. Fotos recibidas! Ok
Frete del Oeste	La Matanza	-	luc.aylenarias@gmail.com	-	Andrea Trotta	sí	sí	ok
fa!	-	-	-	instagram ("usuario no encontrado")	-	No	Sí	solo de docentes BBAA UNLP
Junta	-	-	juntaredbonaerense@gmail.com	-	-	Sí	Sí	respondieron gracias a Estefania Mateo de Singular. Quien coordina Junta es cecilia vecchi que disfundió (las galerías que forman parte la RED JUENTA dijeron estar en conocimiento por ella)
MAB	-	-	hola@mercadedeartebonaerense.ar	arteba.org	-	Sí	No	Ver Andrea Trotta tiene fotos (excede la edad, pasa contactos), MAB La Matanza + eduardo Dubor y Pablo Sabareso de MAB Las Flores + Rocio Englender, Belén Goffre, Gaston Alejandro Delego, Marcos Calvari, Manuel Gimenez, merlina Sanjurjo MAB MDQ + COLECTIVO S.U.A., Camila Sanches en MAB Necochea + ¿Matias de la Guerra y Laurent Poisson? MAB VICTORIA + María de la Paz Peuscovich, Amelia Presman, Patricia Laguna Miranda (contacto por Instagram y Whatsapp el 10/11/2021. Conforma @magma pero son 4 mujeres que exceden la edad y una vive en USA, dos en Corrientes), Claudia Cebrian, Juan Cruz Gonzalez Gatti, Carolina Shedden, Karina Belén Morán (MAB TANDILL)
Los Walking Conurban	-	-	-	-	-	No	instagram	Está patrocinado por el Banco.
ALMACEN DE ARTE	-	-	almacenerosdearte@gmail.com	-	MAB	Sí	Sí	Leo Mayer, su Dtor, hoy 3/11/21 me envió solicitud de instagram. No hay fotógrafo
ARTAPLANTA WARSZTAT	Balcarce	02266 63 2588	artaplanta@gmail.com	Instagram	MAB	Sí	instagram	03/11/2021. 28/01/2022. 01/02/2022 "la artista que convocamos está de vacaciones!! Ni bien me conteste te aviso"

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

LE PUTIT	Mar del Plata	2233120560	leputitgalerie@gmail.com	https://www.artsy.net/partner/le-putit	MAB	Sí	instagram	" la primer y única galería de arte joven de la ciudad" por instagram el 06/11/21, Por mail el 10/11/21. Contacto efectivo con Nahuel (a cargo de la gale) el 9/12/2021. No nos pudimos contactar personalmente en Feria Plateada (11/12/2021). Nuevo contacto Whatsapp el 17/12/2021, el 03/01/2022 y el 28/01/2022.
OLIVA DRYS	Azul	(2281) 632213	info@olivadrysarte.com	www.olivadrysarte.com	MAB	Sí	Sí	Silvio Oliva (es lo mismo que Punto Azul). No tiene, pero difunde
María Paz Mosca	Azul	011 31863144	mariapazmosca@gmail.com	-	Oliva Drys	Sí	Sí	15/11/2021 Docente de la facultad de bellas artes de Azul. Llega a mí por Silvio Oliva
PUNTO AZUL	Azul	02281 632213	silvioolivadrys@gmail.com	insta: @puntoazulgaleria	MAB	Sí	Sí	Silvio, es lo mismo que Oliva Drys. Difunde.
CENTRO DE ARTE UNLP	La Plata	-	info@centrodearte.unlp.edu.ar	https://www.centrodearte.unlp.edu.ar/archivo-de-arte/	-	Sí	No	Hablado personalmente
Arte y Parte	Tandil	0249 15434 6242	ccarteyparte@gmail.com	Instagram: @arteyparte_tandil	https://www.otrabuenosaires.com.ar/cateqory/cultura/fotografia/page/5/	Sí	Sí	Hablado con César. Me ofrecieron sus contactos que tienen con la gremial. Un capol No es una galería, es un Centro Cultural. Mañana 4/11/21 tratan el tema en comision del cc y me llaman. Me pidió tiempo para ver si había respuesta a la difusión porque muchos estaban cerrando el año. La convocatoria no tuvo respuesta (01/02/2022)
Hache	CABA	011 48568787	info@hachegaleria.com	http://www.hachegaleria.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Tienen fotografía en el MALBA. Pedir a los artistas autorización con firma digital. Herminda (dora) Profesora en Instituto Di tella
937sudestada	-	011 47319140	contacto@937sudestada.com	https://www.937sudestada.com/contacto	-	Sí	instagram	"El número solicitado no corresponde a un abonado en servicio". "desde Fundación difundiremos su propuesta" ver mail del 02/11/21 mandaron el isologotipo. No se recibieron producciones. Último contacto el 01/02/2022

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Moscattelli Espacio de arte	CABA	011 4772 3563 / 011 4772 9476 (este último no corresponde a un abonado en servicio) de 10 a 19 hs	-	https://www.arte-online.net/Directorio/Galerias/MOSCATELLI-ESPACIO-DE-ARTE/(seccion)/Quienes_Somos	-	-	-	No Contestan. 02/11/21, 12/11/21, 03/02/22 y 10/02/22
A:100	La Plata	221 419 7901	info@a100.com.ar	https://a100.com.ar/	MAB	Sí	No	No atienden. 01/11/21, 02/11/21, 10/11/21, 15/11/21, 14/12/21, 01/02/22, 02/02/22, 10/02/22. El 10/11/21 mjs de texto entregado.
Espacio NIDO	Tandil	0249 422 0035	exposiciones@espacioido.org	insta: @espacioido	MAB	Sí	instagram	NO ATIENEDEN + mjs de texto el 11/11/21. Llamadas: 01/11/2021, 02/11/2021, 11/11/2021, 14/12/2021, 01/02/2022 y 03/02/2022. Último intento de contacto por Instagram el 01/02/2022, No ven los mensajes en Instagram y no atienden el teléfono que sale como "Espacio Nido", o sea, es correcto. Les mandé nuevamente el correo porque ellos lo pidieron. Les consulté días después (del 04/02/2022 al 07/02/2022 por Instagram) si lo vieron y ven el mensaje, siguen en línea pero no contestan.
Arte Online	-	011 4811 2494	contacto@arte-online.net	https://www.arte-online.net/Directorio/Galerias	-	Sí	instagram	Es correcto (al llamar sale como ARTE On line) pero dice no ser un abonado en servicio. Último contacto por Instagram el 01/02/2022
AMBOS MUNDOS	San Isidro	011 6725 7213	aamm.galeria@gmail.com	Instagram	MAB	Sí	Sí	El 10/11/21 Hablado con María. El mail inicial (info@ambosmundosarte.com) no va más. Último contacto efectivo con María: No representa artistas (02/02/2022)
CARIÑO	LA PLATA	-	cariniogaleria@gmail.com	http://www1.cariniogaleria.com/	MAB	Sí	instagram	No tienen fotografos pero difunden. Volver a preguntar. Último contacto por Instagram el 01/02/2022. Visto sin respnder el 02/02/2022

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

LA TIENDITA	Bahia Blanca	291 5701403	latienditagaleria@gmail.com	-	MAB	Sí	Sí	01/11/2021 con Carolina Balquinto y vuelto a hablar el 14/12/21. Me pidió que la banque hasta mediados de enero, que deje que me llame ella, que no la persiga. Último intento el 01/02/2022 (por llamada no atendió y por Whatsapp informa "que este año estamos tranqui con los proyectos colaborativos, asi que pasamos por el momento"
SINGULAR	Mar del Plata	0223 594 6674 / Whatsapp	galeriasingular@gmail.com	insta: @singular.ar tecontemporaneo	MAB	Sí	Sí	Estafania Mateo, Dtora: leticia. Artistas: blanco aciermo , Marcos sanabria, Clara. Lunes 8 a las 18hs. Ella me informó que Cecilia de Junta puso mi convocatoria sobre la mesa de diálogo de Junta y MAB. Sólo tiene el contacto de una fotógrafa que no representa a la que le hizo llegar la propuesta pero no accedió. Este año la galería sólo se dedicará a la presencialida.
ERICA VOGET	-	0221 15 525 0249	ericavoget@gmail.com	https://www.cultura.gob.ar/cuerepas-reales-hinchas-reales-10262/	-	-	Sí	A través de MICA Contacto telefónico. Ella no es emergente, dá clases pero lo difunde. Difusión sin éxito, no se recibieron fotos de terceros.
OTRA FERIA (DE ARTE)	-	011 153 238 7438	quiero@otragaleria.com	otraferia.com	#pintamagazine	Sí	Sí	No es galería. Es un mercado de arte virtual. No representan artistas. Diego
DE PURA MADRE	City Bell	(0221) 15 592 4259	-	depuramadre.art	#pintamagazine	-	-	Jasia (inauguracion ¿anexo? El viernes 29/10, invitado). Todos los contactos posteriores dijo no poder, ni siquiera conversar porque estaba muy ocupada
RAMOS GENERALES	LA PLATA	221 155 237877	hola.ramosgenerales@gmail.com	Instagram	#pintamagazine	Sí	Sí	Leandro Responden la semana del 15 al 19/11 y con Mariana en ocasión de Feria Plateada (11/12/2021), no tienen fotógrafos.
DAMME	LA PLATA	011 6174 1639 / 221 420 3341	dammegaleria@gmail.com	dammegaleria.wixsite.com/dammesala3	#pintamagazine	Sí	Sí	Contactado - no es su temática

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

48 ACCIONES	-	-	-	-	MAB	-	instag m	Vieron msj solicitando mail para enviarles la convocatoria pero NO RESPONDIERON. Es un grupo de artistas no una galería. Finalmente hablado con Juan Jose Wally y con Alejandro Cides de ese espacio. No es la especialidad de ellos. Resta la respuesta de otros artistas del espacio: Soledad Roller (excede la edad) y MARCELO GONGORA (que sí es fotógrafo aunque no emergente - nunca vio el mensaje por Instagram) Último intento de contacto 28/01/2022.
BUA	Mar del Plata	223 15-689-1869	contacto@espaciobua.com.ar	https://espaciobua.com.ar/	MAB	Sí	Sí	Marcelo (no quiere participar porque sólo tiene un fotógrafo, Manuel Gimenez (hablado pero no quiere), pero sí le copó la idea de ir como "auspiciante". Buena onda. Me dijo que contacte a Manuel directamente y me paso el contacto de quien dirige Junta y de Galeria Nan de Walter Barrios)
Galería Nan de Walter Barrios	Mar del Plata	0223 421 0327	nangallerymdp@gmail.com	Instagram	BUA	Sí	Sí	Estaba en clases. Estefanía de Singular me dijo que hablara con la mujer de walter (Luisina Urristi) le escribí por Whatsapp y ni lo vió, luego Salto Luz Fotografía al 2234210327 y tienen "mucho trabajo" y no pueden "tomar el compromiso"
Galería Cálamo	san nicolas	0336 467-1685	calamogaleriadearte@gmail.com	www.calamoculturalygalerialeria.com	MAB	Sí	Sí	Georgina. La página no cargaba (calamogaleriadearte.com). Hay una nueva. Me pasó el correo y página por whatsapp: www.calamoculturalygalerialeria.com es la nueva. Le propuso a uno pero "le da vergüenza" y que el problema es que nació en Rosario (14/12/21) y no tienen otros artistas.
CASA INTERMITENTE	Mar del Plata	0223 536 2190	casaitinerante@gmail.com	http://www.casaitermitente.com.ar/	MAB	Sí	Sí	Marcos (y Florencia) No son galería, no representan artistas, no lucran y no hacen fotografía. Sólo hacen residencias. Renvían convocarotia a Manuela Posovón y Marcos Sanabria (fotografos) y otros para ver si se copan y mandan las obras despues del 17/11. Vuelto a hablar con Marcos el 09/12/21: Se colgaron por mucho laburo, lo tenían presente pero me pidió que le diera un tiempo más para mandar las fotos. Me pasa el contacto del director de Le Putit (Nahuel). El 12/12/2021. Último contacto, el 28/01/2022, los artistas a los que convocaron "no se

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Silencio dispositivo sonoro	Mar del Plata	-	silenciodispositivosonoro@gmail.com	Instagram	Casa Itinerante	Sí	instagram	coparon" Por instagram: 10/11/21 - Facundo y camila. No respondieron. Último intento de contacto el 28/01/2022
CASA PUCHERO	Banfield	011 15 6368 5802 / 011 4177 5035	lacasapuchero@gmail.com / florloret@gmail.com		MAB	Sí	instagram	También por mjs de texto. No atienden las llamadas. El miercoles 10/11/21 vieron el msj de instagram. Correo enviado a florloret@gmail.com , el correo lacasapuchero@gmail.com también "VA" pero no lo vieron. 17/11/2021 Lo leen y me "chiflan". No contestaron. Último contacto 28/01/2022 "no hacemos fotografia"
CÓSMIKO	LA PLATA	221 452 3284	activacionmonaster@gmail.com	http://cosmikogaleria.blogspot.com/	MAB	Sí	instagram	No corresponde a un abonado en servicio. Respuesta telefónica del 10/12/2022: "estamos con un montón de cosas y ya nadie entra en la franja de edad" Respuesta por Instagram del 03/02/2022 "somos galería de artistas visuales, pero no de fotografia"
DALILA (manuela - curadora)	Tandil	-	manu.rabitti2001@gmail.com	-	MAB	Sí	instagram	Enviado 3/11/2021. Reforzado el 15/11/21 no lo vieron. Nuevamente el 27/11/2021. El 04/12/2021 me pide que reenvie el correo a pazpir@gmail.com y contesta (por Instagram) que "es muy interesante el proyecto". Nuevo contacto el 04/01/2022, el 11/01/2022 y recién el 16/01/2022 contesta que no conocen fotógrafos con las características de la tesis
ESTERO ARTE Y BIOLOGÍA	LA PLATA	-	esteroarteybiologia@gmail.com	Instagram	MAB	Sí	instagram	Jueves 11/1/2021, Curadora: Patricia Rizzo versa en la web: mjs por instagram a ella el 15/11/21 por instagram. Luego el mail. El correo está mal cargado en su web, lo rechaza automáticamente. Contacto efectivo por Instagram a la Galería el el 10/11/2021 (dicen "qué buena onda" la tesis). Confirman la recepcion el 11/11/2021. No escriben más. Último intento de contacto el 28/01/2022, visto sin responder.
Firpo	LA PLATA	-	firpocasaeditora@gmail.com	@firpocasaeditora	MAB	Sí	instagram	es una editorial artesanal

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

INTEMPERIE	necochea	02262 15357265	Intemperienomade@hotmail.com	https://intemperie17.wixsite.com/intemperienomade/contacto	MAB	Sí	Sí	Contactado - no es su temática
Galería Grasa	-	01115646 60925	galeriagrasa@gmail.com	Instagram	-	Sí	instagram	Contacto inicial: 10/12/2021. Nuevo contacto el 04/01/2022. Responden el 05/01/2022 diciendo que respondieron (cosa que no es cierto) "que viera en su web los artistas", les digo que no se ven fotografías en su web y lo confirman (el 13/01/2022) pero no me recomienda a @dodoelave a quien contacto pero tiene exposiciones en Europa. Descartada, no es emergente.
LEVIN	Mar del Plata	0223 685 8522	levin.galeria@gmail.com	insta: @levin.galeria	MAB	Sí	Sí	Gerardo - Contesto que pido mucho
MAGMA	Tandil	-	magmacolectivodefotografia@gmail.com	insta: @magmacolectivodefotografia	MAB	Sí	instagram	Colectivo Fotográfico Mensaje a @patricialagunam (Tandil), @claucebrianfotos, @ameliapresman (nacida en La Plata, criada en corrientes) y @lapazdelmonte (hable con ellas, les envíe la propuesta y al otro día ni contestaron) Volvi a intentar el 14/12/21 y nada
MAPA	las flores	02244 44 4004	mapaespacearte@yahoo.com.ar	insta: @mapaespacearte	MAB	Sí	NO	NO ATIENEDEN, 15/11/21 19:26(+1/11 + 2/11 + 10/11 + 11/11) envío nuevamente el mail. 14/12/21 NO ATIENDEN (se los llamó mañana y tarde). Contactado por Instagram el 27/11/2021. Nunca respondieron. Último intento de contacto el 28/01/2022: visto sin responder
MATANZA NOMADE	La Matanza	-	-	insta: @matanza_nomade / matanzano made. blogs pot.com/	MAB	Sí	instagram	No vieron el mensaje, el 15/11/21 mail a Andrea trotta (1139103978, 16/10/21), tiene fotos sociales en MatanzaNomade via MAB. Nómade son 2, son docentes de la escuela de Arte Leopoldo Marechal. Difunde. 16/11/21. No respondieron. Último intento de contacto el 28/01/2022: visto sin responder

BankArte muestra virtual de artistas gráficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

GALERIAS BOTANICA	LA PLATA	221 5990065	botanicagaleriala@gmail.com	botanicagaleriala.wixsite.com	#pintamagazine	Sí	Sí	Apagado o fuera del área... Contacto personal con motivo de Feria Plateada y re envío del correo. Vuelvo a pasa el 14/01/2022 y hablo con Antonella que transmite el mensaje a los encargados de la galería para que me contacten. No recibo respuesta. Vuelvo a llamar el 01/02/2022, atiende Antonella y dice que los directores de la galería (que están de vacaciones) le dijeron que no recibieron el correo. Remito el correo una vez más estando en comunicación con ella. Contesta inmediatamente Pilar del equipo de Gestión, pero "en este momento" no pueden participar.
MINISTERIO DE ARTE	tandil	-	ministerioartetandil@gmail.com	insta: @ministerio.artetandil	MAB	Sí	instagram	Correo enviado el 5/11/21. Al 11/11/21 no respondieron, El 15/11/21 lo vieron sin responder. Último intento de contacto el 28/01/2022, visto sin responder
MUT	Bahia Blanca	-	mutespacio@gmail.com	insta: @espaciomut	MAB	Sí	instagram	Tiene estudio de Fotografía. Contactado por Instagram el 03/11/2022. Correo enviado el 5/11/21. Al 13/11/21 no respondieron. Último mensaje (al que respondieron) el 28/01/2022. "No estamos interesados en la propuesta. No contamos con fotógrafos en el staff de artistas de la Gale por el momento"
Galería NN	LA PLATA	2213592250	nn galeria@gmail.com	insta: @nn_galeriadearte	MAB	Sí	Si	"Somos una galería independiente gestionada por artistas emergentes de La Plata." msj por Intagram el 03/11/21, Curadora: Patricia Rizzo versa en la web: mjs por instagram a ella el 15/11/21. El sabado fui a la galería por Plateada y me pasaron el celular de VIRGINIA. Contacto efectivo por WhatsApp el 14/12/21. Conversación amena. No contestaron. Nuevo contacto el 28/01/22, están excedidos por edad y sólo hacen "retratos"
PATO VALENTIN	Azul	-	elgalponartemas@gmail.com	insta: @patovalentinarte	MAB	Sí	instagram	"en breve estaré contestando tu correo" 04/11/21, Reforzado el 15/11/21 via instagram, Lo vio el 16/11. No hace fotos
R.U.D.A	necochea	2262 56-1796	rudagaleriala2020@gmail.com	insta: @rudagaleriala.artemoderno	MAB	Sí	instagram	Vieron y no respondieron (03/11/2020). El teléfono lo saque de internet. No contestaron. Mjs de texto 15/11/2021. Contestaron el 17/11. Enviado el 17/11. Finalmente el 28 de enero contestaron el último mensaje (via Whatsapp) diciendo que exceden la edad y que están con otros proyectos.

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

S.U.A.	necochea	-	-	insta: @sindicatouniversaldelaamistad	MAB	No	instagram	16/11/21: Lo vieron sin responder. Último intento con idéntica características 28/01/2022. Su Instagram dice "Tienda abierta" No hay producciones fotográficas.
SITIO	Bahía Blanca / Saldungaray	-	unsitioproyecto@gmail.com	insta: @s_iti_o	MAB	Sí	instagram	"nuestro perfil no se adecua a lo que estás buscando"
SUBITA	LA PLATA	-	hola.subita@gmail.com	insta: @s.u.b.i.t.a	MAB	Sí	instagram	No vieron el mensaje del 03/11/2021. 16/11/21: vieron el msj y no respondieron. Pasé por la Galería en ocasión de Feria Plateada me dijeron que se los mande en ese momento el correo y aún así no contestaron nunca. Último intento 28/01/2022
VINCENT Galería	City Bell	-	vincentgaleriacb@gmail.com	insta: @vincent_galeria	MAB	Sí	instagram	Contacto inicial 11/11/2021. Respuesta 15/11/2021: VIERON MI MENSAJE POR RED JUNTA!!! No trabajan con fotografías pero difunden. Nuevo contacto en Feria Plateada (11/12/2021). No se recibieron producciones producto de su difusión
Galería Gauguin	City Bell	2215483871	-	-	-	Whatsapp	Sí	Contacto personal + Whatsapp 15/12/2021 y 23/12/2022. No respondió
Aleka Espacio Cultural Sala de Exposiciones	La Plata	2214281781	-	-	hallazgo	Whatsapp	Sí	Norberto Ferraris, director y dueño de la casa de fotografía que está en Diag. 77 esq. 5. El Centro Cultural está en 5 e/ 54 y 55. Nunca respondió los mensajes (15/12/2021 y 28/01/2021)
Galería CocoMiel	La Plata	2213640964	-	-	Feria Plateada	Sí	Sí	Conctado por Feria Plateada el 11/12/2021: me pasó su celular, cuando escuchó Banco Provincia, pidió plata. Contacto por Whatsapp el 14/12/2021 y 28/01/2022. Nunca contestó
Galería Ansia	-	2214207361	-	-	-	Sí	Sí	10/12/2021. Vieron el mensaje (por Whatsapp pero no contestaron. Finalmente, el 28/01/2022) contestaron que no tienen fotografías dentro del rango etáreo (Guido)
hipermedula	-	0351 15 245 5020	contacto@hipermedula.org	http://hipermedula.org/	-	Sí	-	Es Córdoba
Fundación El Mirador	CABA	011 4361 0711	info@fundacionelmirador.org	https://www.artelinea.net/Directorio/Galerias/EL_MIRADOR/(seccion)/Ubicacion	-	-	-	Galería laboratorio. "El nº solicitado no corresponde a un abonado en servicio". Mail enviado el 03/11/21. msj por Instagram el 11/11/21. Respondieron pero no representan fotografías

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Jacques Martinez	San Isidro	011 4743 5534 /011 3589 2701	galeriajacquesmartinez@gmail.com		-	Sí	Sí	Contactada.No tiene artistas fotografos en pcia.
Braque Galería de arte	caba	011 2299 6620	info@artebraque.com.ar	http://www.artebraque.com/home.html	-	Sí	Sí	Elizabeth. Dejé msj y escribio por whatsapps. Me pidio que le enviara el mail. Sin respuestas, y dado que me mostraba los estados de Whatsapp, el 8/11/21 le escribo diciendo si vio el correo y ni bien vió mi mensaje me eliminó como contacto
Galeria Rubbers Internacional	CABA	011 4816-1864 / 011 5957 4620	galeriarubbers@gmail.com	http://rubbers.com.ar/	https://www.otrabuenosaires.com.ar/category/cultura/fotografia/page/5/	-	-	No representan artistas fotograficos
Estimarte	CABA	011 15 6271 8142 (W)	info@estimarte.com	https://www.estimarte.com/	-	Sí	-	mail, buzón de voz y whatsapp (ni siquiera recibieron el Whatsapp pero el número es el correcto porque es cta de empresa "Portal Líder del MERCADO de arte")
Galeria Azur	CABA	011 4326-5242 011 4393 0329	mensajes@galeriaazur.com.ar	https://www.galeriaazur.com/	https://www.estimarte.com/?cm=contact	Sí	instagram	Casa de Subastas dedicada a la venta de obra de grandes maestros del arte argentino. No contestan el teléfono. No vieron el mensaje por Instagram
OTRA BUENOS AIRES	CABA	-	-	https://www.otrabuenosaires.com.ar/category/cultura/fotografia/	-	-	-	Contacto vía Instagram sin respuesta (ni siquiera lo vieron) desde el 03/11/2021 al 28/01/2022
Fundación El Mirador	CABA	011 4361 0711	fundacionelmirador.org	https://www.arte-online.net/Directorio/Galerias/EL_MIRADOR/section/Ubicacion	MERIDIANO	Sí	instagram	Contacto inicial: 11/11/2021. Corroboró la casilla de correo a la que envié el mail inicial el 03/11/2021. El 12/11/2021 confirman la recepción del correo. No tienen fotografías
Mite	CABA	15380227 37	info@mitegaleria.com.ar + nicolas@mitegaleria.com.ar + marina@mitegaleria.com.ar	https://www.mitegaleria.com.ar/	MERIDIANO	Sí	instagram	Envío el 03/11/2021. Respuesta al día siguiente con los correos. Nuevo intento de contacto el 13/01/2022. Último intento de contacto el 28/01/2022: visto sin responder

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Wosco Art Gallery	CABA	-	woscoartgallery@gmail.com	-	MERIDIANO	Sí	instagram	Mail solicitado por Instagram. Contacto inicial 03/11/2021, respuesta el 06/11/2021. Sin responder. Nuevo intento de contacto el 13/01/2022. Último intento de contacto el 28/01/2022: visto sin responder
Asociación Argentina de Galerías de Arte	-	4311-9196	-	-	-	-	-	Está bien porque al marcarlo sale como Asoc. Arg. De Galerías pero "no corresponde a 1 abonado en servicio". Sin web ni redes. Primer llamada 26/10/2021, 02/11/2022. Última: 03/02/2022
CIC Ciclo de Exposiciones ARTISTAS EMERGENTES	-	011 4 553 5120, 011 4 553 2775 y 011 4 553 5922 (este último sale como Roman Ripoll)	informes@cic.edu.ar	https://www.cic.edu.ar/	-	Sí	-	No contestan los teléfonos. En la web dice que esos nros tienen WhatsApp pero no es así (sale la opción "invitar"). No respondieron al mail enviado mediante su web. Primer llamada: 02/11/2022. Último intento de contacto telefónico 01/02/2022, 02/02/2022 y 03/02/2022
Zavaleta lab arte Contemporaneo	CABA	011 5252-8873	-	sin web propia	https://www.otrabuenosaires.com.ar/categoria/fotografia/page/5/	-	-	Si bien al llamar sale el nombre "zabaleta Lab", "no corresponde a un cliente en servicio". Sin redes. No contestan los mail. Último intento 01/02/2022
ALDO DE SOUSA	CABA	011 4393 0803	arroyo@aldodesousa.com.ar	https://aldodesousa.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con clara. Tienen artistas emergentes, de la provincia pero tienen un solo fotógrafo que es Colombiano y no es emergente
Galería Cecilia Caballero	CABA	011 4811 8648 / 011 4577 4192 (cecilia)	-	www.galeriaceciliacaballero.com.ar	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Cecilia Caballero representan fotógrafos pero no emergentes. Le encantó la idea de la tesis y me pidió que le escriba por Instagram así me invita a sus exposiciones
Constitución	CABA	011 6937 8901	info@constitucion.com.ar	http://constitucion.com.ar/	MERIDIANO	Sí	No	No contestan. Recién con el intento del 04/02/2022 me devolvieron la llamada. No trabajan con fotógrafos
Otto Galería	CABA	011 4811 1218	otto@ottogaleria.com	http://ottogaleria.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Martina tienen fotógrafos como CLAUDIO LARREA Y ... Pero CONSAGRADOS
Piedras	CABA	011 2541 6000 / 011 2632 7019	info@espaciopiedras.com	http://piedrsgaleria.com/exhibicion/piedras-vol-1/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Santiago: es muy específico lo que busco, ellos no tienen fotógrafos bonaerenses. Recomienda a Rolf + Un Galery

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Revolver Galería	CABA	011 3096 0024	micaela@revolvergaleria.com / contacto@revolvergaleria.com	https://revolvergaleria.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	NO trabaja con fotografos
ungallery	CABA	011 3935 9657	-	-	-	Sí	Sí	Uno de los correos cargado en instagran "no corresponde a un abonado en servicio". Hablado con Paola. Tienen fotografías pero no emergentes, si no son consagrados al menos tienen recorrido amplio
Smart Gallery BA	CABA	011 15 2368 6953	arte@smartgalleryba.com	https://www.smartgalleryba.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Ana: no tienen artistas fotógrafos
the art gallery	CABA	011 4811 6050	info@theartgallery.com.ar	https://theartgallery.com.ar/	https://www.otrabuenosaires.com.ar/categoría/cultura/fotografía/page/5/	Sí	Sí	Atendieron!!! Hablado con Sergio. En principio no trabajan con fotografos pero "podemos hablarlo" llamado el 04/02/2022. Llamado el 04/02/2022 otra vez no atienden. En este no tengo ningún artista de esas características
diderot.art	CABA	011 2769 5259	contacto@diderot.art	https://diderot.art/	-	-	Sí	https://diderot.art/fotografia/?sort_by=created-descending&mpage=5 mail enviado el 03/02/2022. Hablado con Lucrecia: tienen fotografías pero no Fotógrafos Emergentes de la Provincia
Cosmocosa	CABA	011 4811 6808 / 01155164 830 Amparo (dora)	info@cosmocosa.com	http://www.cosmocosa.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Contacto con Galeria y con Amparo (dora): en este momento no están representando artistas emergentes. LLAMAR a las 19:20hs. Me devolvió el llamado: le encantó la tesis, pero no tiene emergente ahora, si bien han comercializado muchos. Me pasó varios contactos que tenía y otros que no tenía (Raúl Flores de proyecto Yunga)
Herlitzka + Faria	CABA	011 4313 2993	info@herlitzkafaria.com	https://herlitzkafaria.com/es	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Mari: Tienen pero trayectoria cuando no consagrados y más jóvenes de Santa Fé
Isla Flotante	CABA	011 5016 1760 / 11 5974 4545	leopol@islaflotante.com / nani@islaflotante.com	http://www.islaflotante.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Nani: sólo trabaja con un fotógrafo, Nicolás Martela, de La Plata (sí, pero) de 41 años y tiene con recorrido extenso (con premios)
MCMC	CABA	011 4804 3597	info@mcmcgaleria.com	http://mcmcgaleria.com/es/home	MERIDIANO	Sí	No	"El número solicitado no corresponde a un abonado en servicio"

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Miranda Bosch Arte	CABA	011 4815 3515	arte@mirandabosch.com	https://art.mirandabosch.com/	MERIDIANO	Sí	No	Atiende el contestador pero no atiende nadie después. Último intento 07/02/2022
MM Gallery	CABA	011 4420 4939	info@mmgallery.de	https://mmgallery.de/es/inicio/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Romina: "Emergentes no trabajamos, tampoco con consagrados pero sí con un cierto recorrido"
Van Riel	CABA	011 4313-5553	info@vanrieland.com.ar	http://vanrieland.com.ar/	MERIDIANO	-	-	No atienden 04/02/2022, 07/02/2022
Vasari	CABA	011 4327-0664 / 011 4328-5237	vasari@galeriavasari.com.ar	http://www.galeriavasari.com.ar/	MERIDIANO	-	-	De 11 a 20hs contestador bilingüe. No atiende
galeria vermeer	CABA	011 4393 5102	galeriavermeer@gmail.com	https://www.galeriavermeer.com/	MERIDIANO	-	-	sin seccion fotos igual no atienden (último intento 04/02/2022)
Walden Gallery	CABA	011 3448 0452	info@waldengallery.com prensa@waldengallery.com	http://www.waldengallery.com/	MERIDIANO	-	-	"El celular al que está llamando no está disponible" (último intento 04/02/2022)
María Casado	BECCAR	-	info@mariacasado.com.ar gonzalo@mariacasado.com.ar	http://mariacasado.com.ar/	MERIDIANO	Sí	-	SITIO EN MANTENIMIENTO + no corresponde a un abonado en servicio
amhaus.art	-	-	amhausart@gmail.com	-	Instragram	Sí	Sí	"no tengo fotografías con esas características"
Mechi Aliaga Pueyrredon	-	-	-	-	Juana de Arte	Sí	instagram	"Por el momento no estaré pudiendo participar del proyecto"
Galeria Arroyo	CABA	011 5803 6223 / 011 5765 8022 / 0114325 0947 Whatsapp	info@galarroyo.com	http://www.galarroyo.com/	https://www.estimarte.com/?cmод=contact	Sí	Sí	"GRANDES MAESTROS" (al llamar sale como "Arroyo remates"). No contestan. Finalmente, respondieron por Whatsapp y confirmaron que son casa de Subasta de grandes Maestros.
QUIMERA	CABA	011 4772-8553	info@quimeragaleria.com	https://www.quimeragaleria.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Dalia.Tienen 3 fotografías emergentes de los cuales 2 (Juli y Joaquin) son de La Plata, pero NO trabajan la temática.

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Rolf Art	CABA	011 4326 3679	info@rolfart.com.ar	https://rolfart.com.ar/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Tania: no acostumbran a trabajar en muestras que no sean realizadas por ellos a no ser que se trate de Instituciones. Cuando le dije que se enmarca en el bicentenario del Banco me pidió que le envíe el correo que lo evalúan y me contesta (04/02/2022): celeste rojas mujica (es chilena), Andrés de negri podría ser pero no sabe quién más. Se especializan en fotografía pero no en emergentes, más bien, si no son consagrados, algún recorrido tienen. Hablado con Florencia, Denegri excede la edad y tiene premios. No representan emergentes puros sino con cierto recorrido
Moria Galería	CABA	Santiago: 011 5954 9050 / Lucia: 011 3559 1530	holamoria@gmail.com	https://moriagalera.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Santiago, no tienen fotógrafos
Nora Fish	CABA	011 6235 2030	contact@norafisch.com	https://norafisch.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Estaba en reunion. Llamar en dos horas 20:46. No trabaja con emergentes
Roldán Moderno	CABA	011 4394 0830	galeria@roldan.cc	https://modermodano.roldan.cc/	MERIDIANO	Sí	Sí	No trabajan con artistas emergentes
Selvanegra	CABA	011 4072 4248	galeriaselvanegra@gmail.com	https://galeriaselvanegra.com.ar/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Silvina Sicoli: No tienen fotógrafos.
Movilizarte	San nicolás de los Arroyos	0336 441-1004	info@movilizarte.com.ar	http://movilizarte.com.ar/	de la búsqueda de "Cálamo Galería de arte"	-	Sí	Liliana (gestora cultural). No es galería, es un espacio de arte.
Maman Fine Art	CABA	011 4804 3700 o 3800	galeria@mamanfineart.com.ar	https://mamanfineart.com.ar/	MERIDIANO	Sí	NO	Contestador bilingüe. Último intento 09/02/2022. La encargada es Rita Maschwit y vuelve de vacaciones el 11/02/2022. Hablado con Rita el 11/02/2022: La gale no se dedica a fotografía y no trabaja con emergentes
ALEJANDRO FAGGIONI ESTUDIO DE ARTE	CABA	011 4393 9995	alejandrofaggioni.com	http://www.alejandrofaggioni.com/	MERIDIANO	Sí	No	No contestan. Último intento 03/02/2022, 04/02/2022, 07/02/2022, 09/02/2022, 10/02/2022, 11/02/2022

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Gachi Prieto	CABA	011 47746656	galeriagachiprieto@gmail.com / info@gachiprieto.com	https://www.gachiprieto.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Sol, que envió la propuesta nuevamente a info@gachiprieto.com . No tienen artistas que cumplan los criterios de la muestra, pero aconsejan a: Ignacio Chico y Facundo Pires (curso PAC) a los que se les envió msj por Instagram. Contactados por Instagram Facundo excede el límite de edad y es de CABA e Ignacio Chico, si bien tiene la edad y localidad pero no hace fotos (sólo tiene 3 fotos en toda su obra pero no como fotos sino como recurso para lo que hace; además se encuentra en Inglaterra haciendo un master en arte.
ACEFALA	CABA	-	contacto@acefalagaleria.com	https://acefalagaleria.com/	MERIDIANO	Sí	-	Nunca respondieron el mail
Del Infinito Arte	caba	011 4813 8828	galeria@delinfinito.com	https://delinfinito.com/	https://www.otrabuenosaires.com.ar/categor%C3%ADa/fotograf%C3%ADa/p%C3%A1gina/5/	Sí	Sí	Llamado el 02/11/2021, 03/11/2021 (contacto efectivo y envío de correo), 01/02/2021 y 03/02/2021 y no atienden. (+ msj por Instagram). Contestaron por Instagram ratificando el mail. Segundo envío el 03/02/2022. El 11/02/2021 atendieron: "si no te contestaron es porque no vamos a participar. igualmente dejame tu nombre que lo chequeamos". Contestaron por mail que sus artistas son mayores de 35
Imaginario	CABA	011 6788 6730	lauragarimberti@gmail.com	https://imaginarioart.com.ar/index.php/sobre-mi	https://www.otrabuenosaires.com.ar/categor%C3%ADa/fotograf%C3%ADa/p%C3%A1gina/5/	Sí	Sí	Hablado con Laura. Vuelto a hablar con el Laura el 02/02/2022. Se le pasó, no encuentra el correo: Reenvío de mail, contesta mañana. Vuelto a llamar el 11/02/2022: no tiene artistas fotográficos emergentes
Juana de arte	CABA	011 5859 9079 / 011 40443397	info@juanadearte.com / juanadearte.galeria@gmail.com	https://juanadearte.galeria.com/	-	Sí	Sí	Hablado con Walter: Hoy sólo tienen una sola fotografía Emergente de la Provincia, Mechi Aliaga Pueyrredon (contactada por Instagram: "por el momento no estaré pudiendo participar". Ya me envió el isotipo y me dijo que directamente la contacte y le diga que él me derivó a ella.
OdA	CABA	011 4371 4738	info@odaarte.com	http://odaarte.com/	MERIDIANO	Sí	No	No contestan. Último intento 07/02/2022, 09/02/2022, 10/02/2022, 11/02/2022

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

Tokonoma_OM Arte Contemporáneo	CABA	011 4424 0542	oli.martinez_ba@gmail.com	https://tokonomao.m.mitiendanube.com/pasword/	MERIDIANO	Sí	Sí	Llamar a Oli Martínez Martínez de la Gale el lunes 7/2/2022 después de las 15hs. Hablado tiene una fotografía emergente pero CABA (29/30 años) y vive en España. Igual me manda las cosas, dijo. No se recibieron obras de ella pero dado que no encuadra, no se insiste.
Calvaresi	CABA	011 2000 4379	info@calvaresicontemporaneo.com franco@calvaresicontemporaneo.com	https://www.calvaresicontemporaneo.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Por el momento aún no representan artistas fotográficos pero llamar el martes 08/02/2021 y hablar con Guido (dtor) para ver si no se suma ninguno para este año. Llamado el 08/02/2022, 09/02/2022, 10/02/2022 y atendió el contestador después de que no atendieran. Hablado con GUIDO el 11/02/2022, no trabajan con fotografías
Raul flores - proyecto yunga	-	-	-	-	-	No	Sí	Es fotógrafo y especialista en emergentes (cualquier disciplina) pero nunca hizo nada con fotógrafos. Me dijo que hable con Goldenstein - UBA. 04/02/2022
Alberto goldenstein	-	-	-	-	-	No	instagram	04/02/2022. Nuevo contacto estan "on line" el 10/02/2022. Visto sin responder (11/02/2022)
Atocha Galería	CABA	011 155 374 1066	info@atochagaleria.com.ar	http://atochagaleria.com.ar/	MERIDIANO	Sí	instagram	No contestan. Último intento 03/02/2022, 04/02/2022 + msj por Instagram. Contestaron el 08/02/2022: mail enviado
Barro	CABA	011 4978 3759	galeria@barro.cc	https://www.barro.cc/es	MERIDIANO	Sí	Sí	No contestan. Último intento 03/02/2022. Mensaje al instagram. Hablado con Pilar el 04/02/2022: sólo trabajan con artistas plásticos que, a veces, usan la fotografía. Me pidió que se lo reenvíe y que la semana que viene seguro me contestan. 09/02/2022. 11/02/2022
Jorge Mara - La Ruche	CABA	011 4813 0552	info@jorgemaralaruche.com.ar , jorgemaralaruche@gmail.com	https://www.jorgemaralaruche.com.ar/	MERIDIANO	Sí	Sí	Hablado con Tadeo: tienen una sola fotografía emergente (los demás son consagrados), Lucia Mara (hija del Dtor de la gale) pero es de CABA. Me pidió que reenvíe el correo. Reenviado. Vuelto a hablar el 10/02/2022, también con Tadeo. Él no vió el mensaje.
Pabellón 4	CABA	011 4856 2118 / 011 6908 0638 (w)	galeria@pabellon4.com	http://www.pabellon4.com/	MERIDIANO	Sí	Sí	Primer llamada: 03/11/2021. Hablado con samanta: está de cuidadora porque el Director está en el exterior. Que mande mail al de la galería y nestorzonana@gmail.com . (Reenviado al de la gale y enviado al personal el 04/02/2022) o llamar el 25/02/2022. No Tienen artistas para la muestra

BankArte muestra virtual de artistas fotográficos emergentes de la provincia de Buenos Aires

GALERIA PASTO	CABA	011 2757 2392	hola@pastogaleria.com.ar	http://www.pastogaleria.com.ar/galeria.php	MERIDIANO	Sí	instagram	Buzón de voz automático. Último intento 04/02/2022, 09/02/2022. Nuevo mensaje por Instagram el 11/02/2022
Ruth Benzacar Galería de Arte	CABA	011 4857 3322	consultas@ruthbenzacar.com	https://www.ruthbenzacar.com/	MERIDIANO	Sí	No	atiende el contestador (bilingüe) pero no atiende nadie 04/02/2022, 10/02/2022, 11/02/2022
Galería Sendros	CABA	-	info@galeriasendros.com	https://www.galeriasendros.com/	MERIDIANO	Sí	instagram	-
Wunsch gallery	CABA	011 4094 2576	im@wunsch.com.ar	https://www.wunsch.com.ar/	MERIDIANO	Sí	Sí	Ignacio Mironi. Me pidió que reenvie el correo que están exponiendo a un chico de Lanús (Matías). Vuelto a hablar con Ignacio: "Matías tiene 42 años"