

hDGH

👉 Historia del Diseño Gráfico en Chile 👈

Historia del Diseño Gráfico en Chile

Este libro es un aporte del Consejo Nacional del Libro y la Lectura a las bibliotecas públicas del país.

Edición general: Eduardo Castillo

Dirección de arte: Mariana Muñoz

Fotografías: Pablo Hermansen, Hernán Jara, Eduardo Castillo, Pedro Álvarez.

Retoque digital: Mariana Muñoz

Vectorización de logotipos: Gabriel Aiquel

Diseño de portada: Francisco Gálvez

Ilustración solapa: Gabriel Aiquel

Diseño sitio web: Karen Angulo

Digitalización de imágenes: Cynthia Guerrero, Cristián Lizana, Raúl Tapia.

Corrección de textos: Marcela Campos

Papel: cortesía de la empresa Suministros Gráficos

Impresión: La Nación S.A.

Primera edición: abril 2004

Inscripción N° 133.343

ISBN: 956-299-081-8

Derechos reservados. Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida, almacenada o transmitida a través de medios ópticos, eléctricos, electrónicos, químicos, fotográficos o fotocopia, sin la autorización previa y por escrito del autor.

Impreso en Chile | Printed in Chile

745.2

A473h Álvarez Caselli, Pedro
Historia del Diseño Gráfico en Chile
por Pedro Álvarez Caselli
Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile;
Escuela de Diseño, 2004.
188 p. / Ilus.
I. Diseño gráfico - Historia - Chile

PEDRO ÁLVAREZ CASELLI

hdgch

Historia del Diseño Gráfico en Chile



GOBIERNO DE CHILE
CONSEJO NACIONAL
DEL LIBRO Y LA LECTURA



Escuela de Diseño
Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos
Pontificia Universidad Católica de Chile

Obra financiada con el aporte del Consejo Nacional del Libro y la Lectura, 2003.

índice

Nota del autor | 11

Recordar lo que otros olvidan | Guillermina Noël y Jorge Frascara | 12

Evidencias de la profesión | Vicente Larrea | 15

Introducción de la imprenta en Europa y América

Antecedentes generales | 17

La imprenta en Europa | 17

La imprenta en América | 18

1 Primeras imprentas e impresos coloniales

Introducción de la imprenta en Chile | 23

Los “incunables” chilenos | 23

Expediciones y testimonios gráficos del país | 24

Primeras publicaciones e intentos de comunicación impresa | 25

Proclamas, carteles e impresos revolucionarios durante la Reconquista | 28

Desarrollo de la simbología cívica y la edición política | 30

Advenimiento de las primeras imágenes y anuncios en los medios impresos | 32

2 El primer gran impulso de la actividad gráfica en Chile

La década de 1830 y el modelo europeo | 37

El Romanticismo y los precursores extranjeros | 38

Llegada al país de nuevos impresores y editores | 40

El movimiento intelectual de 1842 y la expansión editorial | 42

Primeras manifestaciones artísticas en Chile | 46

Introducción de la fotografía | 48

3 El avance de la cultura impresa y los primeros ilustradores nacionales

Situación de la actividad gráfica en Chile a mediados del siglo XIX | 53

Hacia una concepción utilitaria del progreso industrial | 56

Primeros ilustradores del medio local | 58

El Realismo y la industrialización del país | 61

Nuevos hábitos de consumo | 64

Innovaciones en la edición de libros y revistas | 66

La década de 1880 y el Neoclasicismo francés | 67

4 Fin de siglo y Modernismo

Primeros síntomas del modernismo gráfico | 71

Situación de las artes gráficas | 72

Dirección artística de revistas | 75

5 Las revistas ilustradas y los inicios del cartelismo en Chile

Tendencias de la “belle époque” | 81

Surgimiento del afiche artístico | 81

Influencia del modernismo gráfico en el área editorial | 83

Las revistas ilustradas a comienzos del siglo XX | 86

Los nuevos progresos editoriales y el advenimiento del cartel moderno | 90

6 Primeros signos del arte utilitario en Chile

Vanguardias artísticas y modernismo técnico | 95

Desarrollo de las comunicaciones | 97

Publicaciones y decorativismo ornamental | 97

La Escuela de Artes Aplicadas y el desarrollo del grafismo comercial | 99

Los inicios del “arte de la propaganda” | 102

Tipologías iconográficas en el desarrollo de marcas comerciales | 105

Difusión metodológica del afiche | 107

Presencia de los ilustradores en la conformación del medio editorial | 110

7 La influencia estadounidense y la ampliación del mercado gráfico

El impacto visual de la Segunda Guerra Mundial | 113

El legado de la abstracción y el fotomontaje | 113

Tendencias del cartelismo en Chile | 115

Nuevas proyecciones para el medio editorial | 117

Las agencias transnacionales y el diseño de marcas | 120

Primeras nociones de diseño y “letrística” en el medio nacional | 122

El modelo estadounidense en oposición al entorno social | 124

8 El diseño como una forma de modernidad

- Los años 60 y la era audiovisual | 127
- Integración de la plástica de vanguardia a la producción editorial | 128
- Orientaciones del cartel en el período | 129
- Los nuevos lenguajes del diseño gráfico | 130
- Fundación de las primeras escuelas de diseño en Chile | 132
- Los efectos de la Bauhaus y Ulm | 133
- Influencia de la gráfica cubana y el Pop estadounidense | 134
- El diseño enfocado como una práctica cultural y educativa | 135
- Abstracción y síntesis formal en las artes y el cartel | 136
- Búsqueda de una identidad propia en el diseño gráfico | 137
- El diseño editorial como un proyecto estatal | 139

9 Un nuevo escenario para el diseño gráfico en Chile

- Orientaciones de la disciplina durante la segunda mitad de los años 70 | 143
- La herencia racionalista: primeros proyectos de imagen corporativa | 144
- Renovación del diseño editorial | 147
- La expansión de las agencias de diseño durante los años 80 | 150
- Proyección y racionalización del diseño en Chile | 151
- Los años 90 y la incorporación de la gráfica digital | 153
- Nuevos referentes para la disciplina | 155
- Proyecciones recientes del diseño gráfico chileno | 158

Anexos

- Notas | 163
- Índice cronológico | 166
- Índice onomástico | 173
- Índice temático | 177
- Índice técnico | 183
- Bibliografía | 186



Vivan los 3
FAMOSOS CHILENOS

.....**LOS PISCOS**

- ☆ **JOHN BARNES**
- ☆ **EDINA**
- ☆ **LUIS HERNANDEZ**

🖌️ Nota del autor



Imágenes que rescatan los colores que tradicionalmente han representado la imaginaria visual (abstracción simbólica) de Chile: isotipo de Pinturas Tricolor, caja de Fósforos Copihue y letrero de Cemento Melón.



Si el diseño gráfico constituye en Chile una práctica joven, que tiene entre su institucionalización y el presente un lapso aproximado de tres décadas, este trabajo busca entender dicha actividad como una etapa reciente en el marco mayor de la comunicación visual chilena, y no como presencia aislada, alejada de los múltiples y largos procesos que la han hecho posible.

Por otro lado, las perspectivas actuales, donde el soporte impreso ha dejado de ser el destino casi exclusivo para el diseño gráfico, y la acción de éste se ha ampliado hacia medios como la televisión o internet, proporcionan nuevos matices e interrogantes para comprender o intentar comprender cuál ha sido la participación del diseño gráfico en el contexto nacional, otorgando mayor interés al estudio de dicha práctica como parte de un trayecto histórico, social y cultural de envergadura mayor.

Esta investigación ha sido desarrollada en base a tres áreas tratadas en forma simultánea: diseño editorial, imagen corporativa y gráfica publicitaria. Al respecto, se ha puesto especial énfasis en el rescate



de piezas tales como periódicos, revistas, libros, marcas y afiches. También se han incluido gráficas de productos que por razones de diversa índole han resistido el paso del tiempo o han podido instalarse como referente visual colectivo.

Este libro pretende sentar un precedente a partir del cual generar futuras investigaciones o monografías, tendientes a esclarecer aún más el desarrollo de esta actividad y sus implicancias y relaciones con áreas afines como la producción editorial, el diseño de fuentes tipográficas o la gráfica popular.

No es objetivo de esta publicación hacer un catastro de toda la actividad gráfica generada en el país, en especial la de las últimas décadas, una vez instaladas las primeras agencias formadas por diseñadores profesionales. Una aproximación en detalle a este período exigirá una nueva investigación, capaz de integrar transversalmente otras áreas de gran proyección en el último tiempo, como la publicidad y la gráfica aplicada a medios interactivos.

Pedro Álvarez Caselli

☞ Recordar lo que otros olvidan

Comenzamos esta nota elogiando la iniciativa de este libro: escribir una historia del diseño local, en un país latinoamericano. Ha habido tal vez otras iniciativas semejantes, parciales. Ésta es ambiciosa: tomar todo un país y descubrir su historia del diseño, sus mayores influencias, sus más memorables trabajos.

Tomemos este texto como pieza de un gran rompecabezas formado por todas las historias del diseño latinoamericano... Un proyecto enorme del que éste es sólo una parte. Como países con pasado colonial, todos tienen raíces europeas en su historia y en su historia del diseño. Pero cada uno tiene condiciones particulares, tanto geográficas como étnicas. Desde las llanuras tropicales de Brasil, con una cultura precolombina mínima, hasta los picos de los Andes peruanos, con cientos de años de civilización, hay mucho para analizar en las raíces de las mezclas que sucedieron a la aparición de la cultura europea en América Latina. El contingente europeo, a su vez, llegó en diferentes etapas y de diferentes lugares, trayendo distintas tradiciones, tecnologías, lenguajes, artesanías, ambiciones y sistemas de valores. Además, el análisis de las raíces culturales de la gráfica latinoamericana a través de los siglos XVIII, XIX y XX, mostrará no sólo las influencias directas emergentes de la imitación de modelos europeos y estadounidenses, sino también las huellas de interinfluencias dentro del continente.

¿Élites de vanguardia o gráfica en general? Tradicionalmente las historias del diseño se centran en el trabajo de los pioneros que se ubican en las vanguardias estéticas. Pero la gente vive sus vidas

rodeada de una gráfica popular que en general no aparece en los libros de historia. Esta gráfica de todos los días, sin embargo, contiene los aspectos más originales y específicos de nuestras culturas visuales. Si miramos la historia del diseño en Latinoamérica sólo con la intención de encontrar obras que se asemejen a trabajos europeos o estadounidenses de vanguardia, siempre vamos a aparecer como seguidores secundarios. En este enfoque normalmente se glorifica a los actores locales que más atentamente han seguido los modelos internacionales. Si en cambio, además de este importante aspecto, miramos la totalidad de la producción, es posible que encontremos cosas muy interesantes que responden a otros principios, posiblemente más integrados con las realidades culturales, sociales y económicas latinoamericanas.

Si uno se pregunta: "¿Para qué hacer historia?", la primera respuesta puede venir de Eric Hobsbawm, quien sostuvo que la tarea de los historiadores, es "... recordar lo que otros olvidan, ..." (Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Editorial Crítica Grijalbo/ Mondadori, 1997, p.13). "Recordar lo que otros olvidan"... Y ¿para qué? Somos humanos porque tenemos memoria. No repetimos programas biológicos generación tras generación. En el nacimiento de la memoria colectiva se encuentra la cuna de la civilización como la conocemos. Esa historia nos forma, nos ofrece marcos de referencia, nos ayuda a extender nuestro panorama, nos muestra experiencias, nos enseña sobre la base de lo que otros han vivido. Estudiar la historia del diseño no sólo implica mostrar imágenes: implica comprender otras situaciones dentro de las cuales esas imágenes fueron creadas.

Jorge Frascara

Profesor de Diseño en Comunicación Visual de la Universidad de Alberta, Canadá, y miembro de la Asociación de Educación de Diseñadores Gráficos, Estados Unidos. Ha sido Presidente de Icoagrada y organizador de numerosos congresos en Norteamérica, Europa, África y América Latina, dando conferencias en más de 25 países. Es autor de seis libros y diversos artículos sobre diseño y educación.

Guillermina Noël

Diseñadora en Comunicación Visual, Universidad Nacional de La Plata. Con cursos de postgrado en Argentina, ha dictado conferencias en Argentina y España. Trabajó como docente y diseñadora en La Plata, desarrollando gráfica para entidades estatales y privadas. Desde febrero de 2002 vive, trabaja y estudia en Edmonton, Canadá.



De izquierda a derecha: ilustración de Santiago Nattino, 1971; envase detergente Klenzo, versión de los años 70; dibujo del colectivo Grupolocal para superhéroe nacional, 2001.

Siempre existe un agente activo. Una situación no genera mecánicamente una imagen dada. Pero ese agente activo que la crea vive en un cierto espacio cultural que debe ser entendido si es que queremos comprender las imágenes que nos han quedado como testimonio.

La historia está compuesta por varias historias que conviven, pequeñas piezas que componen un todo. Una gran malla hecha de eslabones que responden a distintas causas y consecuencias. Tal vez sea posible tener una idea global de ese todo sobre la base del conocimiento de algunas de sus partes, pero por el momento aún falta conocer muchas de ellas. Necesitamos hacer memoria sobre cuáles fueron las necesidades que enfrentó el diseño en diferentes períodos, cuáles las circunstancias. Necesitamos reconstruir la vida cotidiana de diferentes momentos de nuestra historia: la calle, los gustos, los vestidos, las vidrieras de los negocios. De otra manera nos desarrollamos sobre la base de una historia que no nos pertenece completamente. Una historia que posiblemente haya influido a las nuestras, pero que no fue vivida y construida por nuestra gente. Huidobro tomó contacto con Marinetti; ése es un hecho. Pero, ¿cómo se transformó ese hecho en una influencia que afectó al desarrollo del diseño en Chile? ¿En dónde se evidencia? Juan Andralis conoció a Cassandre y a Frutiger durante su estadía en Francia. ¿Cómo afectó esto a su trabajo, y al diseño en la Argentina?

Si no hacemos este estudio de las realidades latinoamericanas a través del tiempo, nos quedamos empobrecidos, conocedores de una historia que

no es la nuestra, al menos, no totalmente. Nuestra historia, desgraciadamente, está salpicada de abruptos cortes relacionados con revoluciones, regímenes despóticos y golpes militares que interrumpen lo que podría ser un desarrollo sin saltos, generando violentos cambios resultantes de censura, liberaciones y persecuciones que a veces llevan al silencio y a veces a las más interesantes piezas de comunicación gráfica.

Hay dos aspectos fundamentales en el hacer historia: la compilación de datos y su análisis crítico. Los hechos presentados pueden ser verdaderos o falsos. La documentación debe ser perfecta. La interpretación de los hechos, en cambio, puede variar: puede haber análisis más sutiles o más burdos. La interpretación de los hechos implica propuestas de causas y efectos, y tomas de posición. La interpretación histórica analiza los "porqué" de las cosas, es discursiva y analítica. La documentación histórica, por su parte, se ocupa de "qué, cuándo, dónde, quién, y cómo", es descriptiva. Sin buena documentación es imposible hacer interpretación. El libro que nos ocupa es un documento fundamental para el desarrollo de los estudios históricos sobre el diseño en Chile.

Creemos que los historiadores tienen la responsabilidad de recordar lo que otros olvidan. Por eso celebramos esta publicación, y felicitamos a Pedro Álvarez Caselli y a la gente que lo asistió, por contribuir a la construcción del rompecabezas de la historia del diseño latinoamericano.

Jorge Frascara y Guillermina Noël
2004



CHILE TRABAJA POR CHILE!! 14 MAYO '72 2º DIA NACIONAL DEL TRABAJO VOLUNTARIO

ORGANIZAN
COORDINADOR NAC. DE JUVENTUDES.
SEC. JUVENIL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA.
ONSEV DEPTO. JUVENIL CUT.
DPTO. JUVENIL CONFEDERACION CAMPESINA E INDIGENA RANQUIL.
FECH. FEUT. FEITECH.
DPTO. JUVENIL COMANDO FAMILIAS SIN CASA.
FEDERACION CENTROS JUVENILES
MUPT. J.J.C.C. J.S. J.R.R. MAPU. I.C. J.S.D. API.

VICHO + TONO LARREA
25970



🕸 Evidencias de la profesión

El Diseño Gráfico es uno de los oficios más antiguos del planeta: Altamira, Lascaux, Tasili, Nazca y muchos otros lugares muestran evidencias visuales de esta práctica entre los humanos dibujantes y los observantes.

En este lejano rincón que es Chile también algunos antiguos desarrollaron el oficio, numerosos muros de piedra muestran las “rayas” de nuestros abuelos gráficos.

Con las evidentes influencias, presiones, imitaciones y recursos de nuestra cultura y circunstancias, el quehacer gráfico chileno ha evolucionado al ritmo de sentires, capacidades y metodologías propias de la tribu humana que hemos sido y somos.

Este documento de Pedro Álvarez Caselli, nos aporta evidencias de la profesión en el tiempo chileno: muchos hechos y resultados, una misma pasión-oficio y un solo objetivo: comunicar a la audiencia de cada época un mensaje visual, en forma atractiva, eficiente y recordable; y también enseña al país actual que el trabajo del Diseñador Gráfico Chileno ya da muestras de ser mayor de edad y como tal, se hace responsable de sus deberes profesionales.

Vicente Larrea

Diseñador Gráfico, Universidad de Chile. En 1965 se inicia como profesional en el Departamento de Extensión Cultural de dicha entidad. El año 1967 se independiza y forma su oficina de Diseño Gráfico. Paralelamente, imparte docencia en el Departamento de Diseño de la misma universidad hasta 1971. En 1977 amplía su oficina al rubro de la impresión.

Vicente Larrea Mangiola
Diseñador Gráfico / Impresor

Santiago, marzo de 2004



De arriba hacia abajo:
símbolo familiar Larrea,
inspirado en el arte rupestre;
“mujer”, ¿con cuernos? Valle
del Encanto, Ovale, Cuarta
Región; “picao de la araña”,
petroglifo, San Félix,
Tercera Región.

LA ARAVCA

na de don Alonso de Er-
cilla y çuñiga.

*DIRIGIDA A LA SACRA
Catholica Real Magestad del Rey
don Philippe nuestro Señor.*



EN SALAMANCA,
En casa de Domingo de Portonarijs, Impres-
sor de su Catholica Magestad.

1 5 7 4

Con priuilegio de Castilla, y de Aragon.

A costa de Vicente, y Simon de Portonarijs.

Esta tassado a

maravedis el pliego.

🌀 Introducción de la imprenta en Europa y América

Antecedentes generales

El diseño gráfico, producto del acelerado desarrollo de las tecnologías actuales, ha ido derivando paulatinamente a espectros proyectuales más amplios y complejos que hoy conocemos como “comunicación visual”, superando los límites que la especialización académica suponía para la educación artística tradicional.

Originalmente, el término “diseño gráfico” deriva de la expresión latina *Ars Graphica*, entendiéndose como el arte y la maestría de la escritura. Respecto a la intervención del diseño gráfico en áreas comunes a la historia de la escritura y el arte, dice el diseñador español Enric Satué: “Esta legal y leal bigamia le ha costado, hasta hoy, la más ostensible indiferencia por parte de ambas vertientes”¹. Por otro lado, el acceso reciente y masivo a prácticas otrora exclusivas del diseño gráfico, a consecuencia de la computación personal, ha revitalizado una despreocupación por esta disciplina.

Si bien los medios de comunicación visual fueron objeto de culto durante el período de la Antigüedad y posteriormente existieron algunos métodos de repetición y transmisión de información anteriores a la imprenta (papiros, códices, manuscritos, libros xilográficos, etc.), fue con el invento desarrollado por Gutenberg que la comunicación impresa inició una vasta transformación. A partir de esta nueva etapa, la disciplina gráfica comenzó a ser condicionada por la evolución tecnológica de su mayor obstáculo: la rápida y exacta multiplicación de un determinado original.

Portada de una edición de *La Araucana*. Esta obra, reimpressa en numerosas ocasiones, se publicó por primera vez en Madrid el año 1569 y fue el primer texto alusivo a Chile y sus habitantes.

La imprenta en Europa

Luego de la publicación de los primeros incunables de Gutenberg, la tipografía se expandió a Estrasburgo y Bamberg. La primera imprenta no alemana se estableció primero en Subiaco y luego en Roma. Con un aprovechamiento del nuevo medio superior a lo realizado en Alemania, Italia se transformó en el gran difusor de la tipografía y en el artífice de la introducción de ésta en España, en un lugar que hasta el presente no está del todo definido (Segovia, Valencia, Barcelona y Zaragoza). Pese a ello, la fecha aproximada al establecimiento de la imprenta en territorio español correspondería al año 1472.

Se ha discutido mucho acerca de cuál fue la primera obra impresa en España y hoy parece haber consenso en considerar que fueron los tres libros de Aristóteles, *Ethica, Economía y Política*². Sin embargo, para el historiador español Carlos Romero de Lecea el primer incunable español sería *El Sinodal de Aguilafuente*, impreso por el alemán Juan Parix de Heidelberg en Segovia³. Los orígenes históricos de la impresión en España pueden establecerse, razonablemente, durante el reinado de los Reyes Católicos, en tiempos de la unidad impuesta tras la definitiva supremacía castellana y coincidente con la llegada de la tipografía.

Desde el siglo XV existieron oficinas tipográficas en España, dirigidas en gran medida por extranjeros, principalmente de origen alemán. Todo este movimiento generó un importante desarrollo de la imprenta, pese a que en este país la producción de tipos propiamente tal no tuvo el desarrollo de Italia,

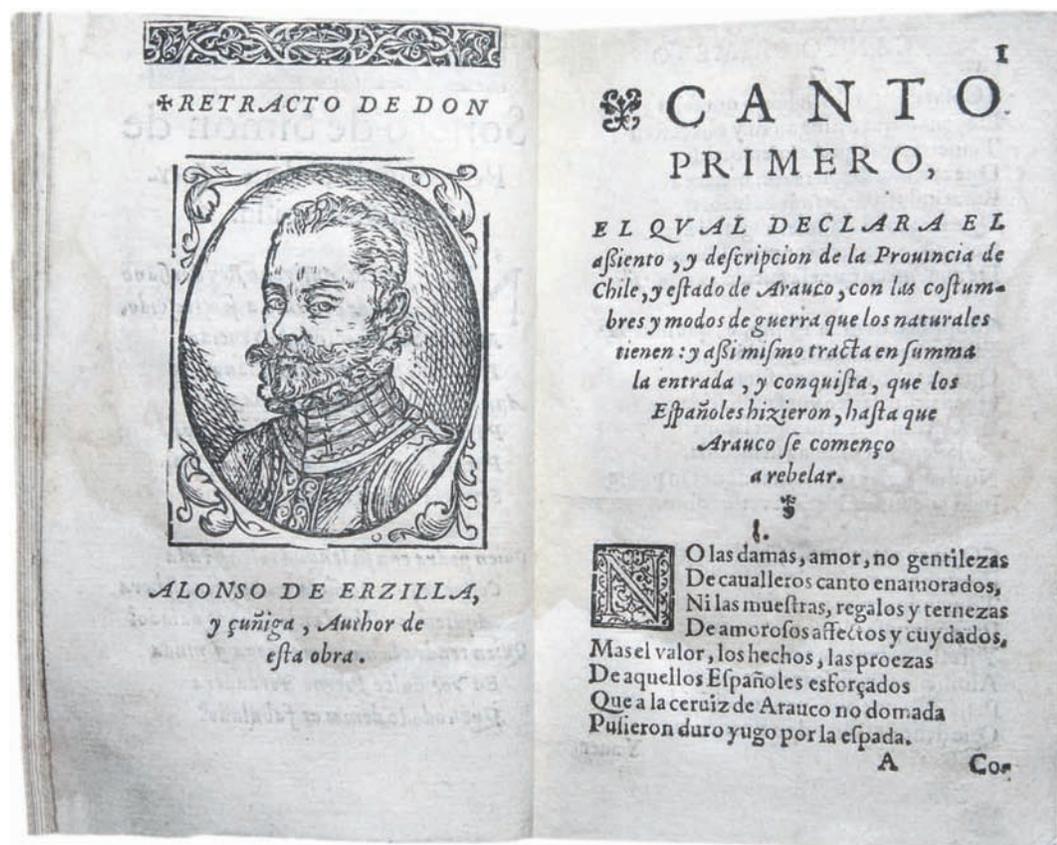
Francia o los Países Bajos, destacando la labor de Joaquín Ibarra y Marín (1725-1785), impresor que trabajó para la Real Academia Española y la Corona, a cuyo nombre se vincula una de las pocas fuentes tipográficas diseñadas en España a fines del siglo XVIII, cuyo uso se prolongará hasta mediados del XX. Entre los trabajos más destacados de Ibarra está la edición de *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*, realizada en 1780, una muestra elocuente del nivel alcanzado entonces por la tipografía en España, al tiempo que la imprenta daba también sus primeros pasos en Chile.

La imprenta en América

Dos décadas después de la introducción de la imprenta en España, el Descubrimiento de América abrió nuevas puertas al campo del desarrollo tipográfico peninsular, siendo fomentado y protegido, en gran medida, por la reina Isabel la Católica. Con el advenimiento del siglo XVI comenzaron a promulgarse las legislaciones relativas a la imprenta y la Inquisición inició una severa actividad de censura y prohibición de libros, en especial los llamados romances, a fin de evitar su entrada en América. La primera ciudad de las Indias Occidentales en la

que se instaló la imprenta fue la capital de la Nueva España (México), en cuyo lugar se sostiene que ya se imprimía en 1535, es decir, un año antes del descubrimiento de Chile⁴.

Sevilla fue el principal centro para las incursiones editoriales en América y Esteban Martín, el primer impresor que habría realizado trabajos en el Nuevo Mundo, como la obra titulada *Escalera Espiritual para llegar al Cielo*, que sólo se conoce por referencias muy dignas de crédito⁵. De los impresores que llegaron más tarde a América puede mencionarse a Juan Pablos —para muchos el iniciador de la tipografía en América—, Antonio de Espinosa, Pedro Ocharte, Pedro Balli y Antonio Ricardo. Este último, de origen italiano, fue el introductor de la imprenta en Sudamérica. Allí, después de no pocas dificultades, pudo iniciar en 1584 la impresión del *Catecismo de la Doctrina Cristiana* y en 1596 dio a la estampa el *Arauco Domado* de Pedro de Oña, precursor de las letras nacionales⁶. La primera obra impresa relativa a nuestro país fue *La Araucana*, de Alonso de Ercilla, publicada en España el año 1569 y reeditada en numerosas ocasiones. Entre las publicaciones de Ercilla y Pedro de Oña también se imprimieron otras obras de interés, como las de Alonso de Góngora y Marmolejo y Pedro Mariño de Lobera.



Páginas interiores de una reedición de *La Araucana* impresa en Salamanca, 1574. Esta publicación es una clara muestra del nivel alcanzado por la tipografía en España a fines del siglo XVI.



Izquierda: portada de una reedición de *Arauco Domado*, del poeta chileno Pedro de Oña, impresa en Madrid por Juan de la Cuesta. Derecha: portada del manuscrito original de la *Crónica del Reino de Chile* de Pedro Mariño de Lobera, que fue corregido y complementado por el jesuita Bartolomé de Escobar a partir de los escritos de Mariño de Lobera, realizados en Lima a fines del siglo XVI.

Es importante destacar que estos procesos de penetración de España en América se enmarcaron dentro de una amalgama de transformaciones y avances técnicos que se produjeron a partir de la segunda mitad del siglo XV. Este período se caracterizó por el notable despliegue de la disciplina editorial en Europa, lo que permitió al Renacimiento condensar en el libro impreso la mayor parte de sus postulados. Lamentablemente, durante el curso del siglo XVI, la tipografía se transformó en un domesticado instrumento al servicio de la Iglesia y el Estado⁷ y la siguiente centuria intensificó la tutela estatal sobre las manifestaciones culturales y artísticas. Respecto a la situación de la tipografía en este período, Enric Satué señala: "La imagen empieza a valorarse como complemento del texto y no, como hasta entonces, como único elemento susceptible de ser 'leído' por el público"⁸. Así lo demuestra la conocida *Historia Relación del Reino de Chile* del padre jesuita Alonso de Ovalle. Esta obra fue publicada en Roma en 1646 y se constituyó en una de las primeras obras que entregó una visión panorámica del país, siendo ilustrada con xilografías que fueron realizadas en Europa según descripción oral del propio Ovalle. También es digno de destacar el manuscrito *Cautiverio feliz* de Francisco Núñez de

Pineda y Bascuñán, cuyos textos van acompañados por dibujos hechos a mano por el autor.

De esta manera, a partir de diversos registros gráficos se construyó una imaginería popular de América, y por cierto también de Chile, que se transfiguró en una concepción generalizada de lo arcaico y lo exótico. Dicha iconografía prevaleció desde el Descubrimiento de América hasta fines del siglo XVIII, período en el que los europeos concibieron al continente como la región donde se situaba lo fantástico, lo exuberante y lo tropical. En resumen, lo extraeuropeo. Dice el historiador Miguel Rojas Mix: "Esta figuración acuñó un 'tipo iconográfico' en el que el europeo expresaba su idea global del americano y cuyas características eran la desnudez, el canibalismo y los atuendos de pluma"⁹. De esta época son las primeras Vedutas conocidas de puertos y ciudades chilenas que en 1619 aparecieron ilustrando la *Crónica de viaje a los mares del sur* de Spielberg¹⁰ y las representaciones embrionarias de los habitantes y paisajes de Chile realizadas en los siglos XVII y XVIII por artistas tales como Barent lansz, Albert Eckhout, William Hodges y Theodor de Bry, grabador flamenco y discípulo de Durero, que inspirado en el relato de viajeros como el italiano



Detalle de un dibujo alusivo a la costa patagónica chilena realizado hacia 1523.



Arriba, izquierda: edición original de la *Histórica Relación del Reino de Chile*, del sacerdote jesuita Alonso de Ovalle, impresa en Roma el año 1646. Este documento, que incluyó una serie de grabados realizados en Europa a partir de la descripción oral de Ovalle, se consagró como una de las obras más valiosas de la literatura colonial chilena.

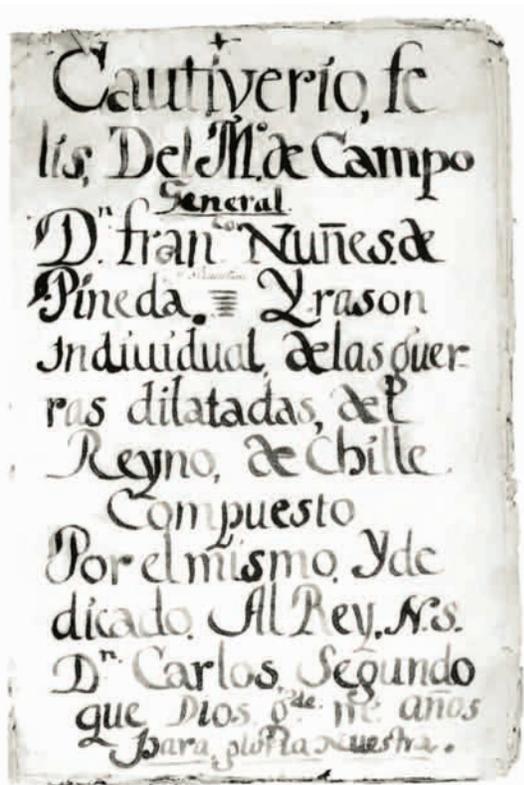
Arriba, derecha: grabado en madera de un habitante de Chile realizado hacia 1738. Este tipo de registros gráficos fue llevado a cabo por artistas y expedicionarios europeos, quienes de regreso al Viejo Continente entregaban los originales a editores, impresores o grabadores. Estos dibujos eran reproducidos generalmente en forma de láminas o como complemento del texto en ediciones que daban cuenta del paisaje y las costumbres del habitante americano.



Izquierda: plano de la ciudad de Santiago de Chile, publicado en las páginas interiores de la *Histórica Relación del Reino de Chile*.

Izquierda: portada del manuscrito *Cautiverio feliz y razón de las guerras dilatadas en Chile*, escrito por Francisco Núñez de Pineda y Bascañán en 1673. Esta crónica, que contiene textos y dibujos del autor, fue otro testimonio relevante de las costumbres, mitos y formas de vida de los pueblos originarios de Chile.

Derecha: detalle de una de las ilustraciones presentes en la *Histórica Relación del Reino de Chile*.



Gerónimo Benzoni, el alemán Hans Staden o el francés Jean Lery, publicó durante la última década del siglo XVI una serie de libros conocida como *Los Grandes y Pequeños Viajes*, donde los sucesos de la conquista eran ilustrados en aguafuerte a color. El valor de la obra mencionada radicó en expresar las impresiones que se sucedían en el mundo europeo respecto a lo que estaba pasando en América, como también las tensiones entre España y los países que cuestionaban su dominio en estos territorios, quienes se dedicaron a difundir la "leyenda negra" de la colonia española en América.



Ilustración aparecida en el *Compendio de la Historia Geográfica Natural y Civil del Reino de Chile*, publicada en 1776 por el abate chileno Juan Ignacio Molina en Bolonia, Italia.

El siglo XVIII intensificó el número de impresiones como pliegos sueltos, hojas volantes, boletines y cuadernillos. Es importante destacar que durante este período la escasez de papel en las imprentas coloniales era un problema bastante serio, lo que dificultaba la permanencia de los talleres. Como el precio del papel blanco común era elevadísimo, era casi una hazaña emitir cualquier clase de impreso. Otro factor limitante para el desarrollo de la imprenta en territorio americano fue que no podía imprimirse libro o papel alguno sin la debida licencia del Consejo de Castilla, a excepción de las esquelas para convites o las relativas a otros actos. Imprimir un libro, entonces, significaba luchar contra una rígida administración. De esta manera, en algunos lugares de América se publicaron nuevos periódicos que reemplazaron las antiguas gacetas manuscritas. No obstante, si la imprenta había tenido sus inicios en México hacia 1535, y también durante el XVI pudo localizarse en el Virreinato del Perú, será recién a fines del período colonial que ésta dará sus primeros indicios en la Capitanía General de Chile.

ALMANAK

U

ORDENACION DEL AÑO DE

1828

(Que es bisiesto)

Y DECIMO-NONO DE NUESTRA LIBERTAD POLITICA.



PRESIDELO LA IMPORTANTISIMA ESPLICACION DE LAS
indulgencias consecuente á la promesa hecha el año 25, de
ilustrar sucesivamente todos los ramos que constituyen
EL ALMANAK.

*Conforme á los preceptos de la Correccion Gregoriana
año de 1582, se organiza este Calendario.*

SANTIAGO DE CHILE:

IMPRENTA DE LA INDEPENDENCIA.

Capítulo 1

🌀 Primeras imprentas e impresos coloniales

Introducción de la imprenta en Chile

En el siglo XVIII predominó en Chile una cultura de la ilustración que desplazó a la época barroca, instaurada en gran medida por la hegemonía cultural jesuita (congregación que fue expulsada de Chile en 1767), siendo reconocibles las manifestaciones del estilo neoclásico en desmedro de formas culturales mestizas, las que pudieron adquirir mayor protagonismo en lugares como Quito o Lima.

En las postrimerías del siglo XVII habría existido en Chile una imprenta de naipes. En su *Bibliografía Chilena* de 1921, Luis Montt se refiere a un tal José de los Reyes quien, ya en 1696, habría dirigido un taller en Santiago destinado a la fabricación de naipes a partir de planchas de madera y metal. En el siguiente siglo, en 1748, el padre jesuita Carlos Haimhausen trajo a Chile varios oficiales mecánicos que manejaban las artes y oficios de Europa y algunos cajones y fardos que contenían diversos materiales comprados por él en el Viejo Mundo. Entre estas novedades venían embalados cinco cajones para imprenta de libros¹ que luego habrían pasado a manos de la Universidad de San Felipe. Según el historiador Diego Barros Arana, en las oficinas interiores de dicha Universidad se pudieron haber impreso algunas esquelas de citación, portadas para libros del archivo y algunas oraciones para el rezo. Se ha señalado incluso que a dicha imprenta podría atribuirse un folleto grabado en 1754 por un impresor de la orden jesuita, llamado Ignacio Garzía. No obstante, se carece aún de testimonios concretos de que la imprenta traída por los jesuitas haya funcionado en Chile. Algunos investigadores han señalado que luego de la

expulsión, pudo ser trasladada a Argentina (Córdoba) o Ecuador (Ambato).

También de importancia con relación a los inicios de la imprenta en Chile es la apertura de la Casa de Moneda en 1743 y el arribo a nuestro país, en 1748, del tallador español Manuel de Ortega y Balmaceda, tras lo cual comienzan a circular en Santiago, de forma muy limitada, algunos grabados e incluso esquelas de invitación².

Los “incunables” chilenos

Se denominan “incunables chilenos” todos aquellos impresos surgidos de las primeras prensas llegadas al país en la segunda mitad del siglo XVIII y con anterioridad a 1812, fecha de aparición de la *Aurora de Chile*, nuestro primer periódico nacional. Se llama a estos impresos “incunables”, por corresponder a los albores de la tipografía en territorio chileno, en tiempos que la imprenta ya había dejado atrás la “cuna del arte”, modo en que la literatura europea del siglo XVI denominó al primer siglo de actividad desarrollado por la impresión tipográfica.

En 1776 está fechado el que hasta hoy se considera el primer impreso chileno. Se trata de un modesto folleto religioso titulado *Modo de Ganar el Jubileo Santo*, en cuya portada se señala el lugar y el año de su publicación sin que haya sido posible establecer la identidad del impresor. Este “incunable” chileno de ocho páginas fue descubierto en 1910 por Ramón A. Laval, quien lo describió de la siguiente manera en la revista *Noticias Gráficas*: “Todo, á falta de viñetas,

Portada de la edición del *Almanak* correspondiente al año 1828.

adornado con profusión de signos tipográficos, como ser calderones, asteriscos, paréntesis, párrafos, diptongos, dobles efes; etc, y otros, lo cual da a la página un aspecto asaz extraño... La vuelta de la portada es en blanco, y le siguen siete páginas de texto, sin numerar³.

Según Alamiro de Ávila Martel, es en la segunda imprenta que ingresó a Chile, procedente de Lima⁴, donde se habría gestado este pequeño manual. No ha sido posible establecer la identidad del impresor, aunque de Ávila ha demostrado que, casi con certeza, se trata de un chileno cuyo taller estaba instalado en la calle de las Monjas Agustinas⁵. Sostiene además que en esta misma imprenta, pero con diferente impresor, se habrían realizado otros trabajos entre 1780 y 1784. Entre ellos, la tesis del alumno del Convictorio Carolino, José Ignacio Gutiérrez, dedicada al monarca de Hesperiae, Carlos III, en 1780. Este documento impreso lleva un escudo grabado en la parte superior de la portada. Es probable que algún tallador de la Casa de Moneda haya ejecutado dicha imagen, señalándose a Rafael de Nazábal, grabador de dicho establecimiento, como su posible autor⁶. Se especula también que tuvo a su disposición una pequeña prensa en la cual se habrían dado a luz algunos impresos como la tesis de Gutiérrez y distintas esquelas y reglamentos del mismo período.

Por otra parte, José Toribio Medina señala que José Miguel de Lastarria, doctor arequipeño que vino a Chile en 1777, pudo ser el primer importador de tipos móviles que llegaron al país, con los cuales se habrían impreso los trabajos recién mencionados. Lastarria además, habría traído a nuestro país las primeras muestras de impresos tipográficos. En 1787 apareció una nueva imprenta en Santiago, de mejor capacidad que las anteriores y que varios autores han asignado a José de Rezábal y Ugarte, magistrado de la Real Audiencia en Chile. En esta pequeña imprenta se hicieron algunas esquelas entre las cuales merecen destacarse unas hojas en folio en las que, por primera vez, un impreso chileno lleva texto e imagen (viñeta xilográfica). José Toribio Medina ha descrito dicho grabado como un “tosco diseño en madera de un catafalco”.

Al parecer, algunos tipos de esta imprenta habrían pasado a manos del bedel de la Real Universidad de San Felipe, José Camilo Gallardo, quien pudo haberlos adquirido para realizar varios trabajos. Dicho lugar fue el último taller del período hispánico y en él se imprimieron, a partir de 1800, algunas publicaciones para el uso del clero⁷. Una de ellas, la correspondiente a 1801, es el primer impreso

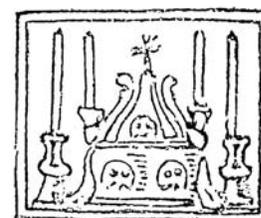
chileno que trae en el pie de imprenta el nombre del impresor: “Typis Camili Gallardo”. Respecto a estos “añalejos” o adiciones anuales al breviario y misal para el uso de sacerdotes, Sergio Martínez Baeza señala: “Estas obras publicadas por la imprenta de Gallardo en 1800 y 1801 tuvieron 74 y 90 páginas, respectivamente, y un buen nivel de calidad tipográfica⁸. Posteriormente Gallardo siguió trabajando, pero la calidad y el volumen de su producción decayó notablemente, debido a que la imprenta se vio disminuida en sus tipos a partir de 1802, por razones desconocidas y que parecen confirmarse por el hecho de que, en 1803, la autoridad juzgaba imposible imprimir un folleto en Chile y remitía a Buenos Aires el *Reglamento del Hospicio de Pobres*, para que un taller tipográfico de la Capital del Virreinato de la Plata asumiera esa responsabilidad⁹. Con estos antecedentes podemos afirmar que el arte tipográfico no tuvo un gran desarrollo en Chile a fines del período colonial y, aunque logró un buen grado de avance con los impresos de Gallardo, volvió a decaer hasta la aparición del primer periódico nacional, la *Aurora de Chile*, en 1812.

Expediciones y testimonios gráficos del país

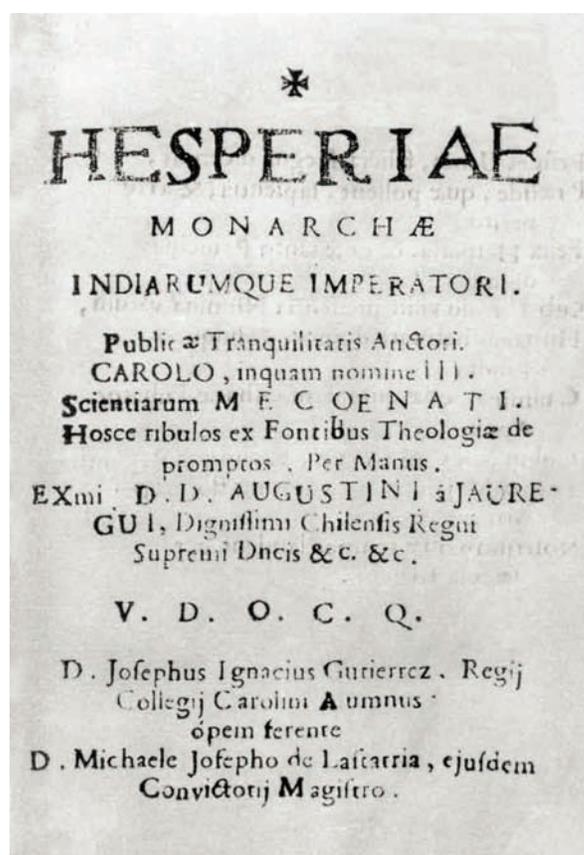
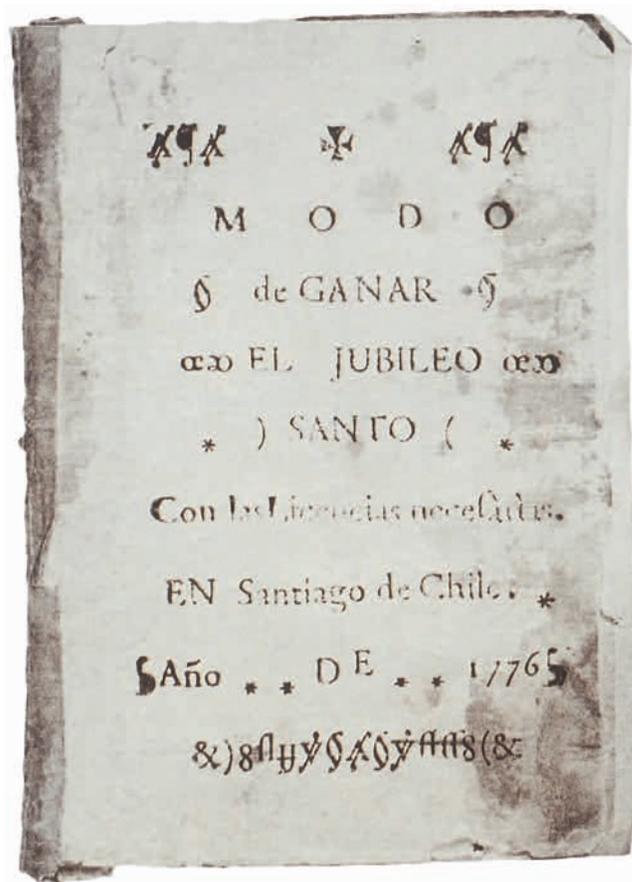
Es importante destacar que a partir del siglo XVIII comenzaron a realizarse una serie de expediciones, cuyo objetivo era dar un completo informe de las características geográficas, los recursos y las costumbres del pueblo chileno. A través de los dibujos de artistas y aficionados franceses, ingleses, españoles e italianos, se llevaron a cabo estos importantes registros gráficos. La presencia de dibujantes en estos viajes era fundamental, ya que ellos tenían la misión de entregar a los grabadores y litógrafos de Londres o París los originales que después se reproducirían en láminas impresas, generalmente acuareladas a mano. Otro hito importante fue la llegada de Alexander Von Humboldt a América, con su gran expedición científica en las postrimerías del siglo XVIII. Muchos fueron los artistas que llevaron a la práctica las sugerencias de Humboldt, para lo cual se organizaron numerosas expediciones, las que habitualmente traían un “artista-científico” encargado de dejar un testimonio gráfico de los lugares visitados. Esta labor de cronista visual se mantuvo hasta que la posterior difusión de la fotografía terminó por asumir tal función. Estas “vistas” de nuestro país fueron recogidas por artistas como Le Breton, Bayot y Goupil, ilustradores franceses que acompañaron a Dumont D’Urville a las costas del sur de Chile; la pintora y escritora Mary Graham, que en 1824 publicó el texto *Diario de residencia en Chile* con grabados hechos a partir de sus dibujos; el



Sello de la Real Universidad de San Felipe, hacia 1758.



Primera imagen presente en un impreso chileno, 1787. Se trata de una viñeta xilográfica empleada como complemento del texto en una esquila de convite para una ceremonia fúnebre. A partir de dicho año, surgieron varias hojas similares, realizadas con tipografía de cuerpo más pequeño y en mejor estado que los caracteres ocupados en los primeros impresos chilenos fechados entre 1776 y 1883.



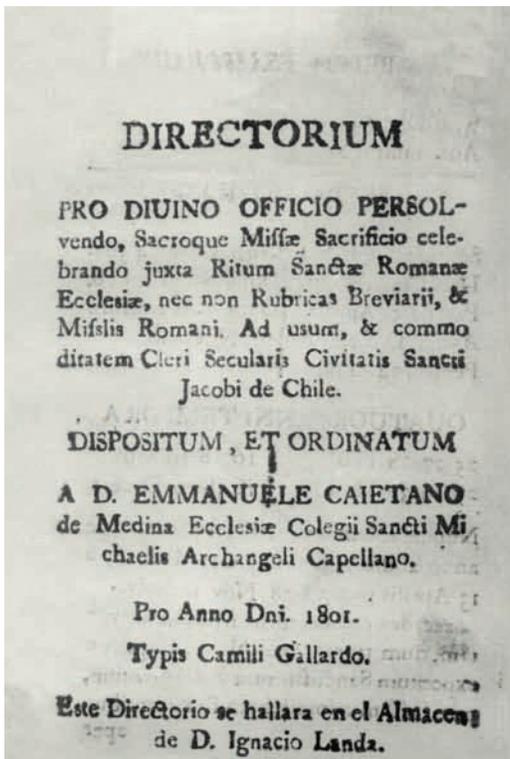
Izquierda: portada del *Modo de Ganar el Jubileo Santo*, primer impreso chileno conocido cuya data es 1776. Este folleto, dado a las prensas en Santiago, tiene 8 páginas que miden unos 113 x 75 mm. La identidad de su impresor y por ende, del primer tipógrafo chileno, es hasta la fecha desconocida. Derecha: portada de la tesis de 16 páginas del alumno del Convictorio Carolino, José Ignacio Gutiérrez, impresa en 1780.

profesor Eduardo Poeppig, quien editó un atlas con litografías de la zona central de Chile; los pintores Ernesto Charton de Treville, Robert Krause y Mauricio Rugendas. Este último, autor de las mejores representaciones del paisaje andino y las costumbres de la época, y científicos con habilidades en el dibujo como Claudio Gay y Rodolfo Philippi, quienes publicaron sendos atlas dedicados a Chile.

El desarrollo de la razón en oposición a la ideología escolástica-religiosa, generó a fines del período colonial un interés por fomentar las artes mecánicas y útiles. A pesar de que la fundación de la Real Universidad de San Felipe¹⁰, en 1758, representó el fin de la autorización pontificia a Jesuitas y Dominicos para otorgar grados en Artes y Teología, la visionaria gestión de Manuel de Salas permitió a la Real Academia de San Luis dictar clases de dibujo a cargo del italiano Martín Petri en 1797. Es importante destacar también que Salas fue un firme partidario de la introducción de la imprenta en Chile a fines del período colonial.

Primeras publicaciones e intentos de comunicación impresa

Los primeros impresos nacionales ya mencionados fueron pequeñas hojas que luego de cumplir su objetivo, desaparecieron sin dejar mayor testimonio de su presencia. Se trató de ediciones muy reducidas, provenientes de las llamadas "imprentas coloniales", que en rigor eran modestos talleres artesanales donde hasta el año 1812 tuvo lugar el arte de imprimir en Chile, a pesar de que se trabajaba con una sencilla caja con escasos tipos, algún componedor y, si es que la hubo, una prensa muy pequeña. Hasta ese entonces, el grupo culto y la aristocracia se comunicaban e informaban a través de publicaciones extranjeras o en las llamadas tertulias. Al respecto, dice el historiador Sergio Villalobos: "Cuando surgían conflictos hacían su aparición pasquines y poesías manuscritas que se ubicaban en sitios públicos o se hacían circular de mano en mano"¹¹. También llegaron en forma clandestina al país, sobre todo desde Buenos Aires, hojas sueltas y panfletos que



Izquierda: primer impreso chileno que lleva pie de imprenta: "Typis Camili Gallardo". Este misal para uso religioso fue publicado en 1801 por José Camilo Gallardo, funcionario de la Real Universidad de San Felipe.

Derecha: primer ejemplar de la *Aurora de Chile* impreso en 1812 por los tipógrafos estadounidenses Samuel Burr Johnston, Guillermo H. Burbidge y Simón Garrison. Se trata de una hoja de papel, que doblada en dos tiene un formato de 21 x 32 cms, con 4 páginas compuestas a dos columnas.



Arriba: imagen que apareció en el cabezal de la *Aurora de Chile* a partir del número 18. Esta misma viñeta reaparecerá en el *Monitor Araucano* con la leyenda: "Las Luces seguirán a nuestros triunfos".

Abajo: viñeta utilizada por José Camilo Gallardo en las portadas de algunos folletos como los *Almanak*. Esta figura puede considerarse, junto a la viñeta de la *Aurora de Chile*, como pionera en la utilización de una "imagen distintiva" en nuestro país.

circularon entre los patriotas más informados y que buscaron ampliar el conocimiento de los chilenos para que no se dejaran engañar por las publicaciones procedentes de España.

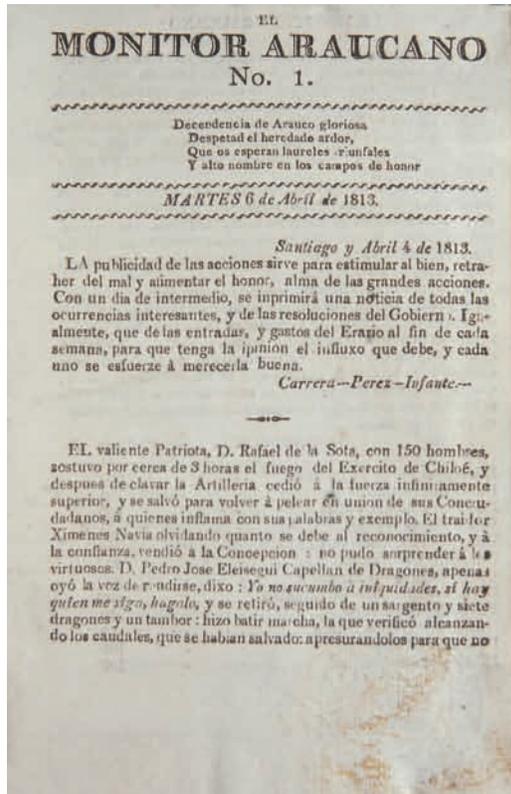
La gesta de la Independencia de Chile permitió que el comercio nacional adquiriera una mayor dimensión al abrir los puertos al intercambio internacional, luego de eliminarse las trabas institucionales impuestas por la corona española. La estabilidad política y social de fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, permitió generar una economía agropecuaria y mercantil impensable en la otrora miserable y lejana Capitanía General de Chile. Agentes y diversas casas comerciales francesas e inglesas se establecieron a partir de la década de 1820, tanto en Valparaíso como en Santiago, mezclándose con el mercader español proveniente del período colonial. Este comercio incipiente recurrió a una promoción muy elemental de letreros hechos a mano, los que se ubicaron en puntos de venta o en las casas de los mismos distribuidores. Con el proceso emancipador y la aparición de la prensa escrita, este tipo de propaganda se trasladó paulatinamente a los avisos de los periódicos, realizados inicialmente sólo en tipografía.

Una vez instalada la primera Junta de Gobierno en 1810, Juan Egaña, colaborador de ella, planteó la necesidad de traer al país una imprenta con el fin de editar un periódico. La Junta inició gestiones

en Buenos Aires para obtener una, pero éstas no fructificaron. Sin embargo, un comerciante sueco-estadounidense llamado Mateo Arnaldo Höevel trajo desde Estados Unidos la tan ansiada prensa. El año 1811 llegó al puerto de Valparaíso la fragata Galloway, desde la cual se desembarcó la máquina importada por Höevel. Además, venían con ella tres tipógrafos provenientes de Boston: Samuel Burr Johnston, Guillermo H. Burbidge y Simón Garrison. Poco después, y con esta misma prensa, fue armado e instalado un taller tipográfico en la Universidad de San Felipe. Se le conoció como la Imprenta del Gobierno y la administración de Carrera dispuso que fuese Fray Camilo Henríquez quien la dirigiese en Santiago.

El 13 de Febrero de 1812 apareció el primer número de la *Aurora de Chile*¹². Los tipógrafos estadounidenses compusieron e imprimieron las columnas del que, hasta hoy, es considerado el primer periódico nacional. Henríquez fue el encargado de la redacción. Con cuatro páginas impresas a dos columnas de texto y con un formato cercano al actual tamaño octavo, esta publicación no incluyó imágenes o viñeta alguna en sus primeros números. Sin embargo, en un prospecto aparecido antes de la publicación del primer número, y a partir de la edición 18, podemos encontrar una viñeta correspondiente a unas montañas iluminadas por un sol que se asoma tras ellas. Esta imagen se reitera hasta el último número de la *Aurora de Chile* (58) de 1813 y aparece

El Monitor Araucano, segundo periódico nacional publicado en 1813. A diferencia de la *Aurora de Chile*, el formato más reducido del *Monitor* (14 x 20 cm.), no facilitó la inclusión de una propaganda revolucionaria eficaz como sí ocurrió con el primer periódico nacional.



—♦—

D. HENRIQUE ROSS,
INGENIERO,
NATURAL DE BALTIMORE,

Ofrece sus servicios al público de Chile, adonde acaba de llegar: se há ocupado en la construcción de máquinas de todo genero, particularmente las que sirven para desaguar las minas. El que quiera ocuparlo ocurra á la imprenta.

ARTICULO COMUNICADO.

Santiago y Agosto 7 de 1812.

SEÑOR EDITOR DE LA AURORA.

MUY Señor mio: he observado el gran empeño, que se tiene de publicar con repetición por carteles impresos, y en sus gazetas los progresos, y como cosa nueva el feliz resultado de la vacuna, del que estabamos de antemano suficientemente impuestos, para desimpresio-

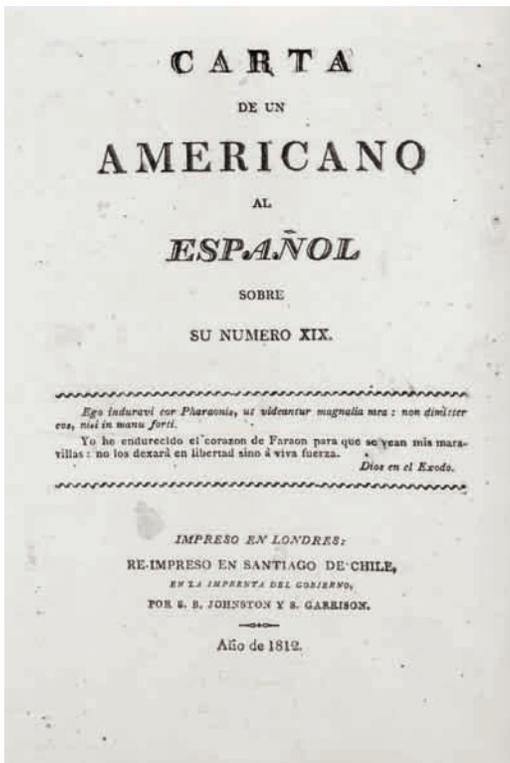
Arriba: primer aviso aparecido en una publicación chilena. Fue incorporado en el número 13 de la *Aurora de Chile*, 1812. Abajo: carta de un lector publicada en el mismo periódico que hace alusión a la aparición de carteles para difundir los beneficios de la vacunación.

intercalada entre los textos que dan el nombre a la publicación. El hecho de que esta figura se repita en forma inalterable en varios números del periódico la hace ser pionera en el diseño de marcas distintivas en Chile, aunque sólo se trate de una simple viñeta xilográfica.

Fruto de las labores de los tres tipógrafos estadounidenses fueron, además de la *Aurora de Chile*, todos los impresos que vieron la luz pública en el Santiago de aquel entonces, entre ellos la *Carta de un Americano al Español* que, de acuerdo a lo señalado por José Toribio Medina, sería el primer libro impreso en Chile¹³. Es probable que Samuel Burr Johnston haya dirigido esta imprenta, a juzgar por los colofones de los impresos donde siempre aparece su nombre en primer lugar. Sin embargo, los libros todavía se seguían imprimiendo en Lima, como la gran mayoría de los publicados en la costa del Pacífico.

Publicaciones posteriores a la *Aurora de Chile* van a reiterar este recurso gráfico de identificación, colocando una pequeña imagen (dibujo o grabado) en la parte superior de la portada, como acompañamiento o reafirmación del carácter del impreso. Es el caso de algunos periódicos como *El Alcornoque* (1824), *El Valdiviano Federal* (1827), *La Voz del Comercio* (1829), todos de Santiago; *El Mercurio de Valparaíso* (1827), *El Minero de Coquimbo* (1828) y *La Laucha* (1829), de La Serena. De todas maneras, la regla general es que en la mayoría de las publicaciones de este período prevalezcan los bloques de texto, compuestos en caracteres con serif, por sobre la imagen. En ese sentido, hay que recalcar que recién en 1820 aparecen en Alemania los primeros alfabetos completos sin remates, por lo que difícilmente se pudo disponer de caracteres de palo seco en los talleres de este período.

La introducción de la imprenta y la aparición de la prensa escrita provocaron la progresiva llegada al país de diversos materiales para las Artes Gráficas. Lo anterior también dio inicio a la difusión de informaciones y la publicación de avisos en Chile, inicialmente compuestos mediante bloques de texto, que fueron incorporando poco a poco pequeñas viñetas o ilustraciones. Se iniciaba así un largo proceso en que el mensaje visual acompañará progresivamente a productos y servicios mediante publicidad impresa, anuncios en la prensa, folletos, carteles, etc¹⁴. El primer aviso publicado en Chile apareció en el número 13 de la *Aurora de Chile* donde el ingeniero D. Henrique Ross ofrecía sus servicios al público. Por otro lado, la temprana aparición de carteles informativos puede verificarse en un artículo aparecido en el número 27 de la misma publicación,



donde un lector se dirige al editor en los siguientes términos: “Muy señor mío: he observado el gran empeño que se tiene en publicar con repetición por carteles impresos, y en sus gazetas los progresos, y como cosa nueva el feliz resultado de la vacuna, del que estábamos de antemano suficientemente impuestos...”.

Proclamas, carteles e impresos revolucionarios durante la Reconquista

En 1812 se comenzaron a imprimir las primeras proclamas en forma de pequeñas hojas sueltas, las que se pegaban en los muros y pueden ser consideradas como un precedente temprano de los carteles de propaganda política en Chile. Conocidas son, por ejemplo, las proclamas impresas por Carrera y por el bando realista. En 1815 y 1816 Casimiro Marcó del Pont hizo pegar en las calles de Santiago una serie de hojas sueltas en las que se exigía la captura, vivo o muerto, de Manuel Rodríguez. Respecto a esta etapa, dice el historiador Raúl Silva Castro: “Los carteles se fijaban de noche en aquellos sitios públicos más frecuentados, o se distribuían de mano en mano haciendo uso de personas a las cuales no se podía culpar. Generalmente era un esclavo el que salía de la casa en la cual se había escrito el pasquín, con encargo de hacerlo deslizarse bajo la puerta de un vecino determinado...”. Y agrega: “Un historiador

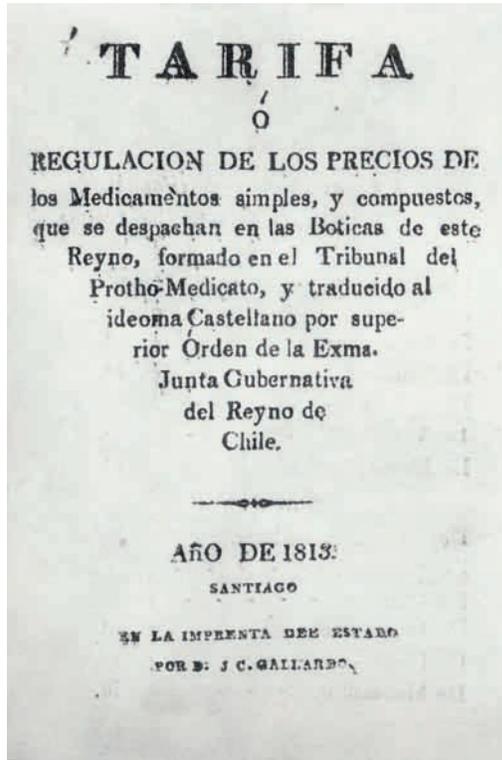
chileno ha definido el pasquín en una de sus formas más conspicuas, esto es, como cartel que se fija en un sitio público para que lo lean todos los vecinos, y señala la existencia de uno que pagaríamos por conocer. Amaneció un día a las puertas de palacio, un cartelón semejante en que groseramente se había dibujado un numeroso cortejo de oficiales con brillantes uniformes, seguidos de un solo soldado andrajoso y mal traído...”¹⁵. No obstante, y pudiendo atenernos a esta última anécdota, resulta cuestionable la efectividad de dichos “carteles” en tiempos de una escasa alfabetización aún entre los grupos privilegiados, considerando la gran cantidad de texto que éstos incorporaban, lo que lleva a pensar en preocupaciones inherentes a la publicidad moderna, como la obtención de una adecuada síntesis formal en los mensajes destinados al espacio público.

Fueron varios los periódicos que anunciaron su próxima aparición a través de carteles impresos o manuscritos. Es el caso, por nombrar algunos, de *El Independiente* (1821), *La Voz del Comercio* (1829), *El Almanak* (1832), *La Moción* (1840) y *El Veterano* (1840). Estos carteles, proclamas o avisos sólo tuvieron un carácter meramente informativo y no alcanzaban a ser más que pequeñas hojas impresas por un solo lado. Su gráfica estaba aún muy lejos de lo que hoy conocemos como “cartel moderno”, cuyo despegue se iniciará recién en el último tercio del siglo XIX con los aportes de Jules Chéret y Toulouse-Lautrec.

Izquierda: portada del libro *Carta de un Americano al Español*, publicado originalmente en Europa y reimpresso en 1812 por los tipógrafos estadounidenses Samuel Burr Johnston y Simón Garrison. Ha sido considerado por el historiador y bibliógrafo José Toribio Medina como el primer libro realizado en Chile.

Derecha: dibujo impreso a la manera de un volante en 1818 ó 1819, que ha sido atribuido a José Miguel Carrera, Manuel Gandarillas e incluso, a los mismos españoles. Carrera se asoció con Gandarillas y en 1818 fundó la Imprenta Federal donde también se imprimieron proclamas y prospectos. Durante un corto período, Gandarillas se hizo cargo de la impresión de la *Aurora de Chile* hasta ser relevado por los tipógrafos Samuel Burr Johnston y Simón Garrison.

Portada de dos impresos correspondientes a 1813 y 1814, realizados por José Camilo Gallardo, primer tipógrafo chileno conocido y el más activo en este oficio durante las dos primeras décadas del siglo XIX. La colaboración de Gallardo con la corona española durante el período de la Reconquista, será motivo directo para un temprano alejamiento de la actividad tipográfica, de la cual fue uno de los precursores a nivel local.



José Camilo Gallardo fue el autor de algunos de los impresos revolucionarios anteriormente mencionados, a pesar de que simpatizó con la causa española. Esto último le causó graves problemas con el Gobierno chileno a partir de 1817. En 1813, Gallardo arrendó la Imprenta del Gobierno, después de que se imprimió *El Monitor Araucano*, lo que le hizo ser el único chileno con un establecimiento tipográfico en el país. En este lugar, Gallardo formó una pequeña “escuela” al incluir jóvenes aprendices de las técnicas tipográficas. Entre sus discípulos puede mencionarse a José Benito Herquiñigo, Antonio Xara, Alfonso Benítez, Pedro Cabezas, José Silvestre Pérez, Esteban Vallés, Vilugrón y Eusebio Molinare. Al parecer, las relaciones entre Gallardo y los impresores jóvenes no fueron de las mejores, ya que éstos se mostraron proclives a la causa nacional. Eusebio Molinare, durante el período, llegó a cometer deliberadamente errores tipográficos en sus labores de cajista, con el fin de desacreditar a las autoridades del bando realista.

Es un hecho que todos los impresos realizados durante la Reconquista acusen una muy mala presentación y un abierto deterioro de los tipos. A pesar de que las prensas con que trabajó estaban en mal estado, los pliegos de papel eran de mala calidad y las impresiones no mostraban gran progreso, Gallardo siguió adelante. En 1814 dio a la luz el primer *Almanak* nacional, pequeño anuario de varias

páginas en cuya portada, además de textos, aparece el dibujo de un sol conteniendo una luna, diseño que probablemente Gallardo tomó de los *Almanak* que se venían haciendo en Buenos Aires desde fines del siglo XVIII. Esta figura se volverá a repetir en varios almanaques posteriores, incluso pasada la primera mitad del siglo XIX. De tal modo, esta imagen se transformó, al igual que las montañas de la *Aurora de Chile*, en una marca distintiva de la publicación.

Gallardo imprimió también una serie de proclamas, sermones y esquelas que, por lo general, al texto base agregaron una pequeña figura o dibujo, así como intentos de ornamentación basados en caracteres de poco uso, semejantes a lo apreciable en la portada del *Modo de Ganar el Jubileo Santo*. En 1817 dejó de ocupar las prensas que había arrendado y ese mismo año Diego Antonio Barros compró una nueva imprenta que vendió al Gobierno. Por haber apoyado a la corona entre 1814 y 1817, Gallardo fue rechazado y sustituido en 1818 por Pedro Cabezas, antiguo discípulo suyo, quien quedó a cargo de la Imprenta del Gobierno.

En vísperas de la Independencia Nacional, circularon en Chile “hojas voladoras” que contenían versos satíricos alusivos a la política. La acción desmoralizadora y corrosiva de estos volantes sueltos llamados “glosas” dio origen a la creación de un Tribunal de Disciplina que tuvo por principal objetivo



1850



1854



1874



1890



1929

reprimir nuevas apariciones de panfletos. Curiosamente, Manuel de Salas y José Miguel Carrera han sido sindicados como los primeros caricaturistas en Chile, ya que a ellos se atribuyen algunos de estos primitivos dibujos satíricos. Sabido es que Manuel de Salas habría sido el autor de *La linterna mágica* (1811), especie de pasquín que traía caricaturas de los parlamentarios del Primer Congreso Nacional y cuyo autor firmaba como José Líquido Transparente¹⁶. Con respecto a Carrera hay que mencionar que manejó su propia imprenta durante el exilio en Montevideo, donde habría realizado algunas caricaturas en forma de panfleto; además trabajó en labores de índole similar durante su permanencia en los Estados Unidos¹⁷.

Desarrollo de la simbología cívica y la edición política

El cambio del sistema monárquico al republicano trajo consigo algunas modificaciones sustanciales en la simbología cívica y los emblemas patrios, aunque la organización social proveniente del período colonial continuó vigente hasta bien avanzado el siglo XIX.

En 1817, poco después de la Batalla de Chacabuco, O'Higgins trajo a Camilo Henríquez desde Buenos Aires y creó la que actualmente es conocida como la segunda bandera chilena. Sin embargo, ese mismo año encargó al ingeniero andaluz Antonio Arcos actualizar el emblema nacional, lo que a la postre se transformó en su versión definitiva. Anteriormente, Carrera había creado la primera bandera y el primer escudo de armas. En 1819 O'Higgins cambió ese escudo, manteniendo del diseño original solamente el globo terrestre.

Finalmente, el artista inglés Charles Wood diseñó en 1834 el actual Escudo Nacional, además de algunos sellos y monedas, como un encargo del Gobierno de Chile. Si bien Wood era de oficio marino, también trabajó como paisajista, ceramista, profesor de dibujo en el Instituto Nacional y proyectista de planos topográficos. Por el contrario, llama la atención que se le haya encomendado a Antonio Arcos el diseño

de nuestra actual bandera chilena, ya que se trató de un comerciante español poco relacionado con las prácticas del dibujo o la pintura. Sin embargo, podemos señalar que este inusual encargo se debió en gran medida a sus buenas relaciones con Bernardo O'Higgins, entonces Director Supremo de Chile, y a sus estrechos lazos con los grupos de poder, al tratarse de un importante propietario de casas comerciales.

El regreso en 1818 de los patriotas desterrados marcó el comienzo de una segunda etapa para la imprenta, con la proliferación de periódicos y folletos de corta vida en formato tabloide u octavillas. Ese mismo año se publicaron cuatro periódicos en Santiago y ninguno en las otras ciudades del país. Estas publicaciones semanales fueron compuestas en la Imprenta del Gobierno y tanto editores como tipógrafos se hallaban completamente sometidos a la autoridad, al tratarse de empleados de la administración gubernamental.

En este período aparecieron algunas publicaciones como *El Argos de Chile*, *El Duende de Santiago*, *El Sol*, *El Chileno*, *El Telégrafo* y, hacia 1820, *El Juguete*, que recurrió a la naciente explotación de la vertiente satírica. Estos años marcaron el inicio de una mayor libertad de expresión para las publicaciones en términos de contenido. Ya en 1818, el periódico *El Sol* planteaba el problema de la libertad de imprenta en su prospecto y tres años después, a través de carteles que citaban un artículo constitucional garantizando dicha libertad, se anunciaba la aparición de *El Independiente*. A pesar de la escasez de medios materiales, se imprimieron publicaciones de diversas corrientes sin mayor censura. Estos periódicos ejercieron una mediana influencia dentro del medio santiaguino y, en general, no presentaron grandes cambios tipográficos o novedades en lo relativo a la incorporación de imágenes. En lo que respecta al diseño propiamente tal, se produjo una lenta y paulatina diferenciación entre los periódicos nacionales y la estructura gráfica proveniente de la tradición del libro, para encaminarse hacia la diagramación y la visualidad propia de los medios informativos, proceso que cobrará mayor fuerza durante la segunda mitad del siglo XIX.

Cinco versiones del Escudo Nacional. Este símbolo fue representado durante todo el siglo XIX, y bien entrado el XX, por el expediente del grabado o el dibujo lineal. El diseño original se basó en la propuesta realizada por el pintor Charles Wood en 1834, que incluyó un fondo figurativo con una estrella al centro, un cóndor a la izquierda y un huemul a la derecha del escudo, ambos pre-munidos de coronas navales. En 1920 se incorporó el lema "Por la razón o la fuerza", y en 1967 se especificaron en forma definitiva sus características actuales por Decreto Supremo. Es importante mencionar que durante dos siglos, el diseño original de Wood se representó con algunas variantes y diferencias que dependieron de los dibujantes e imprentas donde fue ejecutado el emblema. En tal sentido, las versiones de la actual Bandera Nacional han sido más homogéneas en razón de su mayor abstracción y simplicidad. Los escudos aquí seleccionados corresponden a grabados y dibujos aparecidos entre 1850 y 1929 en publicaciones de Julio Belín, Narciso Desmadryl, Jacinto Núñez, Sociedad Unión de los Tipógrafos y en el *Libro Oficial de Chile para la Exposición Internacional de Sevilla*, en 1929.

EL ALMIRANTE

EL ALCORNOQUE.

VIVA EL REY
LA CLAVE
EL ANTIFEN
EL SOL

Cabezales de periódicos anteriores a 1830.

Con la libertad de comercio, el país se vio inundado de libros y folletos que se ocuparon de asuntos locales como también de ensayos originales y traducciones de obras relevantes de diversos autores extranjeros, las que contribuyeron a ilustrar a la escasa población no analfabeta. En contrapartida, esta multiplicación de la prensa escrita trajo como consecuencia una explosión de impresos de corta vida y de gran agitación política. En relación a ello, Sergio Villalobos señala: "La caída de O'Higgins motivó la creación de otros periódicos pequeños, opúsculos y hojas impresas que con el pretexto de censurar el pasado se lanzaron en destempladas campañas contra personas e instituciones. El ambiente se caldeó de tal manera que muchos editores entraron en disputas personales"¹⁸.

En 1822, Camilo Henríquez fundó una publicación que algunos investigadores e historiadores como Domingo Amunátegui Solar, Raúl Silva Castro y Sergio Villalobos han considerado como la primera revista chilena. Se trata del periódico *El Mercurio de Chile*, aparecido en 1822 y que en razón de su contenido (inclusión de textos y artículos más extensos y elaborados), ha sido catalogado como revista¹⁹.

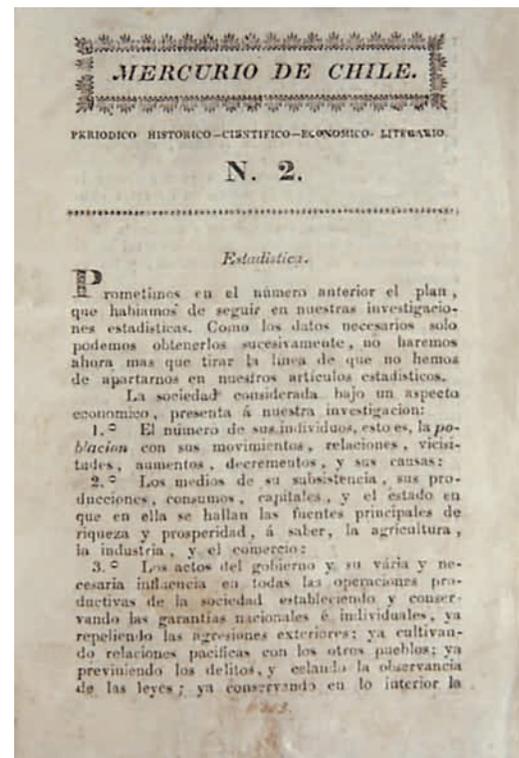
Como fue señalado anteriormente, en el período del Romanticismo existió un gran interés por América de parte del mundo europeo, lo que se tradujo

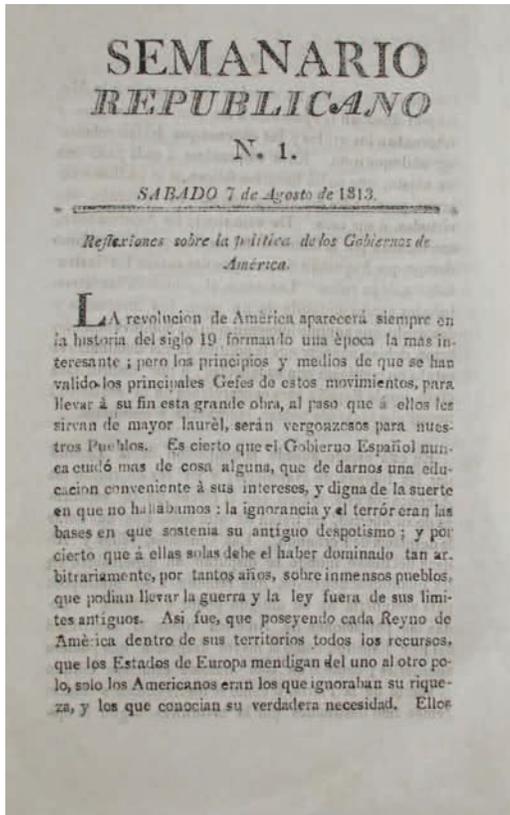
muchas veces en la creación de libros y álbumes ilustrados con dibujos y litografías de diversos artistas. Ejemplo de ello fue *la Serie panorámica de vistas de Santiago*, publicada en 1821 en Londres y que contiene un grupo de hermosas litografías. Sin embargo, correspondió a Lord Thomas Cochrane el haber introducido en Chile la primera prensa litográfica en 1820, después de tomar Valdivia. En este aparato traído de Europa se imprimieron algunas proclamas que probablemente se debieron al pintor ecuatoriano Carrillo, protegido de Cochrane. Posteriormente, dicha prensa fue utilizada para imprimir nuevas proclamas y algunas estampas dibujadas por Mary Graham. Dice esta viajera inglesa en su diario con fecha 3 de Enero de 1823: "Hoy armé la prensa litográfica, en la carpa de Lord Cochrane, para imprimir la siguiente proclama a los chilenos, que espero tener lista mañana... Mr. C... que conoce el manejo de la prensa mejor que nosotros, se ha ofrecido para ayudarnos a sacar las reproducciones..."²⁰. En este testimonio, Graham se refiere al pintor Carrillo, quien conocía los procedimientos de la técnica litográfica. En 1823, Cochrane partió con su prensa a Brasil. Ese mismo año, el ciudadano estadounidense Mateo Chessi trató de introducir en el país la fabricación de papel, pues había notado que éste provenía en su mayor parte del extranjero. Dicha iniciativa no prosperó, y recién en 1875 se dará inicio a tal producción en el país²¹.

Izquierda: portada del ejemplo número 48 de la *Gazeta Ministerial Extraordinaria de Chile*, 1821. Este impreso exhibe alguna renovación en la disponibilidad de fuentes tipográficas tras los tiempos de la emancipación, además de incorporar una viñeta xilográfica de formato mayor a la empleada por la *Aurora de Chile* o los *Almanak*.



Derecha: portada del segundo número de *El Mercurio de Chile*, 1822. Esta publicación, dirigida por Camilo Henríquez, ha sido considerada por distintos historiadores y bibliógrafos de la literatura chilena como la primera revista nacional.





Portada del periódico *Semanario Republicano*, 1813.

En 1820, con el fin de publicar libros y periódicos, Esteban Vallés había establecido en Chile la primera imprenta particular y al año siguiente fundaba la Imprenta Nacional. Posteriormente, otros dos ex-discípulos de Gallardo instalaron sus propias imprentas: Vilugrón y José Silvestre Pérez, quienes también trabajaron con Vallés. En 1822 aparecieron imprentas en La Serena y Concepción, que en rigor fueron las primeras que se instalaron en las capitales de provincias. Al respecto, el historiador Guillermo Feliú Cruz señala: "En 1823, hasta el 28 de enero, fecha de la abdicación de O'Higgins, funcionaban las siguientes imprentas: la Nacional, la de Vallés, la del Gobierno y la del Estado"²².

Advenimiento de las primeras imágenes y anuncios en los medios impresos

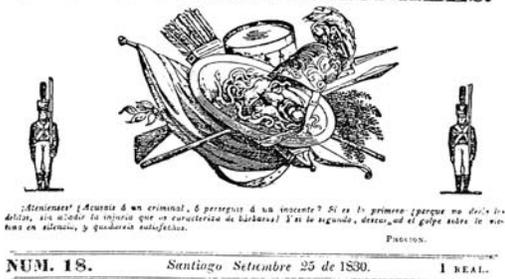
La gesta de la Independencia no trajo consigo una real transformación de la sociedad chilena, la cual mantuvo sus directrices rurales en medio de una aristocracia dirigente con un marcado sentido religioso. Esto generó un ostensible clima de tensión tanto en Santiago como en algunas provincias, por lo que no resultó extraña la aparición de varios periódicos de combate: *El Tizón Republicano*, *El Apagador*,



Cabezales de tres periódicos publicados en Coquimbo y Santiago entre 1828 y 1830.



EL DEFENSOR DE LOS CONSTITUCIONALES.



El Imparcial de Chile, *El Clamor de la Patria*, *El Liberal*, *El Avisador Chileno*, *La Abeja Chilena* y numerosos folletos, opúsculos y hojas sueltas que, además de injuriar o ensalzar al Gobierno, se dedicaron a difamarse entre sí.

En estas publicaciones no existía ningún interés de introducir imágenes como acompañamiento de los textos y, en general, los títulos estaban compuestos en tipos muy semejantes. Hay que tener en cuenta que, durante las primeras décadas del siglo XIX, los lugares donde se generaron estos impresos eran talleres artesanales donde trabajaban muy pocas personas, las que tenían que cumplir múltiples tareas: redactar, componer tipográficamente, imprimir y distribuir los ejemplares. Tal fue el caso de *El Valdiviano Federal*, publicación que José Manuel Infante dirigía, editaba e imprimía en su propia casa. Por aquel entonces, Valparaíso comenzó a transformarse en el gran centro financiero y de desembarco comercial en Chile. Como la economía del país dependía en gran medida del tráfico marítimo, el

TEMPERATURA.
A LAS 9 DE LA MAÑANA.

DIA.	BAR.	TERM.	VIENTO.
4.	30.06	63	S.
5.	30.00	61	N. O. Lluvia en la noche.
6.	30.16	60	Calma.

PUERTO DE VALPARAISO.

ENTRADAS.
DIA. 3. La Corveta de Grra. Inglesa Ranger, su Comandante Lord Henry Thynn, su porte 28 cañones, procedente del Rio Janeiro, con 59 dias de Navegacion.
SALIDAS—NINGUNA.
Capitania del Puerto, MAFFET.

PARA EL CALLAO EN DERECHURA.

 **LA** muy Hermoso Bergantin Americano ANNAWAN, Capitan Corell. Saldrá entro quince dias. Para flete ó pasaje, veanse con sus consignatarios, **ALSOP, WETMORE Y CRYDER.**
Valparaiso, Octubre 3, 1827.

SE VENDEN
EN el almacen de D. Juan F. Mooney, conocimientos en castellano y ingles, y reduccion de doblones. Quien quiera ocurra al dicho almacen.
Valparaiso, Septiembre 29 de 1827.

SE VENDEN.
 **LA** CASA y sitio situada en el Almendral, pertenecientes a Don JOSE VIVAS: el terreno plantado de arboles frutales de todas clases, y á mas una noria corriente, todo en muy buen órden.
Se vende asi mismo un sitio contiguo á las posesiones anteriores, de diez y siete varas de frente a la calle principal, y ciento sesenta de fondo con un horno de quemar teja: quien quiera comprarlas vease con el citado Vivas.
Valparaiso, Setiembre 25, 1827.

FOR SALE,
BY the Subscriber, SPERM OIL, by the Cask or Gallon. North American BEEF. Do. PORK. Do. LARD, in Kegs of 4lbs white, and in excellent order.
A QUANTITY OF
RIGGING, BLOCKS, SPARS & SAILS.
Belonging to the late Brig Canada, and ship American Hero.
All, or any part of the above articles, will be sold cheap, and the smallest favor thankfully received, by
ED. L. SCOTT.
Valparaiso, Sept. 12, 1827.

SE VENDE
 **LA** casa de D. HENRIQUE COBBETT, situada en el Almendral, frente á la aguada de Barela. Quien quiera comprarla vease con la esposa de dicho D. Henrique, doña Magdalena Alcaine de Cobbett: vive media cuadra del puente del Almendral para la Merced, á la izquierda.
Valparaiso, Septiembre 25, 1827.

PARA ARRENDAR.
 **LA** CASA y Almacenes que ocupa Don JUAN BERTHEAUME: al efecto pueden verse con Don FRANCISCO BARGAS; y en Santiago, con Doña GETRUDIS ROSALES.
Valparaiso, Setiembre 19, de 1827.

SE VENDEN.
EL abajo firmado ofrece al respetable publico, una cantidad de jabon de Mendoza en marqueta, ó hecho en panes á discrecion del comprador; y podrá dárlo con bastante cuenta al que lo necesite.
J. F. MOONEY
Setiembre 19 de 1827.

FOR SALE,
A SET of a Uniform Octavo Edition of the **WAVERLY NOVELS**, in 19 Vols. Calc. The succeeding volumes will be furnished as soon as published, if desired.
Miss EDGORTH'S WORKS, complete in 13 Vols. Octavo.
A Collection of Music; Musical Instruments, &c. Inquire at this office. Oct. 7.

SE VENDEN EN LA IMPRENTA.
TABLAS DE REDUCCION DE DOBLONES;
CONOCIMIENTOS,
En Castellano y en Ingles.
Octubre 6. 1827

Izquierda: avisos publicados en *El Mercurio de Valparaíso*, 1827. Este periódico, inicialmente publicado en la imprenta de Wells y Silva, adoptó la modalidad de insertar todo tipo de avisos y en cualquier idioma. Esto último, debido a los intereses exclusivamente comerciales del impresor estadounidense Tomás G. Wells.

Derecha: *El Telégrafo*, periódico dado a las prensas en el año 1819.

puerto se transformó en una pieza fundamental de contacto con el exterior. Este hecho generó un interesante estímulo para la vida cultural, artística y social que se desarrolló más rápidamente que en la capital de Chile.

En 1825, Pedro Félix Vicuña estableció la Imprenta del Comercio —primer taller gráfico que inició actividades en Valparaíso—, donde realiza la impresión de algunos volantes sueltos. Lamentablemente, en dicho período la tipografía porteña se encontraba en un nivel de desarrollo muy precario, y a juicio de Roberto Hernández, lo prueba el hecho de que para una manifestación popular realizada en Valparaíso durante el mismo año, acto que fue calificado como sedicioso por Ramón Freire, “los carteles de invitación hubo que hacerlos manuscritos, y así circularon por la ciudad entera”²³. Al año siguiente, Vicuña imprimió el primer periódico de Valparaíso llamado *El Telégrafo Mercantil y Político*. En 1827, Vicuña (que solamente participó en los primeros números) e Ignacio Silva Medina, se unieron al tipógrafo estadounidense Tomás G. Wells para dar vida al periódico más antiguo de habla castellana con circulación ininterrumpida: *El Mercurio de Valparaíso*. El escudo que acompañó la publicación es un punto interesante de analizar. Por aquel entonces, era una costumbre encabezar las portadas de los periódicos con pequeñas viñetas o grabados. Es probable que, a falta de alguna imagen que destacara la tendencia del periódico, se haya ocupado una alegoría que



EL CANALLA.
 PERIODICO POLITICO-LITERARIO-Y MERCANTIL
 SE DA A LUZ POR SEIS PLEBEYOS DE LA MARCA NUEVA.



NUM. 1.—ENERO 16 DE 1828.

PROSPECTO.

TRES soldados, un frayle, un letradillo leguleyo, y un aprendiz de boticario, toda honrada jente, de humor y buen gusto, han arrojado las espadas, los brebarios, el Febrero, y la Espatula para empuñar la pluma y daros buenos ratos, ilustrisima mosqueteria. No os prometemos fruslerias ni cuentos, sino manejar las materias mas profundas en ciencias de nuestra profesion: cuchilladas de cien modos, chismes indesatables, articuléo á las mil maravillas, y un parchi en la cara mas lisa, he aquí nuestra ocupacion. Si ella no fuere de nuestro agrado variaremos de plan arremeterinos á los librejos, y á punta de copia llenaremos nuestro escrito, como tantos otros que salen al término de esta manera. No es esio hablar con nuestros co-escritores, Dios nos libre de zaherir á tan sabios reinendones, ellos



Izquierda: portada del primer número del periódico *El Canalla*, impreso en 1828.

Derecha: portada de la primera edición de *El Mercurio de Valparaíso*, el periódico con mayor circulación regular en el medio de habla hispana, publicado desde 1827.

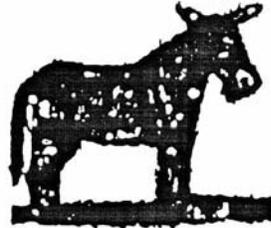


debió pertenecer a los elementos de la imprenta que trajo Wells, ya que podemos constatar que se trata del escudo de armas de los Estados Unidos, acompañado de otros símbolos relativos al campo laboral. El periódico tenía cuatro páginas, impresas en ambos lados de un pliego de papel doblado por la mitad, de un tamaño poco mayor que las actuales hojas de oficio. Además, anunciaba: “se insertarán todos los avisos que se nos dirijan con este fin, aunque sean en cualquier idioma extranjero”.

Desde la aparición de la *Aurora de Chile*, solamente algunas hojas sueltas (entre 1814 y 1817) y un reducido número de publicaciones trajeron adornos, viñetas o escudos toscamente grabados. Una novedad que iniciaron *El Mercurio de Valparaíso* y otras publicaciones paralelas en Santiago y provincias (La Serena y Coquimbo, principalmente) fue la incorporación de pequeños grabados que acompañaron avisos de carácter comercial o de espectáculos. Estas imágenes reafirmaban casi literalmente al producto avisado, no existiendo una gran variedad de motivos. Así como *El Mercurio de Valparaíso* utilizó los típicos “barquitos” para anunciar la entrada de los buques al puerto, otros periódicos recurrieron a casas, relojes, libros, pianos, carruajes, animales, personas, árboles, martilleros, etc., para acompañar avisos de ventas, arriendos, fletes y espectáculos. Estos noveles anuncios tipográficos que aumentaron sus apariciones a partir de la consolidación de la Independencia,

Izquierda: portada de *El Mercurio Chileno* que prelude la combinación tipográfica de las décadas posteriores. Fue impreso en 1828 en la Imprenta de Ramón Rengifo, con papeles que establecen una diferencia entre la cubierta y las páginas interiores. Este tipo de iniciativas fue el fiel reflejo de una modalidad operativa que se caracterizó por la impresión de diversas publicaciones, compuestas en las mismas prensas y por los mismos tipógrafos. En estos talleres “artesanales” los redactores compartieron muchas veces las tareas de composición tipográfica, impresión y distribución de los ejemplares.

Concepcion elejirán los diputados que él les ha prevenido y cuidado, que cada uno tiene cuatro patas sus correspondientes orejas largas como este



su cola respectiva &c. &c. Pero los remates de Diezmos ya no serán por postura cerrada de modo que se trasluzcan y con cinco, diez

Detalle de una página interior del periódico *El Canalla*, 1828. Esta relación entre imagen y texto es un claro ejemplo de las tendencias difamatorias tan características del período. La tipografía, ahora coludida con las primeras viñetas que circularon en el incipiente mercado editorial chileno, se convirtió en el nuevo medio de expresión de las clases dirigentes.

pueden considerarse como un antecedente de los carteles comerciales y la publicidad impresa.

Resulta sintomático comprobar que algunas publicaciones con distinto nombre, orientación, lugar de origen y fecha de aparición hayan recurrido a figuras idénticas (en algunos casos con leves variaciones) para acompañar sus títulos compuestos a su vez en tipos diferentes. Es el caso, por ejemplo, de los periódicos *Rol de Policía* (1827) y *El Barómetro de Chile* (1836). Lo más probable es que muchas de estas imágenes hayan sido traídas del exterior por editores, prensistas o tipógrafos que llegaron al país a realizar trabajos de impresión, o por chilenos ilustrados vinculados a algunas publicaciones, quienes pudieron haberlas obtenido en alguno de sus viajes.

La Gaceta Mercantil y de Anuncios de Santiago planteó, en 1827, la necesidad de tener en la capital un periódico abierto "a los reclamos de los anuncios", para que los comerciantes y particulares pudiesen publicar sus avisos sin mucha demora. Sin embargo, no deja de ser revelador el hecho de que esta publicación haya logrado solamente dar a luz el número uno.

En síntesis, podemos apuntar que a partir del último tercio de la década del 20, las publicaciones comenzaron a introducir algunas imágenes a través de pequeñas viñetas. Aún es prematuro hablar de dibujos hechos en el país con el fin específico de ilustrar

algún tipo de artículo o noticia, y la incorporación del color es todavía lejana. La regla general para la composición de textos es la utilización de un gran bloque o dos columnas muy juntas, las que regularmente van separadas por una línea central divisoria que tiende a "disimular" esta cercanía excesiva entre los dos bloques de texto. No obstante, también se compusieron algunos bandos, decretos y proclamas anteriores a 1820, a cuatro y hasta seis columnas de texto. Se publicaron además algunos folletos muy elementales, considerando que la Imprenta Nacional era bastante buena para un país pequeño y nuevo, aunque escasa en tipos. Con relación a esto último, existió una gran uniformidad y escasez de variedad. Predominaron los caracteres con terminales (serif) y es muy raro encontrar algún tipo de palo seco, como también caracteres condensados o expandidos. Aunque abundaron las letras de ascendencia romana, se utilizaron algunos tipos en itálica, como en el caso de las publicaciones *El Duende*, *El Amigo de la Verdad* y *La Clave*. También fueron empleadas con bastante frecuencia las letras capitulares para encabezar las columnas y algunos bordes, "filetes" y motivos para destacar los títulos de las publicaciones.

De esta forma, si al inicio del período de Bernardo O'Higgins como Director Supremo las publicaciones del medio local no superaban la decena, desde su abdicación hasta el año 1829, los periódicos publicados sobrepasaron el centenar.

ALMANAK

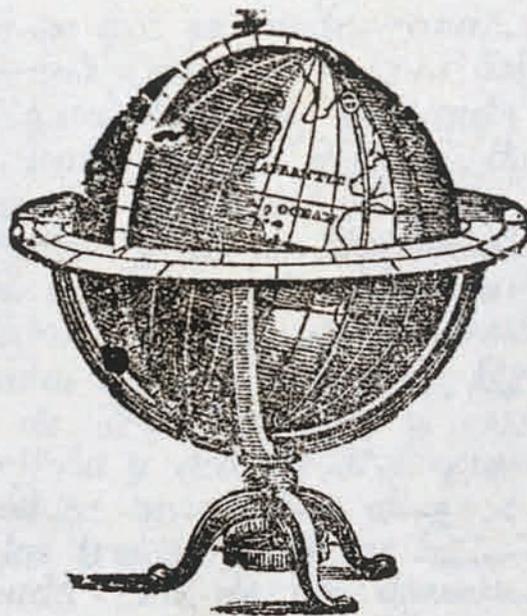
UTIL Y CURIOSO

PARA EL AÑO DE

1838

XXVIII. DE NUESTRA

LIBERTAD.



SANTIAGO DE CHILE.

IMPRESA ARAUCANA.

Capítulo 2

El primer gran impulso de la actividad gráfica en Chile



Rediseño de una marca para empresa textil que comenzó a operar en el naciente comercio de la década de 1830.

Izquierda: folleto impreso en 1838, el cual muestra la composición tipográfica característica de la época para este tipo de publicaciones: gruesos caracteres tipográficos en mayúsculas, a veces sombreados y enmarcados por una estructura rectangular de formas orgánicas y simbólicas. Los *Almanak* o *Almanques* fueron publicados a lo largo de todo el siglo XIX y parte del XX. En ellos se pueden verificar claramente los avances y retrocesos de la impresión en Chile, así como los diversos estilos ornamentales y tipográficos que se practicaron en ellos.

La década de 1830 y el modelo europeo

A partir de 1830, concluida ya la Batalla de Lircay y con el inicio de los decenios autoritarios que rigieron al país entre 1831 y 1871, tuvo lugar un lento proceso de reactivación de la deteriorada economía nacional, generándose una etapa excepcionalmente creativa en el campo de la educación, el arte y la ciencia. Sin embargo, no se observó en esta época un gran progreso tipográfico sino hasta la década de 1840. Por otra parte, la imitación del paradigma europeo y la subsistencia de las tradiciones y costumbres populares que perduraron pese a los cambios introducidos por los inmigrantes y las élites ilustradas, originaron una particular amalgama en la que coexistieron esas dos formas culturales diametralmente opuestas, pero no por eso excluyentes.

En este período, José Camilo Gallardo, hijo del antiguo impresor antes mencionado, se desempeñó como tipógrafo en Valparaíso, donde además se habían instalado las representaciones de las principales casas comerciales europeas. En Santiago, al mismo tiempo, ya se encontraba el inmigrante francés Jean Baptiste Lebas, quien gozó de la protección de Diego Portales por su habilidad para el dibujo caricaturesco y sus conocimientos de litografía. A su vez, en 1832, a raíz de un aviso publicado en el periódico *El Araucano*, se puede constatar la llegada al país del inmigrante francés Armando Roger, quien ofrecía sus servicios como encuadernador y litógrafo. Respecto a la situación de esta técnica en el país, Sergio Martínez Baeza señala: "Sólo en 1833 vuelven a encontrarse trabajos litográficos en Chile, entre ellos, en la obra titulada *Memoria sobre el cultivo y beneficio*

del lino y cáñamo en Chile, presentada al Supremo Gobierno, de que era autor el taquígrafo del Congreso y profesor del Instituto Nacional D. Francisco Solano Pérez, quien debió grabar catorce figuras para mejor comprensión del texto de su libro"¹.

En 1837 se creó en Santiago la Imprenta y Litografía del Estado y al año siguiente el taller de encuadernación de Isidoro Combet. Dos años después se instaló la Litografía Porter, primer establecimiento de su clase en Valparaíso. Además, Jean Baptiste Lebas echó a andar definitivamente su propia litografía, en la que podían imprimirse tarjetas, esquelos de casamiento, dibujos sobrepuestos, tiradores, pañuelos, planos de todas clases, divisas, rótulos de botica, música, etc.²

Algunas publicaciones como *El Faro del Bío-Bío* (1833), *El Chileno* (1835), *El Barómetro de Chile* (1836), *El Aguijón* (1838) y *La Moción* (1840), siguieron el mismo esquema de la década anterior sin producirse grandes cambios, aunque se puede verificar un mayor atrevimiento en la composición tipográfica y la diagramación de otros impresos como portadas de libros y memorias. De todas maneras, estos cambios aún se encontraban lejos del "barroquismo" compositivo de algunos impresos posteriores, de estructura más abigarrada y compleja, pero no por eso mejor resuelta. Por ejemplo, *El Araucano*, órgano oficial del Gobierno aparecido en 1830, fue impreso con tinta y papeles de muy mala calidad y estuvo compuesto a tres columnas y con tipo inglés, al igual que otras publicaciones de la época. Sobre el estilo de los caracteres usados en el periódico, vale citar al diseñador Jorge Soto Veragua en su libro

ALBUM de Trajes Chilenos. POR M. W.



1/2 parte

Precio 1/2

1838.

Imprenta Litografía de J. B. Lebas, en Santiago de Chile.

Izquierda: diseño de portada del *Álbum de Trajes Chilenos*, con dibujos de Mauricio Rugendas litografiados en forma de láminas por el impresor francés Jean Baptiste Lebas.

Derecha, arriba: aviso publicado en el periódico *El Araucano*, que informa la llegada al país del litógrafo francés Armando Roger, 1832.

Derecha, abajo: inserción publicada por Jean Baptiste Lebas en el mismo periódico, informando de la publicación de la *Colección de trajes o costumbres chilenas*.

Abajo: ilustración presente en el *Álbum de Mauricio Rugendas*.



LITOGRAFIA.

Se va a publicar por entregas una *coleccion de trajes o costumbres chilenas*, cada una consta de 5 laminas negras o iluminadas. La primera se hallará venal desde el 10 del corriente en esta imprenta y litografía del Estado, en la tienda de los SS. Bezanillas, calle del Estado, en la del Sr. Portés, calle de la Compañía, y en la Peluquería francesa, plaza de la Independencia. En Valparaíso botica del Sr. D. Antonio Puccio, plazuela de San Agustín.

En la misma litografía se imprimen todos los artículos concernientes a este arte, tales como

- Esquelas mortuorias de dibujos nuevos y variados
- Tarjetas.
- Esquelas de casamiento.
- Dibujos de sobre-puestos, tiradores, pañuelos, &c.
- Planes de todas clases.
- Divisas de todas calidades, tarjetas y rótulos de botica, en fin, música, y diversidad de otros artículos.

Juan B. Lebas.

Otro importante cronista visual de este período fue el antes mencionado pintor alemán Juan Mauricio Rugendas, quien llegó a Valparaíso en 1834. Se integró a la sociedad de su época y mediante sus trabajos proporcionó importante documentación iconográfica a través de once años de recorrido entre Valparaíso y Concepción. A principios de 1839, el periódico *El Araucano* anunció la publicación de la *Colección de trajes o costumbres chilenas* con dibujos de Rugendas litografiados por Jean Baptiste Lebas, indicando los lugares donde las láminas que componían el álbum podían ser adquiridas, tanto en Santiago como en Valparaíso. Rugendas, Monvoisin y Wood se constituyeron en pilares fundamentales de la renovación artística en el país, influenciando a algunos filántropos e instituciones como la Cofradía del Santo Sepulcro que dictó, entre otros, cursos de dibujo y ornamentación con el fin de formar artesanos que impulsaran el desarrollo industrial del país. Sin embargo, la actividad más vinculada al desarrollo de la gráfica fue abordada por otros actores que también se integraron a las primeras décadas de vida republicana. Si los pintores secularizaron la conciencia de los chilenos a través de los retratos de las élites dirigentes o de las escenas costumbristas, los editores, impresores y tipógrafos llegados de Europa iniciaron un interesante proceso de difusión cultural a través del mejoramiento de la calidad y el diseño de los productos impresos.

REVISTA
DE
VALPARAISO.

DE LAS FIGURAS

DE RACIOCINIO.

LLAMANSE así aquellas formas particulares que se dan al pensamiento cuando el ánimo, libre de pasiones quiere demostrar una verdad y exponerla con toda la claridad y energía posible. Tales son el símil, la antítesis, la interrogación en muchos casos, la polisíndeton, la asíndeton, la suspensión, la gradación y algunas otras de su clase, de que jeneralmente se usa para dar vigor y elegancia al razonamiento. Explicada la naturaleza y uso de estas figuras, no será difícil conocer la de las otras que pertenecen a la misma especie.

El símil o la comparación puede tener dos objetos: el uno ilustrar el pensamiento; otro embellecer el estilo. En el primer caso es figura del raciocinio: en el segundo de fantasía; y pertenece a la segunda clase de las figuras.

Un publicista ha dicho que la comparación no es razón; y es imposible negar este axioma. Por consiguiente el símil no se emplea en demostrar, sino en dar luz y esplendor al pensamiento, haciendo que intervenga en él la imaginación. El filósofo que comparó el avaro a un cerdo, animal inmundo, e incómodo durante su vida, pero que con su muerte regocija a todos, nada pretendió demostrar: pero dió muy bien a entender la

REVISTA DEL NORTE.

PROSPECTO.

Setiembre 19 de 1849.

Los que por no pertenecer a la época gloriosa de la independencia no hemos contribuido con nuestros esfuerzos al iniciamiento de nuestra revolución, hemos contraído el solemne compromiso de continuarla i llevarla a su fin por los medios que nos marcan el patriotismo, i el amor a la libertad.

A los que combatieron en Chacabuco i en Maipo por nuestra emancipación política; la inmensa gloria de haber roto las cadenas del coloniaje en la mas grandiosa revolución de los tiempos modernos—A nosotros, el alto honor de guiar esa revolución por el sendero de la libertad i del progreso, i bajo la influencia de los principios civilizadores del siglo.

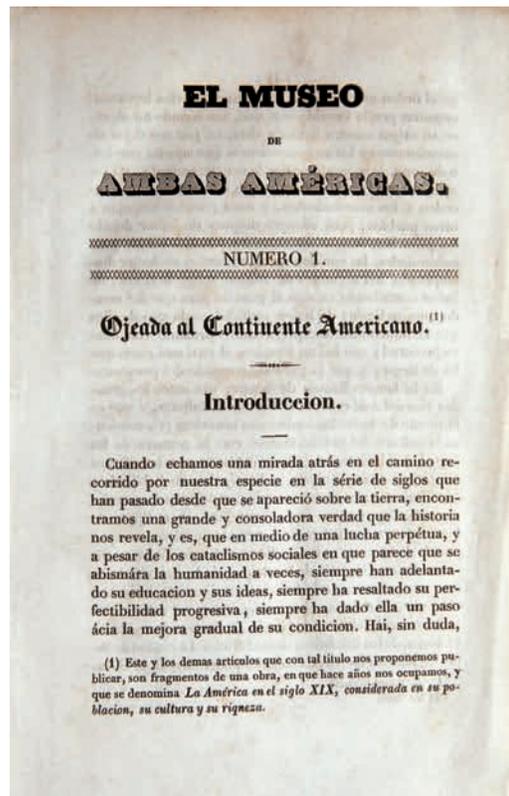
Seguir paso a paso esa revolución que nuestros padres concibieron como un ensueño del porvenir, modificarla, dirigirla, comunicarle las fuerzas suficientes para su desarrollo, alumbrarla con la antorcha de la verdad i de la justicia para evitar su desvío, conducirla de la mano hasta el fin de su carrera: he aquí la obra que nos está confiada como el deber mas sagrado. Nuestra misión está demarcada—Si la llenamos en toda su extensión, los tiempos que vengan nos deberán las bendiciones de la gratitud, como nosotros debemos el reconocimiento

**Llegada al país de nuevos
impresores y editores**

En 1833 apareció en *El Mercurio de Valparaíso* un aviso donde el tipógrafo estadounidense Tomás G. Wells informaba sobre la venta de su imprenta. Ese mismo año abandonó el país en busca de mejores perspectivas económicas. En relación a ello, dice Francisco Le Dantec: "Nada más se supo de Wells, que dejó solamente el recuerdo de haber sido un buen impresor y de que participó como tal en la fundación de *El Mercurio*, cuya propiedad, única o compartida, tuvo durante seis años"⁵. Si bien Wells se preocupó bastante de la impresión, el ajuste de las planas y la elección de pliegos de papel de mejor calidad, no puso tanto énfasis en lo que respecta a la combinación tipográfica en los anuncios comerciales y los títulos de las publicaciones, lo cual nos indica que, más que un tipógrafo de excepción, se trató de un impresor con una clara visión comercial.

Posteriormente, el establecimiento de Wells pasó a manos del argentino José Luis Calle y en 1838 comenzó a ser administrado por el médico francés Bernardo Perry Etchart, probable socio de Calle. Dos años después, la imprenta fue adquirida por el editor español Manuel Rivadeneyra, quien había llegado a Chile en 1839 a encargarse de la dirección de la Imprenta de La Opinión. En este establecimiento tipográfico se publicaba el periódico *El Araucano*, al

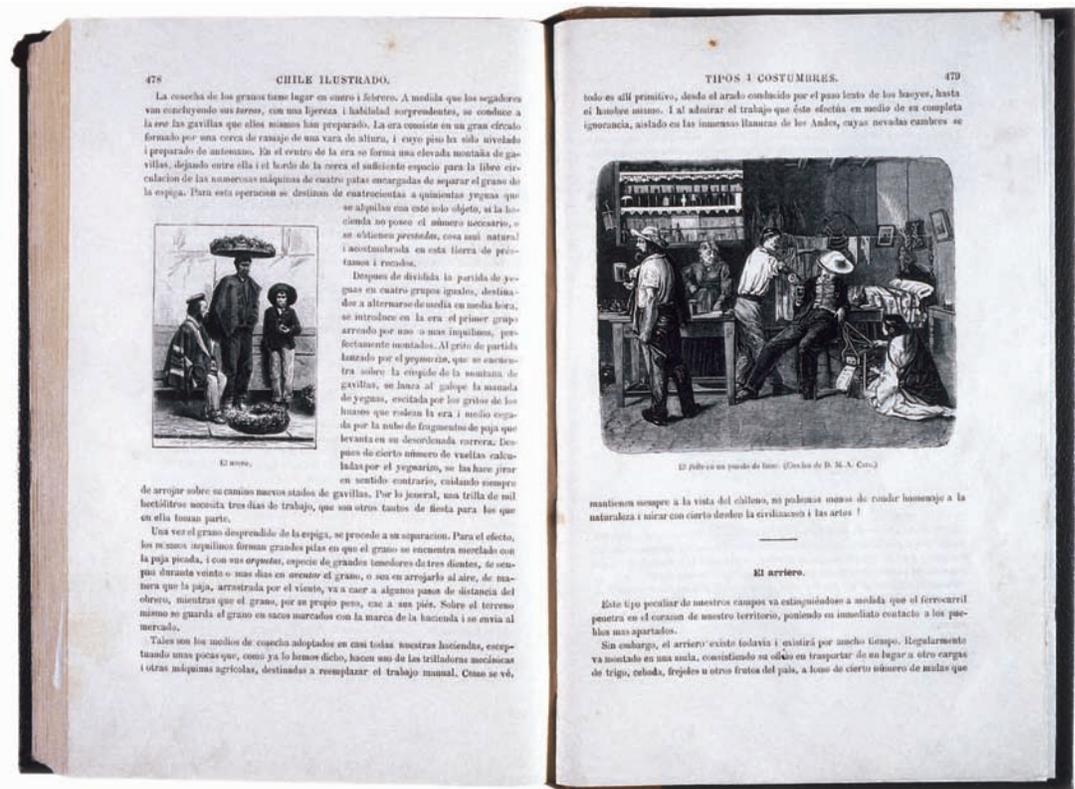
VALPARAISO.
IMPRENTA DE M. RIVADENEYRA.
1842.



Arriba: portadas de revistas aparecidas entre 1842 y 1849 en Valparaíso y Copiapó, respectivamente.

Centro: pie de imprenta del editor español Manuel Rivadeneyra, quien realizó un significativo aporte al progreso de la tipografía en Chile, pese a su corta permanencia en el país.

Izquierda: portada del primer ejemplar de *El Museo de las Américas*, impreso en Valparaíso por Manuel Rivadeneyra, 1842.



Páginas interiores del libro *Chile Ilustrado*, 1872. Dicha publicación se constituyó en un hito para el medio editorial chileno al entregar un resumen histórico, político, industrial, social y estadístico del país, con abundante material gráfico. Por ello fue premiado en la Exposición de Filadelfia en 1876. De forma similar al *Ensayo sobre Chile*, publicado en 1857 por Vicente Pérez Rosales, este documento también pretendió generar en el lector una imagen de país. Para tal efecto, el libro incluyó 200 grabados en madera y 10 litografías a dos tintas. Paradójicamente, en dicha publicación se señala que las ocho imprentas y los cuatro talleres litográficos que existían en Santiago por aquel entonces eran pequeños y pobres, siendo la industria gráfica un rubro poco próspero en Chile.

que si algo caracterizaba en ese momento era su descuidada impresión. Rivadeneyra remozó los tipos utilizados para imprimir y le dio un notable giro a la calidad de edición del periódico.

El trabajo de Rivadeneyra fue calificado como una revolución en el arte de la tipografía en Chile. Este impresor, que desarrolló su actividad en varios países de Europa y que además había contribuido a elevar el rango de la impresión en España, permaneció en Chile solamente por dos años, suficientes para modernizar la imprenta donde se hacía *El Mercurio de Valparaíso*. A partir de ese momento se comenzaron a editar toda clase de trabajos tipográficos, independientes de la publicación del periódico. En lo que se refiere a la redacción de éste, Rivadeneyra abandonó la combatividad política y consagró sus columnas principalmente a los avisos, los documentos oficiales y extensas informaciones del extranjero, las que preparaba hábilmente con los periódicos que le traían desde Europa los capitanes de los barcos que llegaban a Valparaíso. De este notable hombre de prensa, dice Vicuña Mackenna: "Llevó su genio a las cajas de *El Mercurio*. Él hacía editoriales; él forjaba correspondencia con las gacetas que traían por casualidad los capitanes de buques; él componía en las galeras, de las que siempre tenía un buen ánimo, y cuando le venía la ira, la ira goda, echaba a todo el mundo de la imprenta y él mismo hacía de entintador y de prensista"⁶.

Rivadeneira también fue uno de los pioneros del desarrollo editorial en Chile e inició en 1842 la impresión de la revista literaria *El Museo de Ambas Américas*. Esta publicación hizo todo lo humanamente posible por interesar a la sociedad chilena de la época, pero se estrelló contra la falta de hábito y de gusto entre la gente de alta figuración social. Decía el impresor por aquel entonces: "... ya es llegado el momento de dar en el país un grande y nuevo impulso a la prensa, saliendo del limitado y efímero círculo del folleto o periódico". Desestimando las dificultades iniciales, agregaba: "Provista esta imprenta de abundantes y selectos medios se propone rivalizar con las impresiones europeas, y dar esta muestra de los progresos que el arte de la tipografía hace en nuestro país, y es así como los hombres que se sienten interesados en el progreso de Chile contribuyen por su parte a realizar una de las primeras publicaciones que de alguna extensión se han dado a luz"⁷. De hecho, Rivadeneyra se dio a conocer entre las élites ilustradas del país, por una cuidada publicación de los clásicos castellanos.

Por aquel entonces, los editores de revistas carecían del apoyo del público, tenían muy pocos suscriptores y Rivadeneyra no fue la excepción a tales dificultades. No hay que olvidar que en ese momento el porcentaje de analfabetos en el país bordeaba el noventa por ciento. Rivadeneyra también imprimió otras publicaciones que a la mirada de hoy resultan

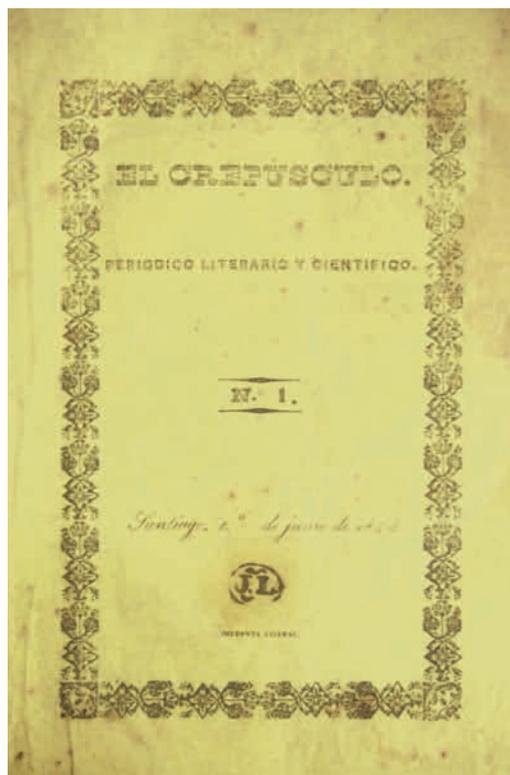
inusuales para el medio local. En 1842 vendió la propiedad de *El Mercurio* a José Santos Tornero, joven comerciante español ajeno hasta ese momento a la imprenta y al periodismo, quien pronto dominó las técnicas de su nueva especialidad y, con visión admirable, captó las posibilidades que Valparaíso, ya metrópolis económica del Pacífico Sur, ofrecía a un diario comercial, a las industrias editoriales y al ramo de la librería⁹. Gracias a ello, levantó la publicación hasta una prosperidad que le permitió prescindir del apoyo gubernamental, desarrollando una prolífica labor en el área de los negocios editoriales y la librería. Tanto Santos Tornero como Rivadeneyra renovaron la actividad gráfica que, hasta entonces, se encontraba estancada en el país; hicieron de Valparaíso la sede editorial de Chile y levantaron los cimientos de la industria de la impresión en nuestro territorio. Santos Tornero se asoció con su hermano Eusebio, con quien trabajó en la imprenta de *El Mercurio*, y posteriormente publicó el libro *Reminiscencias de un viejo editor*. Algunos años después, en 1872, su hijo Recaredo imprimió la obra *Chile Ilustrado*, que reunió en su interior una importante colección de grabados en madera realizados a partir de fotografías. Esta guía descriptiva del territorio de Chile fue editada en Valparaíso en la imprenta de *El Mercurio* y dada a las prensas en París por la Imprenta Hispano Americana de Rouge Dunan i Fresne.

El movimiento intelectual de 1842 y la expansión editorial

Así como en los años anteriores predominaron los periódicos, durante la época romántica se multiplicaron las revistas, en especial las de corte literario. El movimiento intelectual de 1842, propiciado por ilustres extranjeros como Andrés Bello y los jóvenes valores nacionales Miguel Luis Amunátegui y José Victorino Lastarria, fue el motor fundamental de esta explosión editorial. Tras la victoria final obtenida en la Batalla de Yungay, que significó el fin del conflicto con la Confederación Peruano-Boliviana, Santiago se transformó en un importante foco de desarrollo del pensamiento americano.

La inquietud que generó esta tendencia en los jóvenes chilenos y la influencia de los precursores extranjeros pertenecientes a la élite ilustrada, contribuyó a la difusión de productos y utensilios europeos que caracterizaron una parte del Chile de la época. La "occidentalización" de las costumbres de los chilenos provocó el lento y progresivo reemplazo de los objetos y usos tradicionales por los nuevos, traídos del Viejo Mundo.

En 1842 apareció la *Revista de Valparaíso* y poco después *El Museo de Ambas Américas*. Ese mismo



Izquierda: número especial de *La Revista Católica*, publicada a partir de 1843.

Derecha: portada del periódico *El Crepúsculo*, 1843. La incorporación de papeles de color en las portadas de algunas publicaciones y el uso sistemático de recuadros o grecas ornamentales con diversas tipografías en su interior, devino en un formulismo estructural de diagramación que se utilizó durante todo el siglo XIX y las primeras décadas del XX.

TEATRO.
GRAN FUNCION EXTRAORDINARIA,
EL JUEVES 18 DE FEBRERO.

La circunstancia de haber venido de la capital de LIMA el profesor de baile D. FRANCISCO COYA, el cual en su llegada á esta ciudad ahora dos años nunca bailó á causa de hallarse indispueto en aquella época; y el deseo manifestado por este individuo de presentarse ante un público jeneroso é ilustrado como con razon es juzgado el del primer Pueblo de la República Chilena, ha hecho deferir gustosamente á la empresa dramática á arreglar una funcion variada é interesante, con especialidad en la parte de baile, que tan gratis es á la juvenalidad de nuestros espectadores. En su virtud, abierto el proscenio con una de las mas brillantes sinfonías, se representará la preciosa pieza en un acto y en verso, original del poeta JIL Y ZARATE, denominada:—

LA SENSIBLE NISE,
 O SEA
EL CANDOR PREMIADO.

Finalizada esta comedia, el señor Coya y la señora Morensonata, bailarán por primera vez en este teatro, las lindas y populares boleros, llamados—DEL CHOCOLATE.
 Caido el telon, y con un corto intervalo, dicho señor Coya, bailará (por primera vez tambien) el solo triple, ó sea *Hosos Fares*, coreado con otro la primera parte de la funcion.
 Despues del intermedio de ácidos, seguirá la exhibición de la mas jecosa comedia en un acto, cuyo título es:—

LA FAMILIA DEL BOTICARIO;

En la cual el señor Coya ejecutará el original papel del mozo de botica HILARIO.
 Concluida la comedia, dicho señor Coya y la señora Morensonata bailarán un dueto grotesco, nuevo en este teatro, conocido por el—*Conaco Hoso*—, cerrando el todo de la funcion, el mas gracioso sainete, denominado:—

LA CASA DE VINOS JENEROSOS;

En el cual se cantará un gracioso coro, acompañado de la organista.
 Tal es la funcion arreglada para la posesionada del señor Coya, el cual reposa por su parte en la benévola acogida que este pueblo hospitalario é indulgente presta á todos los que imploran su patrocinio. ¡Ojalá lleve sus deseos!

NOTA: Los señores abonados á la temporada, serán preferidos hasta las doce del dia martes, despues del cual se dispondrá de sus aposentaduras.
 OTRA: Las lunetas tanto de platea como de galería, valdrán en esta funcion un real mas del precio de costumbre.
 OTRA: El abanico interior del teatro será tambien aumentado en la presente funcion.

A las 8 1/2.

1841.—Imprenta de la Opinion.

Arriba: aviso compuesto para una función de Teatro, realizado en la Imprenta de La Opinión, 1841.

Derecha: periódico editado por Julio Belín, uno de los escasos impresores franceses de renombre que llegó al país a mediados del siglo XIX. Al igual que otros editores y tipógrafos como Rafael Jover y Jacinto Núñez, Belín apostó por un mejoramiento del arte tipográfico en Chile mediante una organización más clara del oficio que perfeccionara el manejo de los operarios, introdujera publicaciones especializadas y diera cuenta de los últimos adelantos técnicos en la imprenta.

EL
ALBUM,
PERIODICO SEMANAL.

 NÚM. 3.



SANTIAGO,
 IMPRENTA DE JULIO BELIN I COMPAÑIA.
 --1851.--

año irrumpió *El Semanario de Santiago*, que fuera la publicación más influyente del medio, destacándose por combatir denodadamente la llegada de los inmigrantes al país. Respecto a ella, Pedro Pablo Figueroa señalaba: “Al impulso dado a las letras por el *Semanario de Santiago* en 1842, haciendo aparecer en la superficie de la sociedad los ingenios que elaboraban en el silencio de su modestia sus obras, se debe el rápido desarrollo de la publicidad, que marca un período de separación del que sucedió a la Independencia”⁹.

Posteriormente, aparecieron en Santiago otras publicaciones, algunas de mayor importancia y duración que otras, pero con características tipográficas semejantes. Entre otras, vale mencionar a *El Crepúsculo* (1843), *El Mosaico* (1846), *La Revista de Santiago* (1848), *La Revista Católica* (1843) y los *Anales de la Universidad de Chile* (1846). Las dos últimas lograron mantener su circulación regular durante más de un siglo.

Producto de todo este movimiento cuyo centro editorial fue Valparaíso, con Santiago como punto de convergencia intelectual, no fue extraño que en algunas provincias aparecieran nuevas publicaciones. En Talca, una de las primeras ciudades de la zona central en contar con imprenta propia, apareció en 1844 *El Alfa*, cuya publicación se anunció por medio de volantes, transformándose en un gran acontecimiento. En Copiapó, a su vez, se publicó *La Revista del Norte*, cuyo prospecto de 1849 decía: “He aquí, porqué en vez de un diario hemos creado una Revista. Una Revista cuyas páginas dilatándose todo lo posible, i prescindiendo de aquellas cuestiones frívolas i aun odiosas de que suele ser víctima el diarismo deje el tiempo i la extensión necesarios para la publicación de trabajos maduros, i de obras de mérito. Una miscelánea que contenga todo aquello que nos divierta, nos distraiga, nos instruya, sin agriarnos por el excesivo calor de las cosas del momento...”¹⁰.

Este mismo proceso se fue desarrollando en forma paulatina en otras regiones y se tradujo en la creación de nuevas publicaciones e impresos, los que mejoraron su calidad en la medida que surgió una mayor competencia y fue renovándose la maquinaria de imprenta. En líneas generales, todos estos trabajos, tanto los de Santiago y Valparaíso como los de provincia, presentaron un mayor cuidado y oficio tipográfico. Si bien todavía no hay grandes novedades en cuanto a la incorporación de imágenes (se siguen utilizando viñetas y grabados importados), pueden notarse algunas transformaciones en la composición tipográfica y en la introducción de nuevas familias de tipos, de una estructura más



ALBUM
 D'UN
 VOYAGE DANS LA RÉPUBLIQUE
 DU CHILI

PAR
 CLAUDE GAY



PARIS
 IMPRIMÉ PAR E. THUNOT ET C, RUE RACINE, 26
 PARIS DE LOBBES
 MDCCCXV

compleja. Por ejemplo, en *La Revista de Valparaíso* y *El Museo de Ambas Américas*, publicadas en la forma de las revistas europeas de la época, se utilizaron tipos muy disímiles para los títulos: letras condensadas y expandidas combinadas, en un mismo texto, con caracteres romanos de palo seco, de cuerpo y grosor muy distinto. Incluso en estas publicaciones comenzaron a hacerse frecuentes las tipografías con línea de caja, de carácter ornamental y rebuscado. Esta clase de composición tipográfica, basada en una gran variedad, iniciaba su despegue en Chile por entonces, mostrándose muy proclive al empleo de grecas y detalles de tipo decorativo y arquitectónico que se venían usando, desde hacía algunos años, en Europa y Estados Unidos.

Por aquel entonces ya se encontraban en Chile los impresores Pascual Esquerria, Julio Belín y Narciso Desmadryl. Este último, de nacionalidad francesa, había llegado al país en 1845, precedido de una reconocida fama de dibujante y grabador. Desmadryl fundó una de las primeras litografías nacionales y dirigió, ilustró y publicó el libro *Galería Nacional de Hombres Célebres de Chile*, el cual fue escrito por los principales literatos del país y revisado por Miguel Luis Amunátegui. Esta obra, referente clave para la

impresión litográfica en el medio local, apareció en 1854 y fue, posiblemente, el primer libro de lujoso trabajo literario y tipográfico acompañado de láminas. Estas últimas consistían en retratos de personajes hechos a lápiz y en los cuales podía verificarse la clásica "pose daguerrotípica de elegancia". Otro aspecto estilístico relevante puede constatarse en las portadas de los dos tomos que integraron la colección. En ellos, Desmadryl recurrió a una composición muy ornamental semejante a los trabajos de William Pickering en Londres. La gran variedad tipográfica de los volúmenes evidencia una forma compositiva típica de la época, donde los textos son enmarcados por una suerte de fachada arquitectónica, lo que le da a la obra un cierto carácter ecléctico y victoriano. Este tipo de trabajo gráfico, aunque no tan evolucionado, puede verificarse en la portada de algunos *Almanak* posteriores a 1830, cuyos diseños fueron importados o adaptados.

En lo relativo a los soportes, la calidad y variedad del papel que se traía también comenzó a mejorar. En la misma publicación recién mencionada y en otras como *El Crepúsculo* y *El Mercurio Chileno*, editado por Ramón Rengifo en 1828, se ocuparon papeles de color y mayor gramaje en las cubiertas.

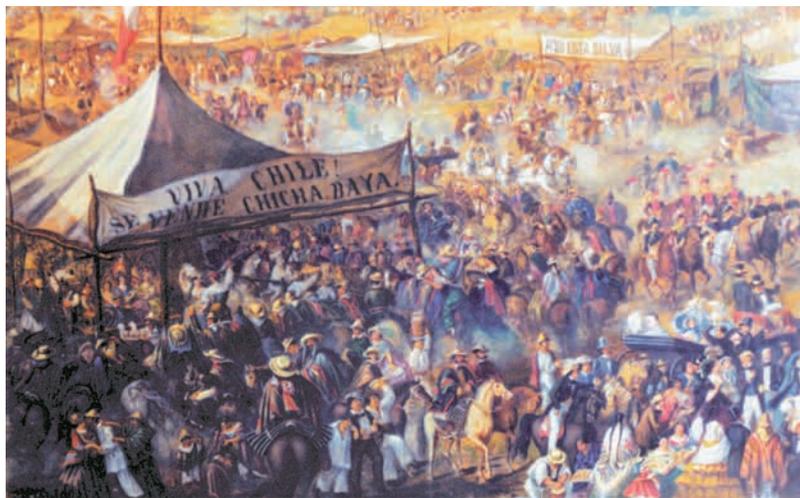
Arriba: detalle de ilustración interior y presentación del *Atlas de la Historia Física y Política de Chile* de Claudio Gay, cuya primera edición fue publicada en París por la imprenta Thunot y Cie. en 1854. Este álbum descriptivo consta de dos tomos: el primero contiene 186 láminas ilustradas y el segundo 135, sumando un total de 315. La segunda edición, realizada en 1866, fue impresa con ilustraciones en blanco y negro. Con las láminas excedentes, Gay armó un reducido número de ejemplares que obsequió a sus amigos y colaboradores.

facultades: Ciencias, Matemáticas y Física, Filosofía y Humanidades, Leyes y Ciencias Políticas, Medicina y Teología. La fundación y apertura de instituciones y carreras artísticas se concretaría algunos años después. En 1849 se abrió en el Instituto Nacional una clase de Arquitectura a cargo del arquitecto francés Claude Brunet de Baines y se fundó la Academia de Pintura, cuyo primer director fue el pintor napolitano Alejandro Cicarelli. Ese mismo año se creó la Escuela de Artes y Oficios, cuya dirección recayó en el antiguo subdirector de la Escuela de Artes y Oficios de Angers, Jules Jarriez. Al respecto, dice el investigador Luis Hernán Errázuriz: "A través de esta escuela se buscaba formar carpinteros, ebanistas, herreros, fundidores, carroceros para la confección de carretas, escultores en piedra, etc. Como en ocasiones anteriores, la idea era formar artesanos en diversas áreas del quehacer industrial para obtener una mayor autonomía en la producción de bienes que el país debía comprar en el extranjero. De este modo, se pretendía no sólo ofrecer capacitación laboral sino también fabricar utensilios y piezas necesarias para el trabajo industrial sin tener que recurrir a los centros de producción europeos"¹⁴.

Primeras manifestaciones artísticas en Chile

Parte de las primeras manifestaciones artísticas del siglo XIX en Chile se pueden atribuir al pintor José Gil de Castro. Este artista peruano se dedicó al retrato de personalidades influyentes de la élite nacional. Un rasgo peculiar de los trabajos del Mulato Gil de Castro fue la inclusión de textos en sus retratos al óleo, lo que resultaba inusual para la época. Cabe recordar también que los mayores pedidos de esta índole se hacían a los talleres del Cuzco, los que produjeron gran cantidad de objetos e iconografías para la exportación a los mercados de América en los siglos coloniales.

Esta nueva demanda de artesanos y retratistas no se hizo esperar, generándose así una emigración de artistas quiteños a Chile. Es así como encontramos en las mismas fechas al ecuatoriano José Carrillo, quien realizó litografías costumbristas e ilustraciones de crónicas. En 1830, el periódico *La Opinión* anunciaba la formación de un establecimiento donde los artistas Pedro Boyer y Manuel Palacios ofrecían cuadros de historia, pintura para edificios y atributos de toda clase. Ya en la década de los 40 eran varios los artistas ecuatorianos acaudalados en Chile que cumplían labores relacionadas con la pintura y la decoración. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XIX comenzó a gestarse un movimiento crítico acerca de la influencia de la



pintura quiteña, liderado por la nueva generación de intelectuales chilenos como Miguel Luis Amunátegui, quien los acusó de tener "mal gusto", dejando entrever un sesgo de indisimulado nacionalismo. Algunos años después, el pintor Pedro Lira culpó a los quiteños del retraso experimentado en el arte nacional, aduciendo que sus obras habrían influido en una visión estética de lo cotidiano centrada más en los defectos que en la belleza.

Detalle de "18 de septiembre de 1845", obra del pintor Ernesto Charton de Treville, que brinda alguna pista sobre el empleo de letrados en el incipiente comercio y los eventos masivos del período. (gentileza Museo del Carmen, Maipú).

Desde la Guerra de Independencia hasta 1843, año en que Raimundo Monvoisin arribó a nuestro país, no existieron maestros ni artistas, sino sólo algunos pintores aficionados, cuyos trabajos, si bien manifestaron buenas intenciones, estuvieron lejos de consolidar las bases de la pintura nacional.



Reverso fotográfico del establecimiento de Guillermo Pérez Fontt, finales del siglo XIX.



Izquierda: daguerrotypo, hacia 1855. Dicha técnica consistía en una placa de cobre que producía una imagen positiva y no repetible.

Derecha: ferrotipo, fines del siglo XIX. Este procedimiento utilizó una placa de hierro o metal como alternativa al daguerrotypo, siendo una forma de registro muy popular entre los fotógrafos callejeros del período.



Sin embargo, en un artículo publicado en la revista *Zig-Zag* el escritor Manuel Magallanes Moure señala: "En 1843 aparece citado por las crónicas el primer artista nacional. Fue este un Francisco Gana, según unos, o un don Antonio Gana, según otros; mozo distinguido y pintor de ciertas facultades, que a la edad de veintinueve años logró llamar la atención del Gobierno, a tal punto que el presidente Bulnes tuvo a bien enviarlo a Francia, con el propósito de utilizar los conocimientos que allá pudiera adquirir confiándole, a su regreso al país, la dirección de la Escuela de Pintura, próxima a fundarse en Santiago. Gana se fue, pero no volvió. Quiso la suerte que muriera cuando regresaba al país..."¹⁵. Respecto al malogrado pintor, es importante señalar que en una nota publicada en 1885 en *El Taller Ilustrado*, Miguel Luis Amunátegui se refiere a él como "Antonio" Gana.

La enseñanza definitiva y formal de las Bellas Artes en Chile se inició al abrirse la Academia de Pintura dirigida por Alejandro Cicarelli, quien venía precedido de un nutrido currículum e imbuido de un marcado clasicismo que impulsó la tradición del simbolismo alegórico. Sin embargo, en una caricatura realizada por el pintor Antonio Smith en el periódico *El Correo Literario*, se le hace una dura

crítica, señalando que mostró placas y distinciones pero no talento. Es importante resaltar que entre los artistas que asumieron la dirección o los cursos de la Academia se generó una permanente discusión relacionada con la orientación de la educación artística en Chile, ya que la enseñanza del arte se había resentido por la excesiva importancia dada a la copia o imitación de los modelos clásicos europeos, en desmedro de los referentes americanos como los propugnados por la escuela quiteña.

En 1869 Cicarelli abandonó la dirección del establecimiento y fue reemplazado por el pintor alemán Ernesto Kirbach. Antes de la Academia de Pintura y la Escuela de Artes y Oficios, sólo algunas entidades como el Instituto Nacional, la Cofradía del Santo Sepulcro y algunos colegios particulares, con sus cursos de dibujo, habían entregado a los jóvenes ciertos conocimientos artísticos a través de profesores como el italiano Juan Bianchi, el suizo Henrich Jenny, el inglés Charles Wood, el francés Alejandro Seghers y el español José Zegers. Respecto a la finalidad de estos proyectos de educación artística, podemos atenernos a la siguiente hipótesis planteada por Errázuriz: "El objetivo preponderante de la educación artística —del siglo XIX en Chile— fue



Izquierda: reverso de un retrato fotográfico del establecimiento de Valentín López, especializado en imágenes de formato menor, al estilo de las "carte de visite", fines del siglo XIX.

Abajo: aviso publicado por el periódico *El Mercurio de Valparaíso* en el año 1847.



PIEZAS DE DAGUERREOTIPO EN MINIATURA. S. Vance y Hoyett, habiendo tomado las habitaciones antes ocupadas por los Señores Ward y Hermano, esquina de San Juan de Dios y la quebrada de Elias invitan a los ciudadanos de Valparaíso y sus cercanías a las Piezas de Daguerreotipo, a donde se ejecutan miniaturas hermosas por todos estilos, en colores o en sombra.

Poseiendo un conocimiento perfecto del arte por una larga práctica en algunas de las ciudades principales de los Estados-Unidos, y teniendo instrumentos y aparatos de la mejor calidad, de mas reciente invencion: tienen la confianza de poder complacer a sus favorecedores.

Los que quieren retratos de ellos mismos o de sus amigos, pueden obtenerlos a su entera satisfaccion, y de no ser así no están obligados a pagar nada.

Copias de Pinturas, diseños y Daguerreotipos, serán tomadas a la mas pronta noticia.

Tambien Miniaturas de los enfermos o personas muertas.

Las piezas están abiertas a toda hora del dia, y tendremos mucho gusto en ver a las señoras y caballeros para examinar las muestras de nuestro trabajo. — 96—30 p.

contribuir al crecimiento económico del país a través de la capacitación de recursos humanos que pudieran ser útiles al progreso industrial y artesanal. En gran medida a esto se debe la enorme relevancia que tuvo la enseñanza del dibujo geométrico lineal, ya que se pensaba que el conocimiento de esta actividad era clave para el desarrollo de múltiples oficios y una herramienta necesaria para ejercer diversas profesiones¹⁶.

En los cursos iniciados en los establecimientos fundacionales de la educación artística en Chile se formó una primera generación de artistas que posteriormente se desempeñaron como calígrafos, caricaturistas, grabadores, ilustradores, litógrafos y tipógrafos. Estos tempranos artistas gráficos nacionales, bajo el alero de editores, impresores, literatos y pintores, principalmente extranjeros, cumplieron un rol importante en el desarrollo de una serie de actividades, que en muchos casos nos remiten a la conformación de un campo de acción identificado posteriormente con el diseño gráfico.

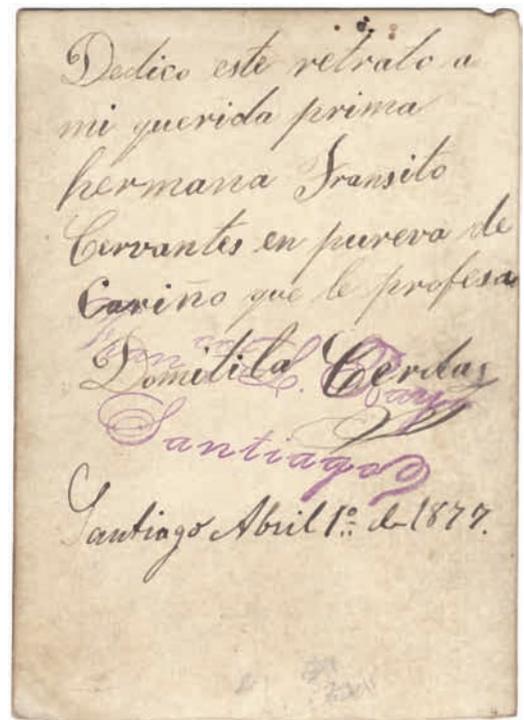
Introducción de la fotografía

Luego del descubrimiento y aplicación de las técnicas de reproducción de la imagen en Europa, el nuevo invento se expandió con relativa rapidez y llegó a Chile a principios de la década de 1840.

Le correspondió al daguerrotipo ser el primer método conocido para fijar imágenes en nuestro país. Esta técnica consistió en reproducir sobre placas metálicas, convenientemente preparadas, las imágenes capturadas con la cámara oscura. Al respecto, Hernán Rodríguez Villegas señala que en mayo de 1840 pudo llegar a Valparaíso una cámara lúcida, similar a la que había dado a conocer al mundo, en París, el célebre Jacques Mandé Daguerre, precursor de la fotografía¹⁷.

En 1842, tres años después de que el gobierno francés comprara el invento de Daguerre para hacerlo público, llegó a Chile otro daguerrotipo. Formaba parte del equipo científico del doctor belga Luis Antonio de Vendel Heyl, náufrago en nuestras costas. A su vez, el Ministro de Chile en Francia, Francisco Javier Rosales, envió al Instituto Nacional un aparato para hacer daguerrotipos como gran novedad científica. Lamentablemente, no se logró hacer funcionar dicho artefacto por algunos desperfectos producidos durante el viaje¹⁸. Sólo un tercer daguerrotipo "dio aparente resultado en manos de un retratista itinerante, el francés Philogone Daviette, llegado a Valparaíso en octubre de 1843"¹⁹.

La difusión de esta técnica en nuestro país se debió a la acción de los hermanos Helsby: Juan, Tomás y Guillermo. Este último abrió un local en Valparaíso para aplicar aquel método en 1843. En octubre del



Anverso y reverso de una carta de visita del fotógrafo Francisco Luis Rayo, 1877. La albúmina fue un tipo de reproducción que contribuyó a la democratización de la fotografía y además representaría un precedente para las actuales tarjetas de presentación.

mismo año, el artista francés Philogone Daviette fundó en Santiago otro establecimiento. Respecto a estos primeros retratistas, el libro *Imagen ambiental de Santiago* nos entrega otro dato: "Al año siguiente apareció un competidor en Valparaíso, Mr. Hulliel, quien ofrecía sacar retratos por sólo diez pesos"²⁰. En 1845 llegaron a Chile los hermanos Carlos y Jacobo Ward, quienes realizaron los primeros daguerrotipos de calidad en Copiapó, Santiago y Valparaíso, y que contaron con una buena acogida por parte de los entendidos de la técnica.

A partir de esta década algunos habitantes del país comenzaron a aficionarse a este nuevo arte, y puede señalarse a José Dolores Fuenzalida como el primer daguerrotipista chileno, ya que se mantuvo activo desde 1844 y "debió iniciarse en Valparaíso como ayudante de los daguerrotipistas Daviette o Hulliel..."²¹.

Entre 1845 y 1849 se intensificó el número de establecimientos y fotógrafos que se dedicaron al daguerrotipo, aunque en muchos casos se trató de visitantes esporádicos que venían en gira por Sudamérica, permaneciendo sólo una temporada en nuestro país. Entre los personajes que se dedicaban a estos oficios encontramos a los señores Vance y Hoyett, quienes en 1850 tenían locales en Valparaíso y Santiago, declarando la entrada de abundantes ingresos, lo que preludeaba un futuro auspicioso para esta actividad.

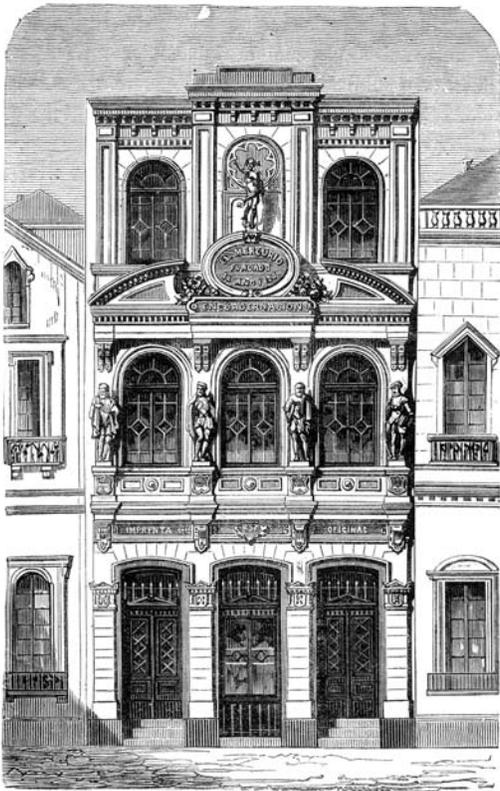
Según el investigador Eugenio Pereira Salas, el daguerrotipo fue uno de los medios de expresión más relevantes en el período romántico, pues son escasas las familias que no guardan la imagen de sus antepasados republicanos en "pose daguerrotípica de elegancia". Con el avance de la placa metálica al papel fotográfico, la nueva técnica se hizo extensiva



FOTOGRAFIA ARTISTICA.

L. MOOK, recién llegado de Paris,

Aviso publicado en el *Correo de la Exposición*, 1875.



VALPARAISO. — Imprenta del Mercurio.

a todas las clases sociales y principalmente a los sectores medios. A juicio del autor antes citado, esta técnica “contribuyó con su decoración convencional de fondos teatrales de palacio o de templo, y con detalles de mal gusto del parecido realista, a grabar en dicha clase social una visión sentimental del arte”²². Parte importante de la iconografía chilena del siglo XIX nos presenta a distintas personalidades del país portando un libro como símbolo cultural, en una suerte de imagen arquetípica que trascendió el ámbito de los escritores para transformarse en un modo de registro característico de la época.

En 1851 llegó a Chile el invento llamado calotipia, descubierto algunos años antes, y que fue un método de transición hacia la fotografía moderna. Este sistema, que a diferencia del daguerrotipo permitía sacar varias copias, no fue muy bien recibido por todos y generó una fuerte lucha entre los daguerrotipistas y los cultores del nuevo método, donde ambos bandos ofrecían las ventajas y la perfección de sus respectivas técnicas. En Chile el combate tecnológico entre unos y otros se produjo entre 1851 y 1858, siendo Guillermo Helsby el más fuerte defensor del antiguo método. Sin embargo, muchos artistas recurrieron a ambos procedimientos, como fue el caso de Pablo Despiau y Cipriano Clavijo, ambos en Santiago. Otros, como Emilio Chaigneau

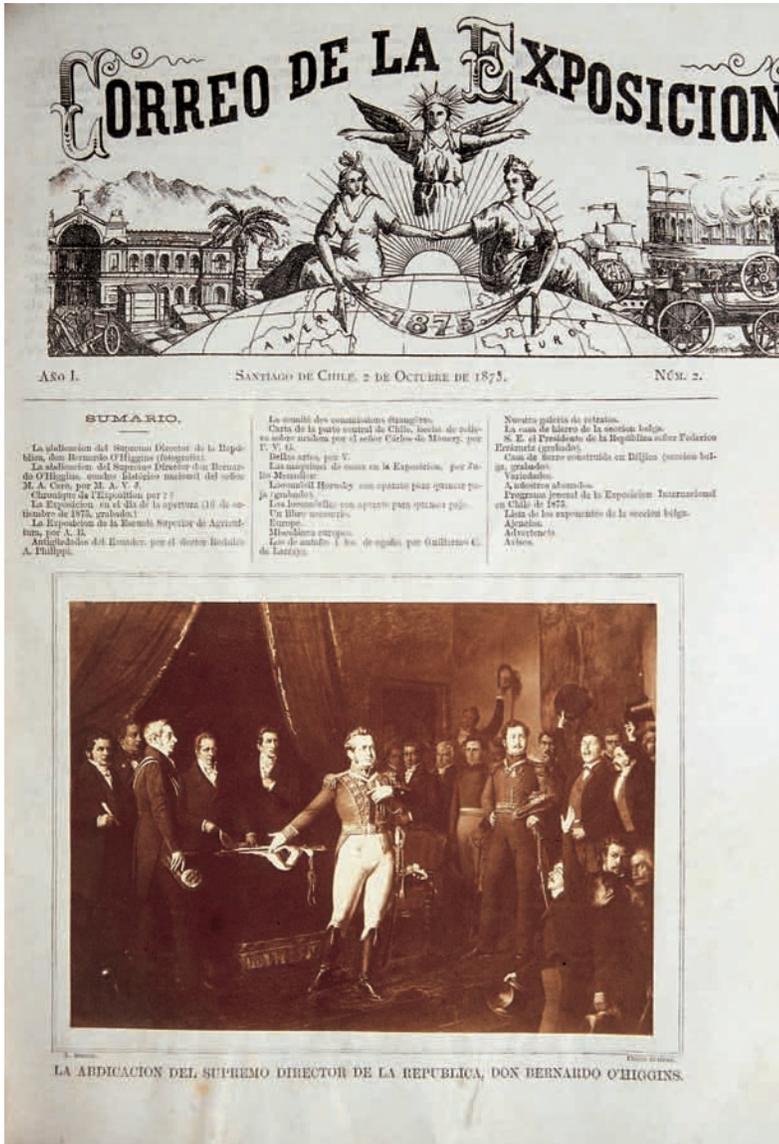
en Valparaíso, compitieron utilizando una fórmula intermedia llamada ambrotipo que comenzó a usarse en 1857²³.

Con la partida de Helsby a Inglaterra en 1858, el daguerrotipo finalmente declinó, y ya en 1860 la fotografía comenzó a posicionarse en el mercado chileno. Al mismo tiempo, se inició la venta de artículos para fotografía en establecimientos ubicados en distintas ciudades del país. En ellos “se ofrecieron toda clase de artículos como máquinas fotográficas, papeles, placas y diversos productos químicos para el revelado”²⁴.

Curiosamente, otro de los hermanos Helsby, asociado con Marius Tiernan, participó en la difusión y la consolidación de la fotografía, iniciando algunas tomas de paisajes que se agregaron a las del retrato. La fotografía, al igual que la pintura, contribuyó al descubrimiento del paisaje nacional y a proporcionar algunas pistas importantes relativas al quehacer de la sociedad chilena del siglo XIX. Así, por ejemplo, encontramos algunas interesantes fotografías tomadas en la Plaza de Armas de Santiago en la década de 1850. Especial mención merecen el álbum *Viaje pintoresco a través de la República* que realizó Víctor Deroche y que fue premiado en la Exposición Nacional de 1856, aunque no logró ser recompensado con la impresión por aquel entonces, y el de las *Vistas de la Patagonia, del Estrecho y de la Tierra del Fuego*, publicado en 1869 en forma de álbum por el francés Emilio Garreaud.

Arriba: grabado en madera aparecido en el libro *Chile Ilustrado*, publicado por el editor e impresor Recaredo Santos Tornero, 1872. Abajo: fotografía perteneciente al álbum *Vistas de Valparaíso* del francés Félix Leblanc, dado a conocer en 1880.





En la década de 1860 ya era bastante corriente tomar fotografías del entorno urbano. Es así como existen registros impresos del incendio de la Iglesia de la Compañía en 1863 y el bombardeo de Valparaíso por la escuadra española en 1866, en una época donde se popularizaron las vistas panorámicas y la fotografía de costumbres como documentación gráfica complementaria. También es importante mencionar que este período coincidió con el desarrollo de la "carte de visite" y los inicios del álbum fotográfico familiar.

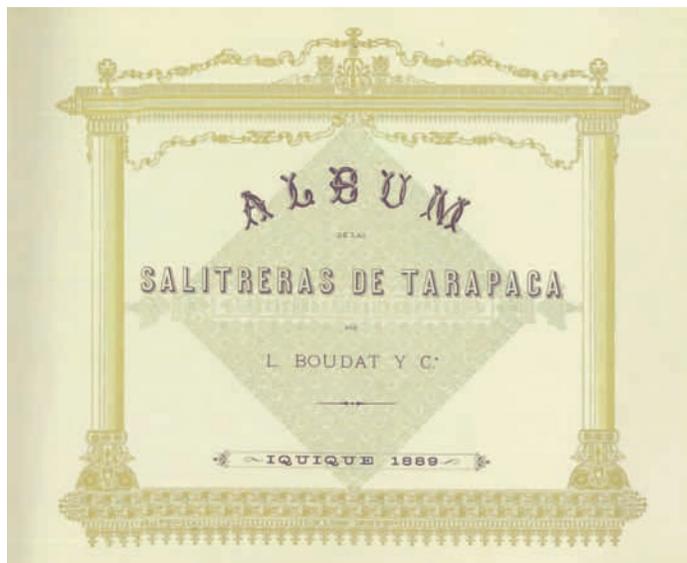
Respecto a las primeras publicaciones que acogieron este nuevo medio, Hernán Rodríguez Villegas plantea que "en Chile comenzaron a usarse fotografías en impresos a partir de 1861, como el libro de Paul Treutler *La Provincia de Valdivia: los Araucanos*, y de 1863, con las publicaciones *Corona Triunfal a San Martín*, *Discursos y Poesías*, y *Reseña Histórica del ferrocarril entre Santiago y Valparaíso*"²⁵.

Tampoco puede dejar de mencionarse el trabajo de William Oliver, fotógrafo chileno que a partir de 1861 registró una serie de vistas de Santiago, Valparaíso y las salitreras del norte. Algunas de estas tomas se utilizaron para realizar los grabados que aparecieron en el libro *Chile Ilustrado* de Recaredo Santos Tornerio. Rescatable es también el aporte realizado por el establecimiento fotográfico Mythos, que bajo la batuta de Federico Leiva y Carlos Renard popularizó el retrato en formato tarjeta de visita heredado del modelo francés.

Con el paso de los años, el número de retratistas y fotógrafos se intensificará en forma análoga al progresivo desarrollo de las técnicas de registro de la imagen, situación que será retomada más adelante.

Arriba: portada del número 2 de *El Correo de la Exposición*, 1875. La imagen muestra una temprana incorporación de la fotografía en un impreso chileno, para el caso, una foto pegada sobre el lugar reservado para ella, que además es un registro de "La abdicación de O'Higgins", obra realizada por el pintor Manuel Antonio Caro el mismo año.

Derecha: portada del *Álbum de las Salitreras de Tarapacá* de Luis Boudat, 1889.





La horrible catástrofe en la Lavandería Internacional, cuatro mujeres muertas

Completos detalles de los estragos causados en el sur por el temporal

A un crítico sabondo

Dime tú, sabio curioso:
En qué colegio estudiaste,
Qué gramática pasaste
Para ser tan latinoso.

Quiero verte, crítico,
De la casa del patrón;
O solo la inteligencia
Te hace ser tan reparón.
O sea que la inspiración
Te enseña a ser orgulloso.
Gramáticas deliciosas
Como aquel que versas lirio;
¿I quisie te enseñó a satírico,
Dime tú, sabio curioso?

Si profanas sin saber,
El día misas pensando,
Loco te puedes volver;
Con tu precioso entender
¿Cuánto dinero gaste
I qué haciendas compraste
Para hacerme tan feliz,
¿En qué colegio estudiaste?

Si sabes filosofía
Por el campo aligerando,
Arregla tu poesía;
Causa de tu fantasía,
Vanidoso te encoraste,
Porque en lo que cantaste
La moral se le fue al fondo;
Quisiera saber, sabondo,
Qué gramáticas pasaste.

Si no sabes literatura
Que el que profana en el casto
Nunca le lleva segura;
Muchas veces a oculta
Se queda el mal estudio,
Sin hallar paz ni reposo
En el crítico momento;
De hallar mal poco talento
Para ser tan latinoso.

Al fin, sin ser educado
No te avances en cantar,
No te vayan a encerrar
I quedes atorgonado;
Si no pias con cuidado,
De ti me lo de venir,
De ver que quisies subir
Al foro de la política,
Si te lanzan sus críticas
No la podrás definir.

Versos por el Enanito

Por la virtud de su violin
Se hizo feliz el paisano;
Andando por el camino,
Topó al pobrecito Enano.

Partió el muchacho con goro
De la casa del patrón;
Con humildes corrales
Alababa al pobrecito.
Se dijo: «¡oh! mui dichoso,
Aun mas que un querubín;
Seré feliz hasta el fin
En este hermoso planeta,
E hizo su suerte completa
Por la virtud de un violin.

Quando le pagó el salario
El rico avareo incoante,
Se regreó el pobre ignorante
El hombre mas millonario.
—¡Oh! tengo lo necesario,
Dijo con corazón sano.
Bendición al soberano
Con júbilo i gran contento;
De un momento a otro momento
Se hizo feliz el paisano.

Con gusto i placer salaba
Por el campo aligerando,
I al Señor omnipotente
En su casto le alababa.
Encontró lo que deseaba
Aquel pobre peregrino,
I a gozar él se previno
De su bienestar i aseo,
I no pensó ni en la muerte
Andando por el camino.

Era tanta la alegría,
Que sentía, en su entender,
Que no se hallaba qué hacer
Con la plata que tenía.
Llegó el gozoso día
Que se encontraba lejano;
No acertó en su tal momento
La hizo porque la implora,
I en aquella feliz hora
Topó al pobrecito Enano.

Al fin, lo que se decreta
Por los hombres mas agoreros,
¡Gané con sus tres amados
El violin i la escopeta.
El espíritu interpreta
Como justo i vedadero,
I cuando se habló, lo inferno,
Preso el noble ciudadano
Balló el juez i el escribano
Junto con el usurero.

Cantares dedicados

Tú eres la niña de los jardines
Linda i hermosa mas que una flor,
Eres la esencia de los jasmínes
Vives de amores
Como las lavas en los corrales
Buscan el sol del empujador.
Eres estrella del tiempo ciego
Que das tus rayos al que te adora.
A ti te llaman dicha i consuelo,
Luz de la aurora,
Es tu mirada mui grato anhelo
Dulce i risueña i fascinador.
Es tu sonrisa tan halagüeña
Falta al hombre que te merece,
Quiero que me hagas alguna señal
Hoy que se ofrece.

Yo i contarte preciosa dueña
De que tu vista ya me entorpeco
Es tu pureza tan virjinal
Eres un ángel por tu inocencia,
Quiero tenerme hoy en lo actual
A mi presencia;
Para contarte mi triste mal
Se me ha agotada la resistencia.
Tienes un modo tan atervido
I entre tu pecho ardí un volcan,
I mas tus ojos tan a lo vivo
Son un tman.

Que a mí me tienen siempre con-
[Siro]
Con las miradas que ellos me dan
Yo i cambiarte el fundamento
Porque no quiero elojarte mas
I entre mis brazos cuando estas.
[Cra]
Llena de gozo i de gran contentado
Quiero que seas mi protectora
Mientras yo viva adora la fe
Contigo quiero vivir en paz
Que es mi delicia que me amora.

Si tú no me amas me desampero
Yo sin tu vista no puedo estar
I son tormentos al recordar
Tu dulce nombre por el mueru.
I si me miras con incomprensión
Es que desconocíste mi enojado
Yo te suplico mi dulce oración
Que no me trates de amante ne-
[Cra]

Quando me encuentre agorante
Debes hallarte a mi cabecera,
Para que veas cuando yo muera
De que la espirado tu fiel amado.
Si es tu alegría el que yo fenezca
Cámpase luego, dueña de mi al-
[Cra]
Mueru diciendo con dulce calma
De que te goce quien te merezca.

Amor fino

Dulce encanto de mi vida,
Dueño de mi corazón,
Consuelo de mi aflicción
Mata de rosa florida.

Me comienza tu mirar,
Tu cara me da placer,
Hermosísima mujer,
Quisiera que pudieras gozar.
Eres tú sin poder
De todas las mas queridas,
Porque eres apetecida
Sin que yo pueda vivir,
I así no me hagas sufrir
Dulce encanto de mi vida.

Tus ojos son dos cristales,
Seductores i hechiceros,
Son humildes i embusteros
Cantantes de milanes males;
Son ellos mui criminales
Porque hieren sin rasgo.
I esas tus miradas son
Tormentos para mi alma,
Por eso dañe la calma
Dueña de mi corazón.

Mientras en el mundo exista
Yo jamás te dejaré
De amar, no me apartaré
Un momento de tu vista;
Quiero estar en tu conquista
Para gozar tu pasión,
Con gran placer i afición
Me privas de la amargura
Bellísima preciosa
Consuelo de mi aflicción.

Me enamoro por tu belleza
Ardiendo en pasión dulcísima,
I siento una ira pacífica
Que me sustenta la cabeza;
Correspondo mi feoza.
Si eres bien agradecida,
A mi nunca se me olvida
Tus caricias dulces hermosas,
Te llaman por tu vistosa
Mata de rosa florida.

Al fin, me debes pagar
Por lo que te esco queriendo
Tan solamente muriendo
Te he de dejar de amar;
Me cuenta finalizar.
I me voy desmorandando
Siempre te ire acariciando
Si no llegas a sufiar.
Un fruto prometido durante
Que te ha de quedar gustando.

Cuecas varias

Eres chiquita i bonita,
Eres linda i amorosa,
Se parece tu curita
A la mas fragante rosa.

Fragante rosa, si sí,
Bella azucena,
Clavel abotomado
Que quisie pena.

Cada vez que yo te miro
Me dan fatigas de muerte,
Solamente por no verte
De tu vista me retiro.

Ma retiro, sí de mí,
De tu presencia,
Por no vivir pensando
Por una ausencia.

Arhoito que te acas
Tendiendo el agua en el pie,
En la rama la fuerza
En el cogollo la fe.

La fe te digo, sí sí,
De verte causa,
Porque se va sacando
Ya no me ama.

En el campo hai una planta
En la planta hai una hoja,
Con el viento del amor
Se marchita o se acorronja.

Se acorronja mi mente,
Si no te veo,
Parale en tu balcón
Dulce recuerdo.

Dulce recuerdo, sí sí,
Palma hermosa,
Dichoso es el amante
Que no te le gana.
Rico i en tu regazo
Dime tu abrazo.

La horrible catástrofe

Yo a narrarlo con pausa,
I daré a saber la causa
En mi bella poesía.
Mucha jente en ese día
Corrió a ver lo que pasaba
I una mujer que allí estaba.
Con una mirada fija,
Era la madre por su hija
Que sin consuelo lloraba.

La infeliz, según pensar,
Presenció los despojos
Ya no tenía en sus ojos
Lágrimas para llorar.
Era triste al contemplar
Aquel cuadro aterrador
De ver que con gran dolor
Los escombros sacuraba,
I su amada hija no hallaba
Mas amonento su dolor.

La primera Comisaria
Maudó al punto guardián,
Los cuales con sus afanos
Escurbaron ese día.
Con la mayor sangre fría
El trabajo principaron
A lo poco que sacaron
Causando al público asombro
De los interinos escombros
A División la sacaron.

Llegó el señor Intendente
I ordenó desmenuzar
A los muertos sin tardar
Los sacaron puntualmente.
Presenciaba esto la jente
Con el alma entristecida;
Completamente herida
Encontraron a Felicia.
Sin dar la menor noticia,
La estrajeron su seguida.

La causa de esta desgracia
Dico, que fué el Comisario,
Públicamente en el diario
Se cuenta con eficacia,
Que dices «La Democracia
De esto que pasó no sé,
Quando mas noticias de
La prensa en lo que ya hablaron;
Las últimas que sacaron
A Julia i Felipa Ud.

Completos detalles

Yo, como chileno que soy
Amante de mi patria i del hombre
De mis compatriotas, aquí,
Con el corazón partido de dolor
De tristeza, voy a dar algo a
Saber de lo que están sufriendo
Nuestros queridos hermanos
En las fronteras con los terribles
Aluvios caidos en este invierno,
Donde por ser tanta el agua
Que ha caido, todos los rios han
Inundado sus cauces, i ya no
Pueden sostener los embalses de
Las corrientes, han salido de madre
I se han extendido por los
Campos, inundando i llevándose
Por delante cuanto han
Encontrado a su paso. Muchos pueblos
Se han perdido totalmente, pues
Han quedado los terrenos tras-
formados en cascadas, como si
en ellos nunca hubiese habido
casas. Por la pérdida de tantos
pueblos, han quedado cientos de
familias sin abrigo i sin
hogar, sin sin tener un pan que
llevar a la boca ni como darle
a sus hijos que lloran de hambre
i tiritas de frío. Ha sido
perdido los habitantes tantos
cientos de miles de personas.
Ahora se me hace necesario preguntar:
¿cuáles son las personas caritati-
vas de tantas que hai en Chile
de esas que se dice que son está-
licas, apostólicas i romanas, que
en nombre del Camarado haya
abierto esos cajas i maletas
para sacar los dineros que le han
sacado al pobre pueblo ignorante,
para apartarlos entre esos infe-
lices que han quedado a la in-
dustria, solo esperando la pro-
tección del Gobierno, que con acor-
do de los diputados i senadores,
les han mandado ciento cincuenta
mil pesos, que creo que no les
ha tocado ni de a uno.

La primera Comisaria
Maudó al punto guardián,
Los cuales con sus afanos
Escurbaron ese día.
Con la mayor sangre fría
El trabajo principaron
A lo poco que sacaron
Causando al público asombro
De los interinos escombros
A División la sacaron.

Llegó el señor Intendente
I ordenó desmenuzar
A los muertos sin tardar
Los sacaron puntualmente.
Presenciaba esto la jente
Con el alma entristecida;
Completamente herida
Encontraron a Felicia.
Sin dar la menor noticia,
La estrajeron su seguida.

La causa de esta desgracia
Dico, que fué el Comisario,
Públicamente en el diario
Se cuenta con eficacia,
Que dices «La Democracia
De esto que pasó no sé,
Quando mas noticias de
La prensa en lo que ya hablaron;
Las últimas que sacaron
A Julia i Felipa Ud.

(Continuado.)

Capítulo 3

El avance de la cultura impresa y los primeros ilustradores nacionales

Situación de la actividad gráfica en Chile a mediados del siglo XIX

Producto del auge económico que generó la minería del norte y el desarrollo del comercio a partir de 1850, muchas familias se enriquecieron de tal manera que sus costumbres y modos de vida fueron profundamente alterados desde varios aspectos. Lo anterior se vio reflejado en una marcada tendencia al lujo y la ostentación por parte de las clases dirigentes. En forma paralela, se hicieron presente con bastante fuerza las influencias extranjeras, no sólo españolas, como había sido tradicional, sino francesas, inglesas, nórdicas y estadounidenses. Todos estos acontecimientos hicieron del país una plaza interesante y atractiva para algunos artistas, editores e impresores extranjeros. La llegada de éstos y la fundación de las primeras instituciones artísticas en el país contribuyó en forma decisiva a estructurar un rumbo más claro y definido para la actividad gráfica. Curiosamente, estas instancias de educación artística no se avinieron con los aires conservadores que se respiraban por aquel entonces. Si bien el partido pelucón, expresión más clara de la élite local, ejerció una clara hegemonía política durante el período, en las labores de creación artístico-cultural participaron tanto conservadores como liberales, ambas vertientes influenciadas por la oleada romántica.

Producto de esta actividad económica, algunos improvisados “dibujantes y letristas” comenzaron a promover en algunos sitios y puntos de venta diversos tipos de servicios y productos, en medio de un comercio incipiente e inexpressivo. En esos años

y por tradición peninsular, las carnicerías y panaderías indicaban la presencia de mercadería con las típicas banderas rojas y blancas, respectivamente, costumbre que aún perdura en zonas rurales. Llamativos y rústicos letreros ubicados a la entrada de las casas comerciales se complementaban con listas de los productos más habituales, acompañadas algunas veces con los precios. Algunos propietarios de tiendas y almacenes ocuparon algún elemento distintivo de carácter muy simple, con el fin de destacar su rubro o actividad. Ya era una práctica común que en los distintos puestos de venta se ubicaran toscos dibujos que trataban de sintetizar gráficamente las potencialidades de los productos disponibles. Por ejemplo, los carruajes eran pintados muy llamativamente por los fabricantes de carros, las cristalerías utilizaban una copa y las barberías empleaban la clásica toalla enroscada.

Dentro de este mismo contexto, los negocios y almacenes ubicaron vistosos letreros en su interior y exterior. Muchas de estas tempranas piezas gráficas llegaron al país procedentes del extranjero, acompañando al producto importado. Cuando este último se elaboraba dentro del país, artistas locales ejecutaban los diseños tomando en cuenta sus propios gustos o las ideas sugeridas por los comerciantes. En estos primeros puntos de venta importaba hacer notar o identificar el lugar o la “casa” donde se comercializaba un determinado producto, lo que transformaba a la fachada o el letrero en el factor distintivo del establecimiento.

En el ámbito de las publicaciones escritas, las palabras del sociólogo Hernán Godoy Urzúa pueden

Ejemplar de una *Lira Popular* publicada en Santiago, fines siglo XIX.

darnos una idea de la situación en que se hallaban éstas: "Mientras la fecunda galería de intelectuales liberales hacía trepidar las prensas produciendo sin tregua volumen tras volumen, al salir éstos de la imprenta los recibían los críticos conservadores, quienes se lanzaban sobre los impresos liberales para demolerlos con ingenio e ilustración"¹. Ambos bandos se ampararon en diversas revistas y periódicos, en cuyas páginas desarrollaron sus ideas plasmadas en columnas y bloques de textos compuestos en los más diversos tipos y caracteres.

La concepción intelectual del impresor y tipógrafo como un agente de la transformación social, generó una cierta apertura a la discusión sobre la actividad gráfica desde una óptica práctica y teórica avalada por los nuevos desafíos de la industrialización y la divulgación de folletos, libros y revistas. El primer número de la publicación *La Crónica*, dirigida por el impresor francés Julio Belín, decía: "La imprenta es un arte, y mal pueden prometerse elevarla a su último grado de perfección los que no lo poseen en todos sus detalles, por la teoría y por la práctica. Desde Rivadeneyra acá, el arte tipográfico ha hecho en Chile grandes progresos sin que pueda decirse

que como industria haya ganado mucho. Este último progreso está a punto de hacerse, y Don Julio Belín será el que lo lleve a cabo"². Belín, quien había trabajado en Francia con los hermanos Plon, afamados impresores franceses que editaron el libro *Los Girondinos* y de los cuales el impresor obtuvo su educación tipográfica, había llegado a nuestro país en 1848, precedido de un cierto renombre que no dudó en tratar de acrecentar en las páginas de sus publicaciones. Fundó su propia imprenta, Belín y Compañía, que hasta entonces había funcionado con el nombre de Imprenta de La Opinión. En dicho establecimiento realizó algunos trabajos destacables, entre ellos, el anteriormente mencionado *La Crónica* y el periódico *El Álbum*, ambos de buen nivel tipográfico aunque no se trate de publicaciones muy relevantes, el libro *Principios de Dibujo Lineal* del francés Bouillon, que se constituyó en una publicación pionera de la enseñanza del dibujo en Chile, y algunas memorias de registro para importantes personalidades del siglo XIX como Ignacio Domeyko y Vicente Pérez Rosales.

Los trabajos de Belín evidencian una uniformidad de estilo que se ve reflejada en el uso de caracteres

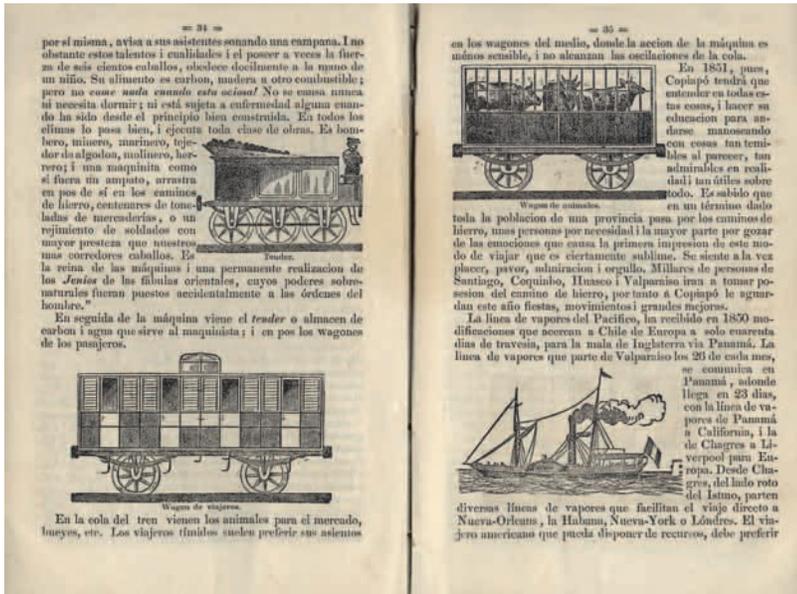
luzquierda: revista artística publicada en 1850. A los adelantos obtenidos en la ilustración de impresos, producto de la instalación de talleres tipográficos en algunos puntos del país, se debe agregar la importación de diversos tipos de metal e ilustraciones. La abigarrada composición de la letra capitular que inicia el tema de portada, la hace aproximarse más a la ilustración xilográfica que al diseño de caracteres ormentales. La ilustración grabada en madera contribuyó, como complemento del texto, al atractivo de este tipo de medios impresos que introdujeron la variante de las "revistas para el hogar", superando el formato de las publicaciones clásicas del período, destinadas a grupos con intereses comunes.

Derecha: avisos publicados en el periódico *La Barra*, 1850. Esta publicación fue emitida por la Sociedad de la Igualdad, primera entidad abocada a la organización de los sectores populares, que fue fundada por Francisco Bilbao y Santiago Arcos.



LA FEA
SOBRE LOS MONTES,
 PARODIA CON LOS MISMOS CONSONANTES
 DEL HIMNO SOCIAL I RELIGIOSO
 DE DON JACINTO CHACON,
 VITUPERADO
 LA FEA
SOBRE LOS MONTES.
 Mandada imprimir por la Junta de Comisos
 De Valparaiso,
 DEDICADO POR EL AUTOR
 COMO MUESTRA DE RECONOCIMIENTO
 AL PRÍNCIPE
 PIO DE CASTRAPORCI
 Arzobispo de Pavia.

¡Horrible catástrofe!!!
 De una de las casas de la calle de la Compañía, ya algo abajo se ha estraviado en estos días una perrita fina, faldera de casta. La persona que la hubiese tomado o supiere su paradero, no tiene mas que venir a la oficina de esta imprenta i llevará una buena gratificación.
 Se ha encontrado un perrito fino de lanas. La persona que se crea su dueño ocurra a esta imprenta donde se le dara
 PRAZON.



Izquierda: páginas interiores de *Almanaque para el año 1851*, publicado por la Imprenta de Julio Belín y Cía. en 1850.

Derecha: composición tipográfica en una portada del periódico *El Cóndor*, 1863.

con línea de caja para los títulos. Es probable que su experiencia previa en las prensas europeas haya despertado una actitud crítica en el impresor francés respecto a los tipógrafos chilenos. En el segundo número de *La Crónica*, se planteaba lo siguiente: “El cajista en Francia es hoy el obrero más culto... y cuan distante está nuestro cajista de acercarse a aquel grado de capacidad intelectual y lo que menos piensa es en instruirse y no conoce la ortografía ni las palabras de su idioma, y compone en castellano como en siriano... El cajista es de ordinario imperfecto en su profesión, y el servicio de las prensas está organizado en el país bajo un plan que impedirá que nunca se imprima una hoja con perfección³. Pese a la dureza de tales palabras, eran muy frecuentes las faltas de ortografía y la omisión de textos en las publicaciones del período. Paradójicamente, la revista artística *La Silfide* señalaba en su segundo número: “El presente es un bien mas poderoso que todas las victorias del pasado; el año cincuenta, mas fecundo para la República en progresos materiales e intelectuales, que toda la primera mitad transcurrida del presente siglo⁴.”

En 1849 estalló una revolución que tuvo sus principales focos de desarrollo en provincias, donde se produjeron batallas y amotinamientos. Muchos de estos sucesos aparecieron graficados en el *Illustrated London News*, publicación foránea que enviaba dibujantes y grabadores de excelente nivel al Nuevo Mundo. Estos artistas apuntaron y registraron una

serie de hechos que aparecieron, mediante el expediente del grabado, en las páginas de la publicación inglesa. Sin embargo, fueron varios los años que debieron transcurrir para que fueran publicados los conocidos dibujos de Melton Prior, uno de los primeros cronistas gráficos que dio a conocer Chile en el extranjero, a través de sus ilustraciones aparecidas en el libro de William Howards Russell titulado *A visit to Chile and the Nitrate fields of Tarapacá*, publicado en 1890.

Otro hecho que merece destacarse es el aporte de Vicente Pérez Rosales a la ilustración gráfica en nuestro país. Si bien no estuvo directamente ligado a dicho tipo de actividad, este aventurero chileno dejó un excelente relato escrito y visual de su viaje a California, tentado por las fabulosas riquezas de los hoy míticos lavaderos de oro. Actualmente, el Archivo Nacional conserva un manuscrito que contiene una serie de dibujos con muestras de los tipos y hábitos de California durante el período de la fiebre del oro. No deja de llamar la atención que Pérez Rosales haya utilizado algunos de los recursos que algún tiempo después incorporarán las historietas para desarrollar un argumento, ya que algunos de sus dibujos van acompañados de textos como apoyo de la imagen. Tampoco puede dejar de mencionarse la labor de Pérez Rosales como Cónsul General en Hamburgo, donde en 1857 publicó el libro *Ensayo sobre Chile*. Además, desde dicho cargo realizó una labor pionera de promoción a través de memorias informativas y



Dibujo de Vicente Pérez Rosales relativo a su expedición a los lavaderos de oro en California, publicado en su obra *Recuerdos del Pasado*.

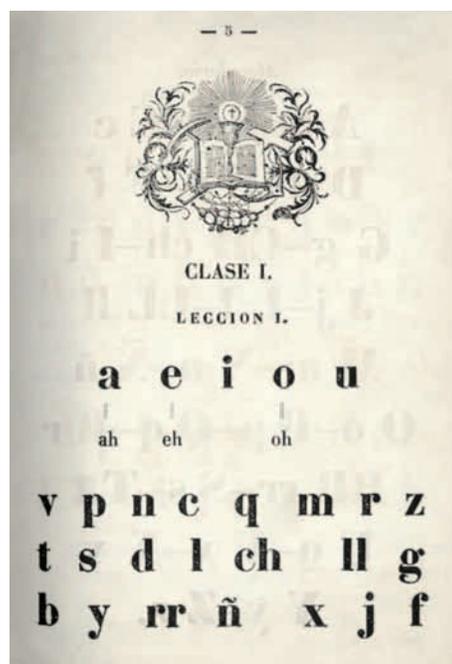
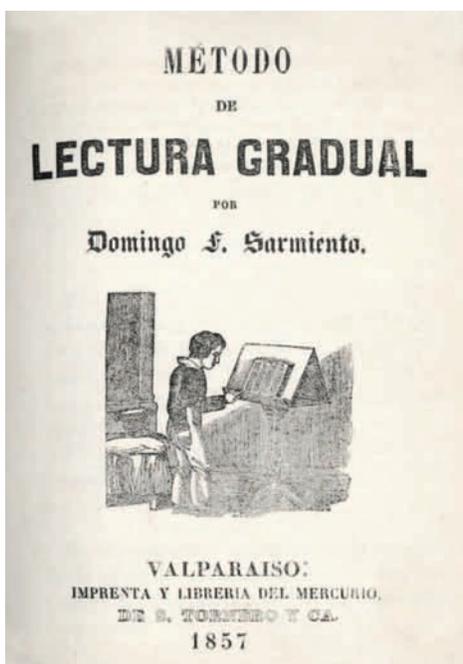
objetos representativos con el fin de entregar una "imagen de país" a los inmigrantes.

Hacia una concepción utilitaria del progreso industrial

Si bien desde 1840 las columnas de anuncios ya poblaban Londres y París, fue en 1851 que se despertó el sentido propagandístico de la industria, con motivo de la Gran Exposición Universal celebrada en la capital de Inglaterra. Esta enorme muestra se constituyó en el origen de una concepción utilitaria del progreso industrial. Algunos años después, el arraigo y la difusión de estas muestras también se confirmaron en nuestro país con los eventos organizados por Benjamín Vicuña Mackenna en 1872 (Artes e Industrias), 1873 (Exposición del Coloniaje) y 1875 (Exposición Internacional). La encargada de reciclar

el legado de estas exposiciones será la gráfica victoriana. El uso de medallas en las etiquetas e impresos comerciales fue el testimonio visible de la calidad de los productos exhibidos y premiados en dichos eventos. Esta práctica, que se multiplicará una vez entrado el siglo XX, incorporará paulatinamente los avances de las técnicas de impresión a un variado repertorio iconográfico propulsado por la nueva burguesía industrial.

A su vez, la ampliación de los formatos de papel y la intervención paulatina del color posibilitaron una mayor competencia gráfica en el medio editorial y publicitario. El hecho de que impresores como José Santos Tornero hicieran varios viajes a Europa con el fin de asimilar los adelantos tipográficos del viejo continente, y de que en 1853, según sus propias palabras, trajese al país la primera máquina mecánica para imprimir, eran síntomas claros de la



Portada y página interior de un libro para la enseñanza de la lectura, impreso en 1857 por José Santos Tornero.



Anuncio publicado en *La Barra*, 1850. Este periódico incluyó en reiteradas ocasiones mensajes a página completa; para la impresión de caracteres a gran formato se usaron tipos de madera, probablemente importados desde países como Inglaterra, donde éstos adquirieron gran popularidad en las primeras décadas del siglo XIX. Su fabricación tuvo amplia demanda en los albores de la publicidad moderna.

renovación industrial que marcaba al país. Por otra parte, en 1853 se fundó en la capital la Sociedad Tipográfica de Santiago, cuyo presidente fue el peruano Victorino Laínez, antiguo miembro de La Sociedad de la Igualdad y director de la Imprenta Nacional del Gobierno. Esta colectividad fue pionera en la organización sindical de Chile y Latinoamérica y en ella participaron tanto operarios como dueños de talleres. Entre los fundadores de la entidad estuvo Jacinto Núñez, destacado impulsor de publicaciones ilustradas que rescataron parte de nuestra particular iconografía. Los tipógrafos porteños fundaron dos años más tarde la Sociedad Tipográfica de Valparaíso, entidad que mantuvo estrechos vínculos con organizaciones afines de Buenos Aires, Lima y Montevideo, teniendo además un amplio prestigio entre los trabajadores gráficos chilenos.

Pese al desarrollo cultural y comercial generado en Santiago entre los primeros años de vida republicana y los inicios de la década de 1850, Valparaíso seguía siendo el gran centro de la actividad gráfica a mediados del siglo XIX. El siguiente dato estadístico nos dará una idea del progreso de la imprenta en la ciudad porteña: según el censo oficial de 1854, existían en Valparaíso 77 personas con la profesión de tipógrafo que trabajaban en el ramo, al paso que

en Santiago ese número era sobrepasado por cinco personas más. "En el puerto habían diez litógrafos y en la capital ninguno"⁵.

Durante esta década se siguieron multiplicando las revistas y periódicos literarios, profesionales y de divulgación científica. En 1852 apareció *El Semanario Musical* y un año después la *Revista Médica Chilena*. A su vez, Barros Arana editaba *El Museo*, revista científica y literaria que dos años más tarde será sustituida por la *Revista de Santiago*. En 1855, el joven periodista Juan Pablo Urzúa fundó *El Ferrocarril*, publicación impresa en un formato de considerables dimensiones para la época, que introdujo la innovación del aviso económico y también destacó como portavoz del pensamiento laico. El año 1856 vio nacer en La Serena una interesante revista titulada *Eco Literario del Norte* y dos años después, la imprenta de *El Mercurio* comenzó a publicar la *Revista del Pacífico*. Ese mismo año aparecieron además *El Instructor del Pueblo* y *El Correo Literario*, periódico semanal ilustrado que inició el despegue de la caricatura en Chile. A su vez, los *Anales de la Universidad de Chile* comenzaron a mejorar su material y calidad, elevando su tiraje a 800 ejemplares⁶.

El desarrollo de una red de revistas y periódicos más amplia, diversa, interconectada y de mayor tiraje que la establecida en la primera mitad del siglo XIX, a lo que se sumó la instalación entre 1840 y 1880 del ciclo completo de la industria impresora —producción, circulación, comercio y lectura—, y la incorporación de nuevos sectores sociales al consumo cultural, conformaron un escenario que otorgó cada vez mayor espacio a las formas de comunicación impresa en sus diversas variantes.

La década de 1850 absorbió y perfeccionó los progresos introducidos por Rivadeneyra y Tornero, debido a que el período situado entre 1841 y 1861 se caracterizó por un desarrollo económico sin precedente y continuidad en nuestra historia. Con respecto al estado general de la tipografía, el caos morfológico característico de la época continuó agudizándose. Esta situación se mantuvo inalterable durante todo el siglo XIX, constituyendo en gran parte una herencia formal proveniente de Europa y Estados Unidos. Muchas piezas de comunicación gráfica se resolvieron sobre la marcha, en el uso de tipografías sin mayor relación con el contenido al que servían. Dicho desencuentro formal se comenzó a producir de forma más evidente en los impresos nacionales de las décadas siguientes, agregándose a esto la adopción forzada de estilos que en muchos casos tampoco tuvieron relación con el contenido que se quería transmitir.



Primeros ilustradores del medio local

A fines del siglo XVIII y comienzos del siguiente, diversos documentos y periódicos impresos fueron ilustrados mediante toscas viñetas realizadas en xilografía. Al observar las publicaciones correspondientes a las primeras décadas del siglo XIX, encontramos imágenes importadas que llegaban a las imprentas junto a los puntos, líneas y tipos. Muchos de estos grabados y viñetas xilográficas fueron herederos del llamado grabado al claroscuro, descubierto a fines del siglo XVIII por el inglés Thomas Bewick. Este método le otorgaba al molde la ventaja de resistir una mayor cantidad de impresiones que los tradicionales grabados xilográficos⁷. Su uso principal fue la ilustración de libros y el desarrollo de ornamentos o pequeñas viñetas que se incorporaban a revistas y periódicos. Todo este fondo icónico elaborado en Chile y el extranjero, sirvió para alimentar casi la totalidad de las publicaciones llevadas a cabo en nuestro país hasta mediados del siglo XIX. Sin embargo, algunos litógrafos y grabadores extranjeros como Narciso Desmadryl se constituyeron en excepciones, al realizar personalmente las ilustraciones que acompañaron los contenidos de los libros publicados en el medio editorial del período.

En 1858 apareció *El Correo Literario*, primer periódico nacional que publicó caricaturas y dibujos hechos por autores nacionales. *El Correo Literario* declaraba en su primer número: "Artículos políticos, literarios,



científicos i de costumbres; ilustraciones de todo género, ya serias, como paisajes, vistas i retratos; ya jocosas, como escenas políticas, cuadros de costumbres, etc., i música para canto y piano, todo esto encontrará el lector en nuestro periódico, pues nos proponemos que sea lo mas ameno posible... Queremos manifestar a los susceptibles, que este género nuevo entre nosotros, sólo puede inquietar a los lesos..."⁸ Esto último da testimonio de la cautela con que los editores, entre ellos Jacinto Núñez, introdujeron esta nueva modalidad de expresión, considerando que fue una poderosa herramienta para plantear una mirada crítica hacia las clases dirigentes y sus disputas políticas.

El hecho de que Núñez fuese encarcelado y condenado a pagar una multa por cada una de las caricaturas publicadas en el periódico revela que por aquel entonces (Gobierno de Manuel Montt) era toda una hazaña imprimir una publicación de esa índole. En el número 6, los editores se vieron obligados a insertar una editorial con el título de "Las caricaturas" refiriéndose a ellas como un invento moderno. A pesar de esto, en el número 7 puede leerse una declaración bastante poco común para la época: "Las mejoras en la parte artística i literaria

Izquierda: portada del primer número de *El Correo Literario*, periódico publicado en 1858 por el editor Jacinto Núñez y que por primera vez dio cabida a las caricaturas e ilustraciones en los medios impresos del país.

Derecha: autocaricatura del pintor Antonio Smith incluida en la misma edición. Los dibujos que aparecieron en esta publicación fueron impresos en litografía e incorporados a la manera de una separata o desplegable, cuando su formato excedía el tamaño de página del periódico.

que iremos haciendo cada día, serán secundadas por la mejora en la parte tipográfica, pues comenzaremos en breve a publicar nuestro periódico con nuevos tipos i en mejor papel que el que hemos usado hasta el presente⁹. La regla general por aquel entonces determinaba un progresivo deterioro de los caracteres tipográficos y las viñetas xilográficas, en la medida que los impresos aumentaban sus apariciones en el esquivo mercado nacional.

Las caricaturas de los primeros números de esta publicación fueron obra del pintor Antonio Smith, quien no sólo se dedicó a las de carácter político, donde representaba a conocidos personajes de la época, sino también a las de costumbres, algunas de las cuales nos remiten a los dibujos de Paul Gavarni. Tras abandonar la Academia de Pintura y poco antes de ilustrar en el *El Correo Literario*, Smith se había dedicado, entre otras cosas, al oficio de fotógrafo. A su regreso de Europa en 1866, cultivó el paisaje romántico influyendo a nuevos valores como Pedro Lira y Onofre Jarpa. La vacante dejada por Smith en el *El Correo Literario* fue ocupada por el pintor y dibujante Benito Basterrica. También educado en la Academia y a diferencia de Smith, Basterrica se mantuvo muy apegado a su maestro Cicarelli. En un principio incursionó en la tipografía para luego dedicarse al dibujo a lápiz y al carbón. Basterrica causó con sus ilustraciones tal conmoción pública,

que se le considera uno de los detonantes del movimiento insurreccional que trajo como consecuencia la Guerra Civil de 1859.

Entre las publicaciones que Basterrica ilustró destacan *El Mefistófeles*, *El Padre Cobos*, *José Peluca*, *El Padre Padilla*, *El Diógenes*, *El Taller Ilustrado* y *La Linterna del Diablo*. Esta última incluyó en sus páginas una amplia galería de personajes que reunió a parlamentarios borrachos, autoridades eclesiásticas ahorcadas, personajes públicos desnudos, políticos decapitados e incluso al Presidente de la República disfrazado de Virgen María. Lo atrevido de estas caricaturas para el público de la época, debió motivar a Basterrica a no firmar prácticamente ninguna de ellas. Igual situación debió vivir Clodomiro Guzmán, también caricaturista e ilustrador, teniendo en cuenta que gobiernos como los de Montt o Pérez no toleraron la propaganda adversa. Basterrica obtuvo algunos logros como pintor y posteriormente incursionó con buenos resultados en la ilustración litográfica, a juzgar por un artículo aparecido en 1885 en *El Taller Ilustrado*: "Si hoy o mañana se quiere hacer un periódico ilustrado como el nuestro, se tropieza con la carencia absoluta de personas competentes para hacer un simple dibujo en la piedra litográfica, a no ser que nuestros amigos, los señores Rojas, Lemoine i Basterrica, grabadores por fuerza, o improvisados, abandonen sus compromisos para contraer otros"¹⁰.

Izquierda: portada de un ejemplar del periódico satírico *La Linterna del Diablo*, 1867.

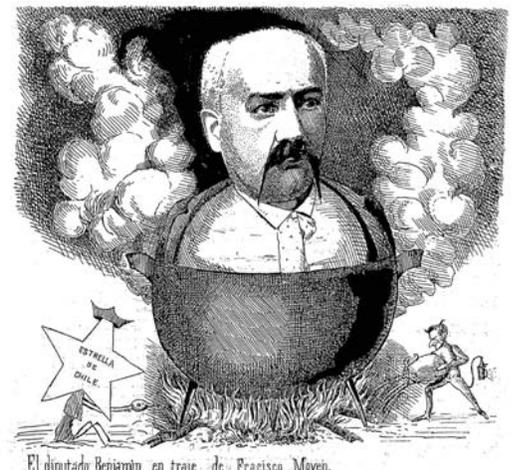


Derecha, arriba: cabezales de los periódicos *El Cóndor* y *El Futre fósforo*, de 1863 y 1867, respectivamente. Si bien su uso no fue muy generalizado, algunas publicaciones nacionales recurrieron a la escritura gótica, buscando aludir a la tradición proveniente de los primeros tipos móviles con que Gutenberg dio a conocer la imprenta.

El Condor.

PERIODICO POLITICO I LITERARIO.

El Futre fósforo



Derecha, abajo: ilustración realizada por Benito Basterrica para el periódico *La Linterna del Diablo*, 1868.

La Unión Liberal

PERIÓDICO CRÍTICO-POLÍTICO E INDUSTRIAL.

Año II. — N.º 37.

PRECIO: 3 CENTAVOS.

Valparaíso, Enero 10 de 1863.

LOS BAÑOS DE MAR.



Paseo por mar al Hembrillo.

—Ya cambiaste la peseta, hombre! dice riendo el remador: jé... jé... jé...
—Ah! yo me muero! Qué es esto, Dios mío!
—Véngase a los brazos de su vieja, mi alma, que me está dando pena de verla con esa cara de difunto y los pelitos parados.



En el Hembrillo.

—Se pilla el santiaguino en la red y exclama:
¡Pescadora de los diablos, recoge tu crinolina!
Y dice la pescadora: —Zape, gato, patas de garabato!



Un santiaguino bailando la zaagurraña al son de un baño de lluvia.
—Ayo! grita en su aflicción.
—Allá va el ayo... del balde, hasta el pesquezo.



Agárrenme! por Diosito!... que me lleva la ola!... Agárrenme! que me alojo!... Favórenzanme!!

LA TARANTULA.

PAPELITO NUEVO.

REVISTA DE HOMBRES Y ANIMALES.

EL DIABLO VENDIENDO CRUCES.

SEMI-PERIÓDICO NOCTURNO.

LA REPÚBLICA LITERARIA.

PERIÓDICO LITERARIO SEMANAL.

EL AJICITO

Se publica los Lunes

LA GUASCA.

PERIÓDICO POPULAR.

Clodomiro Guzmán dibujó en *La Revista Ilustrada* (1865) y los periódicos *El Pueblo* (1867) y *El Taller Ilustrado* (1885). En estas publicaciones plasmó su buen oficio como cronista del ambiente de la época a través de sus dibujos a lápiz, transformándose en uno de los artistas gráficos que más demanda tuvo por aquel entonces. También hizo caricaturas para la publicación satírica *El Charivari* (1867), especie de émulo nacional de la revista francesa del mismo nombre, cuyas páginas ilustró Honoré Daumier.

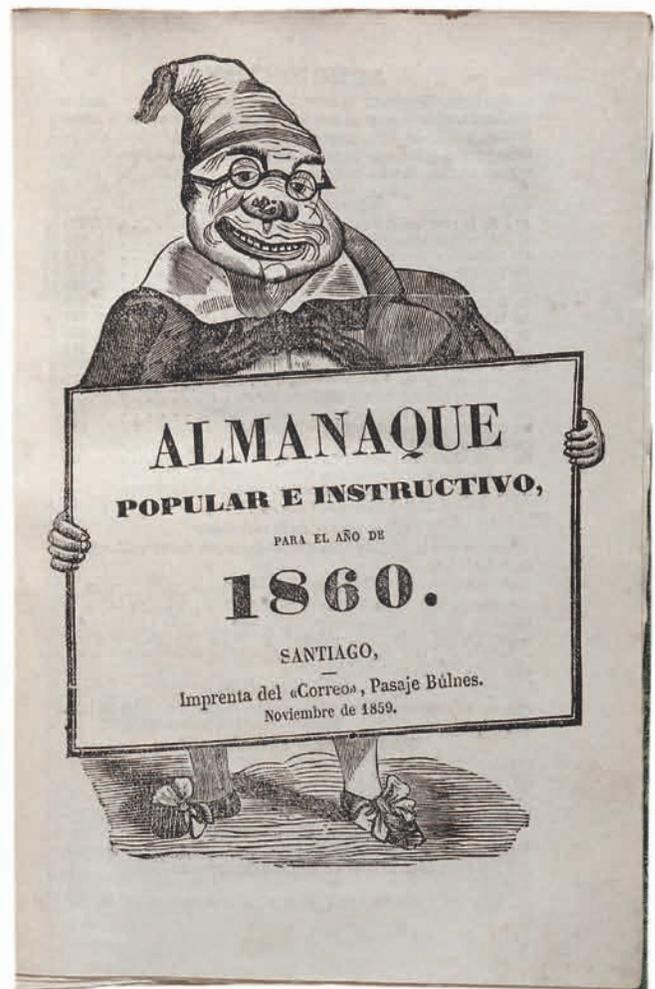
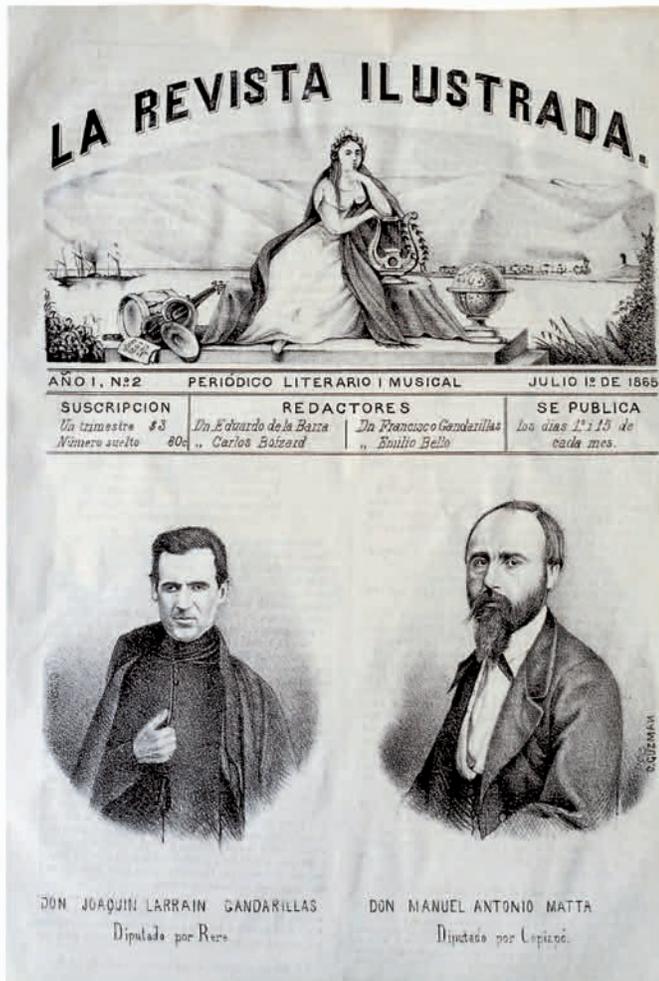
Guzmán y Basterrica obtuvieron resultados similares tanto en el nivel como en el estilo de sus ilustraciones y caricaturas. Lo anterior hace probable la hipótesis de que hayan alternado con otros dibujantes menos consolidados para los trabajos realizados en los periódicos de caricaturas *La linterna del Diablo* (1867), *El Charivari* (1867), *El Combo* (1879) y *La Penca* (1868). Esta última incluyó en sus páginas un curioso estereotipo femenino, considerado hoy uno de los primeros intentos de crear un personaje caricaturesco en el país, tal como se conoce actualmente a Condorito, Pepe Antártico o Mampato, referentes históricos del medio local.

Otro primigenio esfuerzo en la difusión de la ilustración fue el periódico *La Unión Liberal*, aparecido en 1862 en Valparaíso. Esta publicación incluyó algunos curiosos dibujos, en los cuales los porteños se burlaban de los habitantes de Santiago y que guardan ciertas referencias con los trabajos del dibujante alemán Wilhelm Busch, creador de los personajes Max und Moritz¹¹. También existe la posibilidad de que los trabajos del suizo Töpffer, el francés Christophe y el Struwwelpeter o "Pedro Melenas" de Heinrich Hoffmann hayan llegado a nuestro país, influenciando de alguna manera a los tempranos ilustradores nacionales.

Atención especial merece también el trabajo de Jacinto Núñez, quien se erigió como uno de los editores pioneros de revistas y periódicos ilustrados por jóvenes valores nacionales. Núñez se involucró en el difícil negocio de publicar periódicos con caricaturas y dibujos, editando algunos trabajos como el *Almanaque Divertido Ilustrado* y la influyente *Revista Chilena*. El especial énfasis que puso Núñez en destacar la parte ilustrada, además de la estrictamente tipográfica, lo demuestra el hecho de que

Izquierda: portada del periódico *La Unión Liberal*, impreso en Valparaíso, 1863.

Derecha: cabezales de periódicos publicados en las décadas de 1860 y 1870.



Izquierda: portada realizada por Clodomiro Guzmán en 1865. En esta década, las revistas y periódicos comenzaron a insertar grabados o dibujos a lápiz de personajes o hechos relevantes del período. Dichos trabajos fueron encargados a artistas nacionales o extranjeros avecindados en el país. En el caso de esta publicación, no sólo se trata de una ilustración, sino también del diseño de un cabezal para la línea de edición y el dibujo manual de caracteres para titulares y destacados.

Derecha: portada del *Almanaque Popular e Instructivo* publicado en 1860.

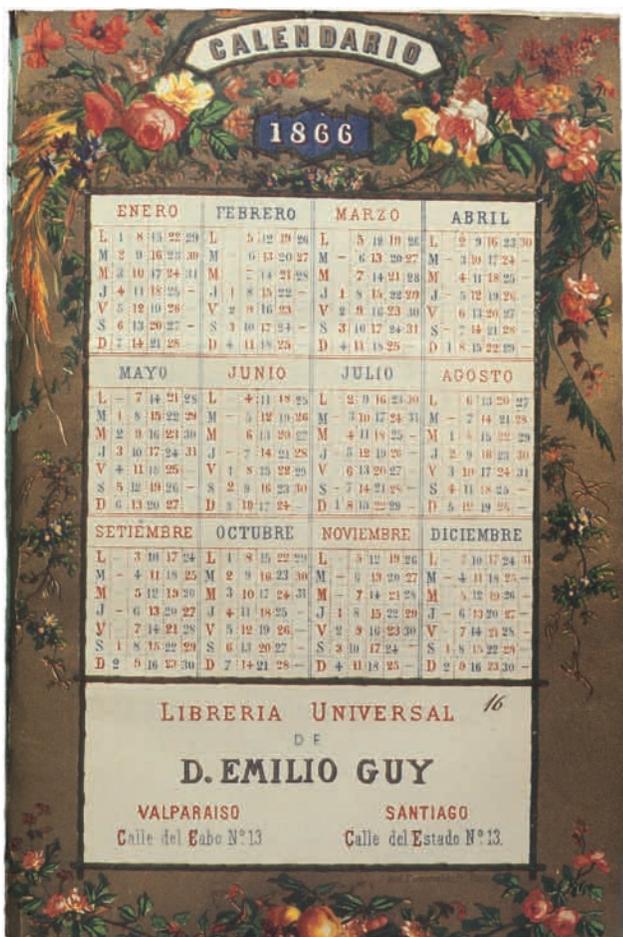
en 1879 fundó, con la cooperación del dibujante y litógrafo Lemoine, el periódico *El Nuevo Ferrocarril*, el cual se propuso insertar retratos de personajes nacionales destacados en sus páginas. Núñez tuvo una especial preocupación por ilustrar sus producciones con dibujos, litografías y grabados, privilegiando el rescate de los tipos, las costumbres y en general, las escenas de la época correspondientes a la segunda mitad del siglo XIX.

El Realismo y la industrialización del país

La cultura nacional, a partir del último tercio del siglo XIX y a través de sus diversas expresiones, modificó el rumbo de sus orientaciones estéticas, pudiendo verificarse esta transformación en una propuesta visual más acabada de ciertos productos gráficos como carteles, rótulos, libros y revistas. Los primeros signos claros de industrialización en el país aparecieron hacia 1860, gracias a la introducción de medios de transporte modernos, una mayor concentración de población y la difusión de relaciones monetarias en la economía. El país comenzó a

operar acercando los centros de producción a los de consumo, llevando servicios y productos terminados a ciudades cada vez más grandes y modificando las posibilidades de elaboración de bienes, como también las condiciones de demanda y servicios. Por otra parte, en el decenio siguiente surgió el grave problema de la inflación a raíz del decreto de inconvertibilidad del papel moneda, promulgado en 1878 para salvar a la banca privada. De este modo, la diversificación del comercio y la industria fomentó la conformación del proletariado y el ascenso de los sectores medios, generándose un áspero debate en torno a lo que en aquel entonces se empezó a llamar “la cuestión social”.

Hacia 1870, el Realismo ya se había constituido en el estilo intelectual de la burguesía chilena, tendencia que se vio reflejada en un sentido pragmático y utilitario, al mismo tiempo que ilustrado y progresista. Cualquier tipo de adelanto técnico adquirió la categoría de símbolo de la época. Las expresiones artísticas de este período dejaron de lado las raíces “criollas”, adquiriendo una clara fisonomía europea. Siguiendo estos modelos se asimiló la enseñanza del



estilo arquitectónico proveniente del neoclasicismo francés, mientras que las Bellas Artes entraron en una abierta aristocratización. En dicho contexto, se inició la impresión de grandes periódicos y continuaron proliferando las revistas de carácter cultural.

Un hecho revelador de la evolución del país en el contexto de la actividad gráfica lo pueden evidenciar dos casos particulares. En áreas inherentes al diseño gráfico, una innovación importante había sido la aparición de las primeras estampillas en 1853. Por otro lado, en 1871 se había iniciado la emisión de postales en Chile y ese mismo año se distribuyeron las primeras tarjetas de Navidad en el país. Estos hechos, que en apariencia pueden resultar poco relevantes, demuestran un mayor grado de desarrollo al utilizarse piezas gráficas hasta entonces inéditas en el medio nacional. Al año siguiente ocurrieron otros dos hechos significativos: se editó el *Chile Ilustrado* de Santos Tornero y se produjo el primer movimiento huelguístico de los tipógrafos en Santiago y Valparaíso.

Si bien los calendarios impresos que destacaban la existencia de alguna casa comercial ya eran conocidos en Santiago y Valparaíso a partir de la segunda

mitad del siglo XIX, hacia 1879 la Viña Cousiño Macul encargó al taller del litógrafo Pedro Cadot un trabajo impreso para la promoción de sus productos con las características del cartel moderno. Este encargo deja entrever una nueva forma de abordar la promoción de productos, tomando en cuenta que en sus inicios las tiendas comerciales ubicaron en sus vitrinas una pintura (obra pictórica única no serializada) a la que añadían algún texto informativo que la convertía en letrero comercial.

En el campo de la edición, pueden destacarse algunas publicaciones literarias ilustradas como *El Instructor* (1871), *La Ilustración* (1871) y *El Correo de la Exposición* (1875). Nos dará una idea de la postura de estas revistas el siguiente texto, aparecido en el prospecto de uno de ellas: "LA ILUSTRACION será, pura i esclusivamente, una publicación de familia; de manera que jamás aparecerá en sus columnas ningun artículo que pueda ofender en lo mas mínimo la moralidad o las buenas costumbres"¹². Este tipo de publicaciones culturales incluyeron grabados de origen foráneo, con algunas excepciones de autoría nacional. Sólo algunas como *El Correo de la Exposición* abrieron sus puertas a colaboradores chilenos, como fue el caso de Luis Fernando Rojas.

Izquierda: calendario para el año 1866 de la Librería Universal, que constituye una pieza gráfica poco común para su época, dada la incorporación del color.

Derecha: cartel promocional de la Viña Concha y Toro. En sus comienzos el "affiche artístico" chileno, en parte deudor de la tradición cartelista francesa, no fue pensado para el espacio público. Más bien fue concebido como una obra única, ligada a las Bellas Artes y destinada a instalarse en la vitrina o "escaparate" de la tienda. El utilitarismo industrial en boga destacó en las fachadas de los establecimientos no sólo el símbolo gráfico de los artículos en venta, sino también el nombre del comerciante o la razón social de la empresa.



Izquierda: capitular diseñada por Mauricio Amster para la publicación *Diez Grabados Populares Chilenos*, 1973.

Derecha: detalle de un ejemplar de la *Lira Popular*, fines siglo XIX. Las liras narraron historias y noticias de la época, rescatando las costumbres y tradiciones chilenas. Los orígenes de estos impresos, que fundieron palabra e imagen xilográfica, tal como había sucedido en los siglos XVII y XVIII en Europa, se remontan a los romanceros españoles. Además, se constituyeron en un referente muy arraigado en la cultura popular del período, unificando la tradición oral con una rústica imaginería. Estas hojas tuvieron su período de mayor auge entre 1860 y 1930.



Este tipo de revistas presentó una cierta uniformidad en su concepción gráfica y diagramación, distanciándose un poco de los impresos precedentes con un diseño menos organizado (muchas columnas, viñetas, avisos y tipos distintos).

Otro rasgo importante de este período fue el abierto rechazo hacia todo lo que se vinculara con el ámbito popular. Los años precedentes habían dejado un claro testimonio del desencuentro de la élite ilustrada con este tipo de manifestaciones. La utilización de elementos formales como la ornamentación del estribo del huaso o la greca araucana fueron miradas con desdén, lo que impidió una adopción más generalizada de este tipo de expresiones formales provenientes de una cultura campesina en formación. Pese a ello, a partir del último tercio de siglo comenzó a publicarse lo que entonces se denominó "pliegos de cordel": hojas impresas por un solo lado que contenían versos populares destinados al público modesto y eran comercializadas en plazas, mercados o estaciones de tren, colgadas sobre cordeles. Muchos de estos impresos incluyeron ilustraciones que eran sencillas xilografías, obra de anónimos artistas. A partir de 1885 se intensificó la producción de estos pliegos, lo

que provocó el aumento de los formatos. Al respecto, Alamiro de Ávila Martel señala: "Estos grabadores populares, como los podemos designar con toda exactitud, como adscritos a ilustrar precisamente la poesía popular del tiempo, tienen características muy notables: junto a la simplicidad a que obliga el material y una técnica rudimentaria, encontramos un verdadero alarde creador para cubrir superficies bastante extensas. Junto a una ingenuidad que el gusto de hoy sabe apreciar, se halla a menudo un talento interpretativo de una enorme fuerza; un realismo mágico al que contribuye con frecuencia el acoplamiento de temas"¹³.

Sin embargo, no todas estas hojas fueron ilustradas mediante los procesos antes descritos. En su composición también se usaron tacos de madera europeos y clisés fotográficos, hallados en abandono en las imprentas después de haber servido para ilustrar diarios o revistas. Respecto a ello, de Ávila Martel agrega: "A veces, sin embargo, estos elementos espúeos sirven admirablemente como detalles complementarios de la composición, dentro de una constante búsqueda tendiente a rellenar, efecto de un notorio odio al vacío, y que llegan a producir resultados extraordinarios de verdaderos *collages*"¹⁴.

En una línea semejante a la anterior deben mencionarse los grabados aparecidos en el periódico *El Ferrocarrilito*, cuyo primer número fue impreso en 1880. Las ilustraciones aparecidas en las páginas de esta publicación ejercieron una propaganda contraria a la Confederación Peruano-Boliviana, mediante un tratamiento gráfico cercano a las Liras Populares. No olvidemos que la Guerra del Pacífico había estallado un año antes de la aparición de este periódico y se prolongaría hasta 1883.

Nuevos hábitos de consumo

Uno de los descubrimientos sociales más relevantes del siglo XIX fue la calle. En ella, la publicidad acaparó la atención de los transeúntes con sus "hombres sándwich" enfundados en anuncios autosoportantes o a través de las fachadas de los locales comerciales, provistos de abundantes caracteres en gran variedad y tamaño. Por aquel entonces ya era una práctica común encontrar grandes animales o pájaros embalsamados ubicados en altura y a la entrada de los negocios de la época. Es así como estas reminiscencias de la ciudad medieval quedaron tardíamente arraigadas en algunas nacientes urbes del país: "En el

Temuco fronterizo, por ejemplo —como testimonia nostálgicamente Pablo Neruda—, una gran tijera indicó por años a los colonos y a los mapuches el lugar de la peluquería; una gran bota de hojalata señalaba, en tanto, la zapatería, y un martillo gigantesco, la ferretería"¹⁵. Este hecho perduró al menos hasta las primeras décadas del siglo pasado, ya que el poeta chileno lo recuerda en su libro *Confieso que he vivido*. Ya en los inicios del último tercio del siglo XIX, el utilitarismo industrial se apoderó de las fachadas de los diversos establecimientos, superando el símbolo gráfico de la mercadería para destacar lisa y llanamente el nombre del comerciante o su razón social. De este modo, la gráfica industrial fue reemplazando paulatinamente las claves simbólicas medievales heredadas del comercio colonial. Esta nueva estrategia comercial generó una temprana aparición de marcas y logotipos que comenzaron a circular en envases, periódicos y la vía pública.

A mediados del siglo XIX ya existían industrias dedicadas a la fabricación y comercialización de productos químicos, curtiembre, talabartería, cerveza, carrocería y maquinaria, entre otros. Algunos de estos noveles fabricantes fueron Farmoquímica del Pacífico, Curtiembre de Tiffou Hnos., Fundición y Fábrica de Maquinarias de Balfour Lyon y Cía, Fábrica de la Victoria, las fábricas de levadura Kunsmann y de cerveza de los hermanos Anwandter, y aquellas que adquirió y propulsó Andrés Ebner. Algunas marcas como Rudloff, empresa dedicada a la fabricación de calzado que llegó a ser bastante popular en Chile, y otras como cervezas La Estrella y Keller, carros El Progreso y La Unión, tejidos Poppe y Cía, paños Tomé y jabonería y perfumería Moderna, se fueron instalando progresivamente en la mente de los consumidores de un país con un comercio todavía muy incipiente.

En Chile, como era de esperar, las primeras marcas comerciales correspondieron principalmente a productos extranjeros. De hecho, en las exposiciones internacionales e industriales organizadas por Benjamín Vicuña Mackenna, muchas veces la presencia del producto ya no era el principal foco de atracción, sino que a menudo lo era la máquina que lo fabricaba e incluso el lugar donde se armaba. De todas maneras, la gestación de estas grandes exposiciones, tanto en Chile como en el extranjero, se constituyó en un factor importante para el despegue del diseño de marcas. No obstante, mencionar la palabra "diseño" podría resultar pretencioso e incluso engañoso. Al observar ciertas marcas comerciales chilenas del período, se puede constatar que en algunas de ellas no se observa relación alguna entre la imagen y el producto o fabricante



Detalle de grabado incluido en una *Lira Popular*.



Ejemplar de una *Lira Popular*, finales del siglo XIX. Estas piezas reunieron en su impresión grabados en madera locales e importados, clisés fotográficos, tipos de metal para los textos y tipos de madera para algunos títulos.



Izquierda: imagen de identidad de Pietro Prettra, fabricante de máquinas, hacia 1875, y marca de una casa de préstamos, hacia 1885. Algunas décadas atrás se había iniciado en el país la construcción de maquinaria en maestranzas y talleres de fundición, así como el desarrollo en rubros como la talabartería, mueblería, fabricación de tejidos y cerveza, entre otros.

Arriba, derecha: portada del *Album del Santa Lucía*, publicado por Benjamín Vicuña Mackenna en el año 1874. Este trabajo se realizó en la Imprenta de la Librería del Mercurio.

al que ésta representa. En algunos casos se recurre a una viñeta xilográfica cualquiera y se le agrega el nombre del producto sin importar la discordancia producida entre texto e imagen. En tal sentido, más que de diseño o creación de marcas habría que hablar de una intención, a veces bastante difusa, de destacar un producto con una elección que no necesariamente representa el contenido de lo que se quiere transmitir.

Sin embargo, hubo instancias en que se pudieron generar singulares creaciones, muy cercanas a un estilo de comunicación impregnado de símbolos patrios y de marcado regionalismo, caso que no sólo se dio en nuestro país, sino también en el resto de Latinoamérica. Si las primeras marcas de cerveza fabricadas en el país estuvieron muy supeditadas al carácter germánico de sus productores, otros escenarios de producción como la fabricación de aceite, fósforos o cigarrillos tuvieron un devenir distinto en la creación de su imagen de venta. Tal es el caso de los envoltorios de cigarrillos que comenzaron a circular a partir de la década de 1860, impresos inicialmente en blanco, hasta llegar a depuradas cajetillas impresas en cromolitografía que hicieron referencia a personajes del acontecer nacional, sucesos históricos, alegorías patrióticas, etc.

En tal sentido, el nombre de algunas de estas marcas nos puede dar un indicio de la manera en que se desarrollaron dichos diseños: La Patria, Vencedores, Yungay, El Negro, Compadre, La Belleza y los curiosos Marca Chancho, cuya leyenda señalaba: "Aseguramos que estos cigarrillos valen más de lo que cuestan".

Por otra parte, los inmigrantes, especialmente los británicos, llegaron al país trayendo consigo nuevos hábitos de consumo, y poblaron un pequeño mercado con productos revestidos de etiquetas. Los caracteres y diseños de estas piezas importadas fueron imitados y reacondicionados mediante el uso de letras gruesas, sombreadas y despojadas de sus terminales, en los letreros de la calle y pizarrones ubicados en las esquinas de almacenes y sitios de concurrencia masiva. A su vez, la fundación de ciudades alrededor del naciente ferrocarril generó el asentamiento del comercio en lugares definitivos, lo que hizo crecer la competencia y la producción de señales gráficas para tal efecto.

Dentro del mismo ámbito propagandístico debemos referirnos a la experiencia manual del pintor de rótulos. Ésta fue una figura bastante representativa del siglo XIX en Europa, aunque en nuestro país no adquirió una suficiente notoriedad y profesionalismo. No fueron pocos los artistas y pintores nacionales que debieron hacer "de todo un poco" para poder sobrevivir en un naciente mercado, más abierto al utilitarismo industrial desde la óptica de las artes gráficas y decorativas. No debe sorprender entonces que muchos de ellos se dedicaran a todo tipo de pintura artística e industrial. Esto último implicaba la vinculación del pintor o artista con el ámbito del comercio, en calidad de pintor de letras, de casas y fachadas o como decorador de ambientes y exteriores. Por medio de esta alternativa ocupacional, más alejada del campo esencialmente pictórico, algunos artistas recibieron el encargo de ornamentar la vía pública a través del uso y manipulación de la letra. A pesar de las influencias de otras culturas, estas

EL TIPOGRAFO

PERIODICO SEMANAL ARTISTICO I LITERARIO.

ORGANO DE LOS TIPOGRAFOS.

EL GUTENBERG

PERIÓDICO SEMANAL—ÓRGANO DE LOS OBREROS

EL PATAS VERDES

PERIODICO DE CARICATURAS

NO ATACA LA VIDA PRIVADA.

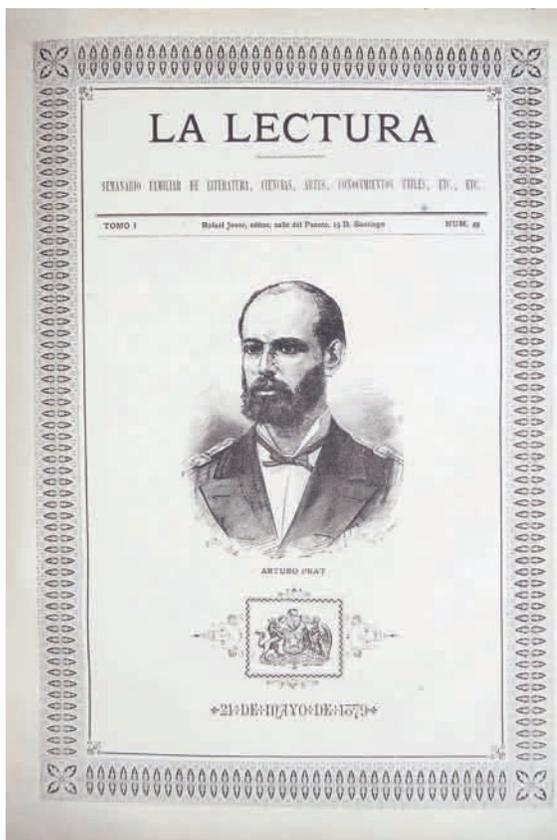
El Aji

Periódico Semanal—Joco-Satirico.

señales comerciales pintadas a mano presentaron rasgos específicos del lugar donde surgieron y en algunos casos, mantuvieron la impronta del anónimo autor que las ejecutó.

Frecuente fue también la elección de motivos patrios como el copihue y la estrella para decorar las enseñas comerciales, y el uso del tricolor y tonalidades de pigmentos disponibles en las primeras pulperías de la época. Revisando fotografías del comercio de Santiago y Valparaíso del siglo pasado, puede verificarse un despliegue letrístico de creaciones estrechas, sombreadas, perfiladas, cursivas, etc. Es probable que en muchos de estos casos se haya partido de referencias no sólo intuitivas, sino más bien de experiencias generadas por una carencia técnica o manual, propia de un ejercicio autodidacta.

La mayoría de las fuentes tipográficas fueron traídas a Chile por comerciantes, impresores, tipógrafos y visitantes ocasionales. Si la creación de tipos durante el siglo XIX ha sido probablemente la de mayor volumen y variedad de toda la historia hasta la aparición de la computación gráfica, nuestro país no fue la excepción a este síntoma tipológico con un diagnóstico similar al estadounidense o europeo, a pesar de la carencia de tipos, lo que en algunas imprentas provocó resultados muy defectibles.



Innovaciones en la edición de libros y revistas

Otro hecho destacable de este período fue la incorporación de algunas personalidades ligadas al mercado gráfico que, de un modo u otro, contribuyeron a configurar el desarrollo de la actividad en el país. La llegada del editor español Rafael Jover, del tipógrafo de la misma nacionalidad, Julio Real y Prado y del impresor alemán Guillermo Helfmann, dio un nuevo impulso a la actividad. Terminada la fiebre del oro en California, Helfmann se trasladó a Valparaíso donde estableció su propio taller tipográfico, iniciando una serie de innovaciones en el ramo. Trajo a Chile técnicos de Alemania y nuevos tipos para obtener una mayor calidad en el resultado de las impresiones. Poco después fundó la Imprenta Universo y editó dos publicaciones que en nuestro país fueron pioneras: *The Chilian Times* y *Sucesos*. La primera apareció en 1876 y sirvió al impresor alemán como medio de experimentación de los más modernos procedimientos técnicos para ilustrar. No fue raro entonces que se consiguieran resultados bastante avanzados para el común denominador de la época. De hecho, la misma Imprenta Universo en sus *Recuerdos del Centenario* se encargó de recalcar que *The Chilian Times* fue el primer periódico chileno ilustrado con actualidades, iniciándose en Sudamérica un notable progreso de la industria gráfica.

Izquierda: cabezales de diversas publicaciones emitidas entre 1875 y 1889 en Santiago y Rancagua.

Derecha: revista *La Lectura*, publicada por Rafael Jover en 1884. Este editor español, llegado a Chile en 1871, fundó inicialmente la librería Centro Editorial de Obras Ilustradas y luego publicó a numerosos autores nacionales. Sus conocimientos tipográficos los adquirió recurriendo a libros técnicos europeos, con el objetivo de implantar un adecuado régimen en la Imprenta Cervantes, de la cual fue fundador. Años después publicó sus avances en materia de tipografía en el libro *Corrección de pruebas de imprenta*, realizado en 1888.

Rafael Jover empezó con una modesta prensa de mano y al poco tiempo fundó la Imprenta Cervantes, editando varias de las más notables obras nacionales con el apoyo de Benjamín Vicuña Mackenna. Sobre Jover, dice Manuel Ramos Ochotorena en la *Revista Tipográfica*: “Observando la lamentable anarquía que en materia de corrección reinaba en Chile, se tomó el laudable trabajo de reunir en un volumen todo lo que sobre la materia habían escrito renombrados tipógrafos europeos; trabajo que ha sido utilísimo no sólo a los tipógrafos chilenos, que se veían obligados a obedecer sin réplica la anárquica corrección de los escritores, sino a muchos de los escritores que no conocían ni aún los signos convencionales empleados en la corrección”¹⁶. En 1884 lanzó la revista literaria *La Lectura* y algunos años después publicó el libro *Corrección de Pruebas de Imprenta* y editó el periódico *La Tribuna*. Para algunos entendidos contemporáneos a Jover, fue éste “el introductor del buen gusto tipográfico en Chile”¹⁷.

Julio Real y Prado vino a Chile como representante de varias casas editoriales españolas y poco después publicó algunos periódicos como *El Trabajo*, *Los Tiempos* y *El Diablo*. En su momento, dispuso de un catálogo de tipos muy completo y perfectamente clasificado y fundó la casa editorial España-Chile. A semejanza de otros impresores y editores extranjeros, Real y Prado dio cabida en sus ediciones a la ilustración gráfica que ensalzó los hitos históricos

contingentes. También es probable que haya impreso algunos afiches a juzgar por las escrituras, letras para carteles y gran cantidad de viñetas y grabados de que dispuso en sus imprentas.

También es digno de mencionar el establecimiento de la Imprenta Gutenberg, que destacó por la calidad de sus impresiones y que probablemente, fue el primer establecimiento del rubro en utilizar los tipos elzevirianos¹⁸ en Chile, para la publicación *La Biblioteca Boliviana*, de 1879.

Las provincias tampoco se quedaron atrás. En algunas ciudades como Talca, donde trabajó Real y Prado, Antofagasta y La Serena, hubo una interesante actividad gráfica que se tradujo en la aparición de periódicos y revistas. La imprenta del periódico *La Esmeralda* de La Serena señalaba que se imprimían desde carteles y folletos hasta tarjetas y pagarés. Es más, el hecho de que en un pueblo pequeño como San Francisco de Limache funcionara en 1877 una fábrica de papel, demuestra que por aquel entonces la imprenta se encaminaba en Chile hacia una producción más masiva y sustentable.

La década de 1880 y el Neoclasicismo francés

En líneas generales, la década de 1880 se constituyó en un período de transición hacia el fin de siglo, sin registrar grandes cambios en el terreno formal y temático de las propuestas gráficas. Sin embargo la fotografía, que en las décadas anteriores ya era reconocida en el medio nacional, tuvo un verdadero auge técnico-conceptual a partir de 1879. La salida airosa de Chile en la Guerra del Pacífico y el posterior auge de las salitreras hicieron del país una plaza muy atractiva para la llegada de retratistas. Entre éstos, puede destacarse a Emilio Garreaud, Carlos Díaz, Eduardo Spencer y Jorge Valck.

Hacia 1880, la reproducción de imágenes alcanzaba ya un amplio desarrollo en Chile. Se había llegado a un alto nivel de perfección y existían buenos talleres fotográficos a lo largo del país. Este avance de la técnica permitió que en las últimas décadas del siglo aparecieran algunas publicaciones como el antes mencionado *Chile Ilustrado* de Recaredo Santos Tornero, *La Geografía Física de la República de Chile* de Amado Pissis, el *Álbum del Santa Lucía*, editado en 1874 por Benjamín Vicuña Mackenna, el *Álbum de las Salitreras de Tarapacá* del pintor y fotógrafo Luis Boudat, publicado en 1889, hasta llegar a trabajos muy depurados como *Vistas de Chile*, editado y compilado por Rafael Jover y Félix Leblanc. Este último, de nacionalidad francesa, fue el continuador

Portada del primer ejemplar del periódico *The Chilean Times*, donde Guillermo Helfmann puso en práctica los adelantos técnicos de la imprenta, 1876.





de la modalidad de publicar álbumes de vistas de Chile, siguiendo el esquema editorial que iniciara Emilio Garreaud.

Durante este período siguieron apareciendo diversos periódicos de caricaturas como *El Padre Padilla*, *El Jil Blas*, *La Escoba*, *La Dinamita* y *El Patas Verdes*, entre otros. Este tipo de prensa satírica se intensificó hacia fines del siglo XIX, publicándose alrededor de un centenar de diarios y revistas en forma de cuartillas. También destacaron los talleres litográficos de Alberto Saling, O. Brandt y la Litografía Cadot. En estos establecimientos, dibujantes como Luis Fernando Rojas y José Miguel Blanco pudieron realizar algunos trabajos destacables. Blanco creó en 1885 el periódico artístico y literario *El Taller Ilustrado*, uno de los proyectos más interesantes de la época y en el que también participaron el pintor Solario, el grabador Luis Eugenio Lemoine, Pascual Ortega, Clodomiro Guzmán y Benito Basterrica.

Por aquel entonces, el arte francés se percibía como un “arte aplicado a la industria” que debía ser asimilado casi forzosamente, más allá de los vaivenes de distintas modas que se asumían como “artísticas”. Por ello, el neoclasicismo francés se transformó en un estilo muy arraigado en la mentalidad y el gusto de un sector del país, lo que motivó a José Miguel Blanco a escribir el siguiente texto en las páginas de *El Taller Ilustrado*: “Ya que en América somos tan parisienses, que nos vestimos a la dernier, nos peinamos a la Capoul, bebemos Champagne, i hasta

bailamos can-can, nada más lógico que sigamos imitando a ese París fascinador en sus gustos artísticos, en la protección que presta al desarrollo del arte”¹⁹. Sin embargo, el panorama tampoco era tan alentador a la hora de describir la situación en que se encontraba el mercado editorial del país. Al respecto, dice Blanco: “El arte tipográfico ha alcanzado entre nosotros grandes adelantos... Pueden hacerse en Chile ediciones, si no tan baratas, por lo menos tan buenas i tan esmeradas como las que se ejecutan en otras partes. No sucede igual cosa con la litografía i el grabado, sea en madera, en piedra, que son los complementos necesarios del arte tipográfico... Una de las faltas que cada día se hacen más en el campo de la actividad literaria, es la de dibujantes i grabadores, ya sea para la ilustración de periódicos o ya para las obras que dan a luz nuestros hombres de letras”²⁰. Estas declaraciones permiten comprender la carencia de ilustradores que existía en el país por aquel entonces, situación que entre otras consecuencias, motivó que muchos jóvenes principiantes se dedicaran a la enseñanza del dibujo sin tener los conocimientos necesarios.

A pesar de que el Gobierno de tiempo en tiempo enviaba a Europa a jóvenes aventajados para profundizar en los estudios artísticos, su desarrollo se veía abortado al regresar al país, ya que el apoyo y la protección oficial desaparecían. Una excepción a esta regla fue el calígrafo, dibujante y pintor Juan María Caradeux. También educado en la Academia de Pintura, hizo algunos trabajos esporádicos

Izquierda: portada de un ejemplar del *Taller Ilustrado*, proyecto del dibujante José Miguel Blanco, 1887.

Derecha: portadilla de libro impreso en Valparaíso, 1875.

como ilustrador e inventó un sistema de escritura bastante completo que se generalizó por aquel entonces en casi todos los establecimientos de educación del país y en algunos del extranjero. De cierto modo, Caradeux fue pionero en la enseñanza de la tipografía en el medio local, ya que dictó cursos de escritura y enseñó el correcto uso de la letra inglesa, redonda, gótica y ornamental. Es importante consignar también que algunas publicaciones de la época señalan a un tal Zubicueta como otro aventajado maestro calígrafo del período.

En este contexto también cabe destacar la creación de una Escuela de Dibujo Industrial, fundada en 1886 por la Sociedad de Fomento Fabril y dirigida por el ingeniero francés Carlos Vattier. En ella se impartieron cursos de dibujo lineal y ornamental. Algunos

de las propuestas gráficas. Sin embargo, los últimos acontecimientos de esta década no fueron especialmente auspiciosos para este sector productivo, tomando en cuenta que en la fase terminal del Gobierno de José Manuel Balmaceda varias imprentas fueron clausuradas, saqueadas y hasta incendiadas. Además, la situación anormal creada por la Revolución de 1891 impidió establecer una comparación adecuada entre la producción tipográfica del período y la de los años precedentes. Sin embargo, en los centros de impresión más avanzados como las Imprentas Nacional, Cervantes, de los Debates y de la Patria, podemos encontrar colecciones de caracteres o titulares superiores a las 200 variedades y depósitos de papel común y corriente o “de diario” y cartulinas finas, siendo la producción de folletos y periódicos la de mayor envergadura.

Respecto a la situación de la tipografía en Chile, existen ciertos antecedentes que nos pueden dar una visión más panorámica de su estado en aquel entonces. En la sociedad chilena de fines del siglo XIX, todavía preponderaba el principio colonial de la degradación del trabajo físico, que se había perpetuado hasta el punto de despreciar a todo aquel que desempeñara labores en la industria. Este antecedente por una parte, y la falta de instrucción que se observaba en las clases populares por otra, indujo a ciertos empresarios que establecieron talleres tipográficos a menospreciar el aprendizaje de tal oficio. Al respecto, Manuel Ramos Ocho-torena señalaba: “Se observa que los maestros tipógrafos que aquí han venido son tan pocos, que pueden contarse con los dedos; añadiendo a esto que no llegan mas publicaciones técnicas que las puramente comerciales i que son poco ménos que desconocidos los tratados i manuales de tipografía, no sería aventurado afirmar, aun sin tener en cuenta los trabajos que lo comprueban, que la imprenta chilena, salvo pocas escepciones, no está en jeneral a la altura que reclaman la ilustración del país i su movimiento mercantil, como lo saben bien los escritores i comerciantes que tienen que servirse de ella”²¹. Sin embargo, y como antesala a la producción tipográfica del siglo XX, los años posteriores a la Guerra Civil de 1891 evidenciaron un repunte en el rubro, pudiendo atenernos a las siguientes palabras vertidas en la *Revista Tipográfica* de 1893: “En la época presente la tipografía comienza a manifestarse con vigor, estimulada por el número considerable de producciones literarias que se dan a las prensas, especialmente de Santiago i de Valparaíso al punto de que en muchas imprentas donde hai verdadero y esquisito gusto por esta clase de trabajos, se producen obras acabadas como las mejores que nos llegan del extranjero”²².



Aviso de la Imprenta Cervantes, publicado en el primer número de la *Revista Tipográfica*, 1892.

de estos profesores fueron alumnos de la Academia de Pintura y buscaron en la enseñanza artística una forma alternativa de generar recursos. Otros como Pascual Ortega, dieron lecciones de dibujo en sus propios talleres o a domicilio. La instalación de pequeños centros que ofrecían letras, transparencias, pinturas y decoraciones de todas clases fueron otra alternativa laboral. Es así como el artista-pintor Próspero Dupré, se encargaba de hacer “toda clase de pintura artística e industrial”.

La década de 1880 se transformó en una plataforma de despegue para la imprenta en Chile que, dejando atrás el carácter artesanal, se encaminaba a consolidarse como una industria. Estos cambios se vieron reflejados tanto en la forma como en el contenido



IMPRESA
LITOGRAFIA Y
ENCUADERNACION

BARCELONA
MONEDA 843



Alfaro

Capítulo 4

Fin de siglo y Modernismo

Primeros síntomas del modernismo gráfico

La calidad de las piezas gráficas, especialmente su línea editorial, fue decayendo ostensiblemente desde mediados hasta el último tercio del siglo XIX, producto de la inadecuada composición tipográfica, una excesiva ornamentación, la mala calidad de los soportes y los todavía incipientes procesos de reproducción fotomecánica. Sin embargo, la actividad gráfica europea dio un notable giro a partir de la última década del siglo, transformando el incierto panorama de la comunicación impresa. Análoga situación vivió nuestro país al reestructurarse el medio de imprenta con posterioridad al derrocamiento del Presidente José Manuel Balmaceda en 1891.

Una de las variantes de la gráfica comercial, el cartel, que ya se había popularizado en circos y ferias, hizo abandonar a algunos artistas el lienzo de salón para ingresar en el nuevo gran descubrimiento: la calle. La pretensión del arte de superar los clásicos márgenes (museos y exposiciones) y explorar nuevas zonas de contacto con el receptor es evidente en los primeros carteles artísticos. Por otra parte, la publicidad, en su período inicial, fue un medio de producción de imágenes y mensajes de una marcada ingenuidad, evidenciando que dicha disciplina se encontraba todavía en proceso de desarrollo.

El hecho de que Francia haya ejercido una fuerte influencia artística en Europa durante el último tercio del siglo XIX, determinó, en parte, el motivo de que la versión del modernismo francés, el Art Nouveau, se constituyera en el referente cultural que en sus originarias versiones prevaleció en el Viejo Mundo. Si bien sus inicios estuvieron arraigados en los

componentes formales e ideológicos del Romanticismo que privilegiaban la belleza y los aspectos estéticos por sobre el sentido utilitario, esta corriente se convirtió en un verdadero movimiento cultural que impregnó el ambiente de una retórica particular, determinando ciertos comportamientos sociales como el interiorismo o la moda de las burguesías latinoamericanas.

Con el modernismo gráfico se inició una nueva etapa que otorgó un valor decorativo y ornamental a las configuraciones lineales, las que derivaron con frecuencia en formas orgánicas. Esta nueva vertiente estética impulsó la utilización de “suaves colores y de trazo permanente en el grosor del contorno, de ornamentos de líneas ondulantes y sinuosas, círculos, motivos florales, mosaicos bizantinos, estructuras arquitectónicas de resonancias islámicas, estampados de origen exótico (árabe, oriental) y estilizados tratamientos del ropaje, inspirados, al parecer, en las xilografías japonesas”¹. Esta yuxtaposición de elementos, de un marcado eclecticismo, generó una amalgama de estilos que en Europa, y posteriormente en Chile, devino en una fórmula imitada y utilizada en varios ámbitos relacionados con el diseño en sus diversas variantes. Una anécdota de la época puede describir adecuadamente lo que estaba pasando en nuestro país con las élites informadas. Pedro Balmaceda Toro, hijo del malogrado Presidente chileno, reunía en su departamento ubicado al interior del Palacio de Gobierno a diversos intelectuales proclives al Modernismo. Un visitante frecuente de dicho centro de reunión, lo describe en los siguientes términos: “adornado con muebles y cortinajes orientales, lámparas japonesas de bronce, biombos bordados, braseros antiguos, porcelanas de Sajonia y Sèvres”².



Arriba: marca utilizada inicialmente por la importadora y distribuidora Weir Scott y Cía. Principios del siglo XX.

Izquierda: dibujo original realizado por Alejandro Fauré para la Imprenta Barcelona durante el mismo período.



Izquierda: anuncios publicados en la revista *Pluma y Lápiz* por Julián Ramos y Guillermo Helfmann (hijo del impresor del mismo nombre), donde se ofrecen servicios de fotograbado, 1901. Una de las ventajas otorgada por dicho sistema fue permitir la reproducción de títulos a partir de originales dibujados o caligrafiados, lo que liberó a la gráfica local de la rigidez impuesta por los tipos móviles o la linotipia, sistema introducido a fines del XIX.

Abajo: *Guía del Comercio e Industria de Santiago*, 1892.

La falta de compromiso con una ideología y el eclecticismo se constituyeron en tópicos fundamentales del movimiento modernista. El hecho de que muchos artistas intentaran darle un sentido más “utilitario” a su producción encontró una buena acogida por parte del sector industrial. Por otra parte, el Modernismo puso en el tapete la relación de una cultura local emergente con lo que en ese entonces eran los grandes centros de occidente. Desde el punto de vista cultural, el país no había mostrado un gran nivel de creatividad, pero sí registraba algunos progresos en su desarrollo económico y social.

Situación de las artes gráficas

El cierre del siglo XIX trajo consigo una progresiva importación de materiales para las artes gráficas. Lo prueba el hecho de que en 1892 se instaló en el país la casa Brand y Cía., primera gran importadora de este tipo de insumos. Posteriormente, dicha sociedad se transformó en Lüer Paye y Cía., editando la revista *Noticias Gráficas*, lo que de paso demostró el interés que esta empresa tenía por el desarrollo de la actividad gráfica en el país.

Otro hito importante fue la introducción del fotograbado en Chile. En 1892, el artista italiano Ángel Cresta instaló un taller en Santiago y sus trabajos iniciales fueron publicados en la *Revista Tipográfica*,



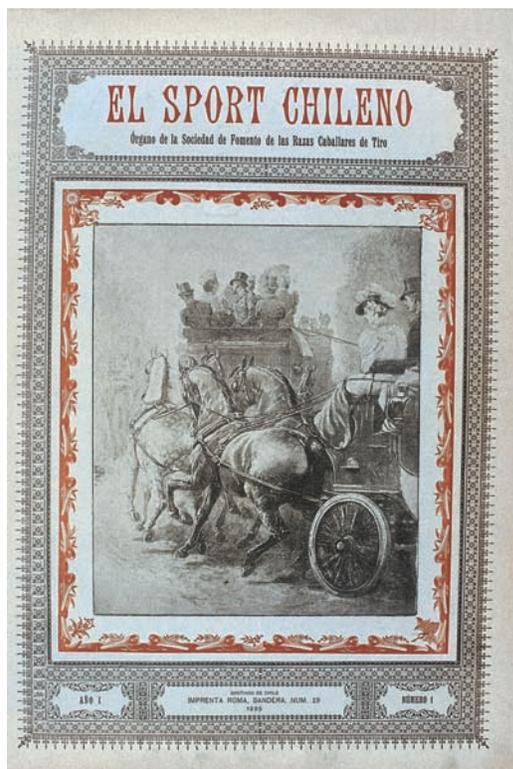
periódico dedicado al estudio de las artes gráficas dirigido por el editor español Manuel Ramos Ocho-torena, quien forjó a través de sus artículos y publicaciones una importante aproximación al desarrollo de la imprenta en nuestro país. Además, dirigió la revista *Noticias Gráficas* y escribió algunos textos sobre fotgrabado y tipografía, como el tratado *Apuntes sobre el origen, progreso i vicisitudes de la escritura en España, i de los caracteres de imprenta*, publicado inicialmente en los *Anales de la Universidad de Chile* en 1892, y más tarde reeditado como un pequeño libro.

Inicialmente, se conoció en Chile una variante del fotgrabado llamada zincografía. Con esta técnica se imprimieron algunas publicaciones, aunque escasas, ya que los elevados costos de la técnica dejaban el campo abonado a la litografía para hacerse cargo de la impresión de libros y revistas ilustradas. Poco después, Félix Leblanc y Guillermo Helfmann introdujeron el procedimiento de los medios tonos obteniendo resultados satisfactorios. Si bien la nueva técnica se difundió en Santiago y Valparaíso, la ausencia de operarios eficientes y la precaria infraestructura de los talleres demoraron el avance de un procedimiento que resultaba más industrial e innovador.

Por otra parte, publicaciones especializadas de la época como *La Ilustración Tipográfica y Ecos del Taller* (e incluso anteriores, como *El Tipógrafo*), dieron

cuenta de una situación poco auspiciosa para las artes gráficas en nuestro país. A una crítica directa a los editores e impresores por su falta de conocimiento, se sumaba una opinión negativa respecto a la infraestructura de los talleres tipográficos, incluso hacia la Imprenta Nacional, la más grande y mejor abastecida del período. En una de sus crónicas, Manuel Lavados Jingú hacía prever “un porvenir tenebroso para el Arte Tipográfico” y agregaba: “Nuestro Gobierno haría bien en pedir minuciosas informaciones sobre el Arte de la Tipografía en Europa a los agentes que la Nación tiene acreditados ante los gobiernos europeos... Sin embargo, siguiendo el propósito de buscar el engrandecimiento de la Tipografía, trataremos de ver lo que podemos esperar para el Arte y para los operarios de él, en la acción particular de los impresores”³.

Con el desarrollo del comercio, el aumento de la población y el perfeccionamiento de la educación, el país necesitó de un mayor número de órganos de difusión y publicidad, lo que trajo como consecuencia un aumento gradual del medio gráfico. A su vez, este nuevo escenario motivó la creación y refundación de sociedades tipográficas que abrieron el debate en torno a la situación de la actividad en el país. A fines del siglo XIX existían alrededor de 200 establecimientos tipográficos en Chile, si es que se podía llamar como tales a varios que llevaban el nombre de imprenta por el sólo hecho de poseer algunos



Izquierda: portada del primer número de *El Sport Chileno*, 1895.

Derecha: aviso publicado en la revista *El Payaso*, primera publicación ilustrada por medio del fotgrabado, 1897.





Arriba: portada de *La Revista de Santiago*, ilustrada por Luis Fernando Rojas, 1899.

Izquierda: portada de *La Revista Ilustrada*, diseñada por Alejandro Fauré, 1896. La herencia de la gráfica victoriana, que recicló una iconografía exuberante e incorporó la figura femenina como un elemento simbólico de atracción en ese proceso, generó composiciones muy ornamentales que antecedieron a los postulados estéticos del Modernismo.



tipos. Al respecto, la mayor parte de los caracteres y viñetas se importaban de Inglaterra y Francia. No se imprimían muchas ediciones lujosas y, a excepción del *Atlas de Claudio Gay*, la *Historia General de Chile* escrita por Diego Barros Arana y el *Chile Ilustrado* de Recaredo Santos Tornera, no hubo grandes tareas de carácter editorial. En tal sentido es importante mencionar que si bien la Imprenta de *El Mercurio de Valparaíso* asumió la impresión de algunos trabajos de mayor complejidad, libros profusamente ilustrados como el de Gay o Santos Tornera fueron impresos en Francia.

La expansión de los postulados modernistas se produjo rápidamente, a través de la aparición de varias revistas que se encargaron de difundir la nueva estética. A partir de la última década del siglo XIX, las publicaciones nacionales ilustradas comenzaron a incorporar el color. En 1897 apareció en la capital la revista *El Payaso*, primera publicación que fue ilustrada mediante el procedimiento del fotograbado. A su cargo estuvo el arquitecto y dibujante Josué Smith Solar, en pleno advenimiento de las directrices del Modernismo europeo. Tanto *El Payaso* como *La Revista Cómica* (1895), dirigida e ilustrada por Luis Fernando

Rojas, presentaron un concepto gráfico más avanzado, el cual se vio ampliamente reforzado por la incorporación del color.

Otras revistas siguieron una línea, a veces bastante confusa, que amalgamó los típicos elementos del Modernismo con algunos rasgos de carácter victoriano. Tal vez la mayor simplicidad que evidencian las publicaciones antes mencionadas es lo que insinúa una cierta apertura y mayor claridad, en el sentido de privilegiar más una postura frente al medio que la preocupación por "echar mano" a cualquier tipo de ornamentación para diagramar una página. Sin ir más lejos, en algunas portadas (*El Sport Chileno*, por ejemplo), la fotografía de un caballo de carrera o una vaca es recorrida por gran variedad de recursos ornamentales típicos del Modernismo, generando un resultado visual que sólo puede entenderse como añadidura postiza y forzada. Lo anterior resulta bastante ejemplificador para referirnos a la incorporación de modas externas que fueron aplicadas sin ningún tipo de criterio estético.

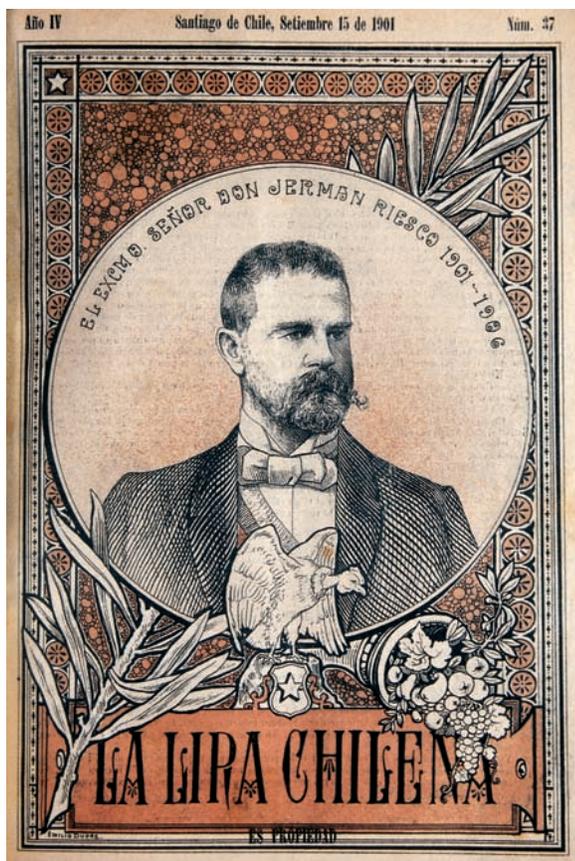
En 1898 apareció *La Publicidad*, una novedosa propuesta realizada por la Empresa General de Avisos y

Marcas diseñadas por Alejandro Fauré a principios del siglo XX, para Lüer y Paye, empresa importadora de materiales para las artes gráficas, y la Imprenta Barcelona. Fauré dio sus primeros pasos en la Litografía Gillet, ayudando a dicho establecimiento a alcanzar gran renombre en Valparaíso. Posteriormente, desarrolló diversos trabajos vinculados a las artes gráficas para la litografía Cadot y las imprentas Universo y Barcelona. Su interés por el grabado en metal lo acercó al diseño de sellos y billetes de banco, los que dibujaba a pluma, de manera similar a como trabajó en la creación de marcas o en el diseño de afiches.



Izquierda: portada del primer número de *La Revista Cómica*, publicada en 1895 e ilustrada por Luis Fernando Rojas. Centro y derecha: portadas diseñadas por Alejandro Fauré en 1905 y 1909 para las revistas *Chile Ilustrado* y *Noticias Gráficas*. Esta última, fue editada por Lúer y Paye.

Abajo: portada diseñada en 1901 por Emilio Dupré, uno de los ilustradores más cotizados en el diseño de anuncios y avisos de promoción de la época.



editada por Saúl Polignac, que se distribuyó en forma gratuita en diversos puntos de interés público como hoteles, teatros, restaurantes, etc. A pesar de su corta vida, las revistas publicadas en esta década fueron variadas y de número considerable.

En algunas imprentas con infraestructura más moderna, el fotograbado fue desplazando paulatinamente a la litografía por tratarse de un sistema de impresión más rápido, lo que generó una gran demanda de la nueva técnica. De este modo, la fotografía comenzó poco a poco a adueñarse de las páginas y portadas de revistas y periódicos, afectando la producción de ilustradores y dibujantes, responsables directos de la propagación de la imagen impresa. El país se siguió poblando de talleres fotográficos, algunos muy bien implementados, e hicieron su aparición en escena numerosos fotógrafos populares, instalados en plazas y parques a principios del siglo XX.

Dirección artística de revistas

En el contexto de la producción editorial y publicitaria, hubo algunos artistas que destacaron por su calidad o por sus reiteradas colaboraciones en diversos impresos. Tal es el caso Luis Fernando Rojas, Alejandro Fauré y Calixto Guerrero. Este último, menos ligado al campo del "arte utilitario", se formó en la Academia de Pintura y llegó a ser un virtuoso del dibujo, plasmando parte de su producción en sus "apuntes para álbumes y caligrafiados rostros de mosqueteros o damas"⁴.



Almanaque Nacional Pintoresco, publicado en 1901.

La situación de Alejandro Fauré es diferente, ya que prestó sus servicios a diversas publicaciones desde la última década del siglo XIX. Trabajó fundamentalmente como ilustrador y portadista, y además tuvo a su cargo la "dirección artística" de *La Lira Chilena* y *Noticias Gráficas*. En tal sentido, disponemos de algunos antecedentes que nos indican que Fauré fue un artista muy completo, con un cierto perfil de lo que hoy en día concebimos como "diseñador gráfico". Primero que nada, fue "redactor artístico" de algunas publicaciones, función que actualmente se conoce como "dirección de arte". Esto demuestra que además de ilustrar, se desempeñó en la composición de textos y la creación de títulos y anuncios publicitarios. Además, tiene el mérito de haber sido uno de los primeros dibujantes que diseñó afiches en Chile. También es destacable el hecho de que Fauré fue el dibujante oficial de la Imprenta Barcelona y posiblemente el autor del emblema de dicho establecimiento. A pesar de la monotonía de algunos de sus trabajos, muy influenciados por el Modernismo y bastante cercanos a la obra de Alphonse Mucha, es destacable la lograda composición de ellos, virtud no muy corriente por aquel entonces, así como su dominio de la caligrafía.

El caso de Luis Fernando Rojas resulta desconcertante por su escasa proyección en el medio. Habiendo sido un artista muy prolífico y probablemente

Angel Presciutti
91. Condell. 91
• VALPARAISO •



Roberto Swan



VICENTE VELASCO
LIMACHE

De arriba hacia abajo: logotipo para tienda de sombreros, hacia 1905; marca de almacén, fines del siglo XIX; imagen distintiva de la Hacienda Trinidad, comienzos del siglo XX. Las imágenes como esta última, recogieron el peso de las exposiciones universales como testimonio de calidad para aquellos productos que obtuvieron alguna distinción. Ello fue representado a menudo en forma de medallas, que se exhibieron en etiquetas y envases, tradición que aún perdura en industrias como la del vino.



Afiche diseñado por Alejandro Fauré para el Teatro Municipal. Este trabajo, que data de 1907, incorpora de manera casi textual los códigos estilísticos impuestos por Chéret y Toulouse-Lautrec.



Redactor: A. MURILLO
Secretario:
LUIS E. SEPÚLVEDA C,
Administrador: E. KINAST
Redactores Artísticos:
A. FAURÉ, E. DUPRÉ
Y C. MOSTACH
Dibujantes:
X. Y. Z., E. DEL PRADO, POLI
R. MAULON Y FUNCH
Ajentes en Valparaíso
VALDES I VERA
Ajente en Concepción
R. MERINO

LA LIRA CHILENA
 PUBLICACION LITERARIA DE
 LOS DOMINGOS

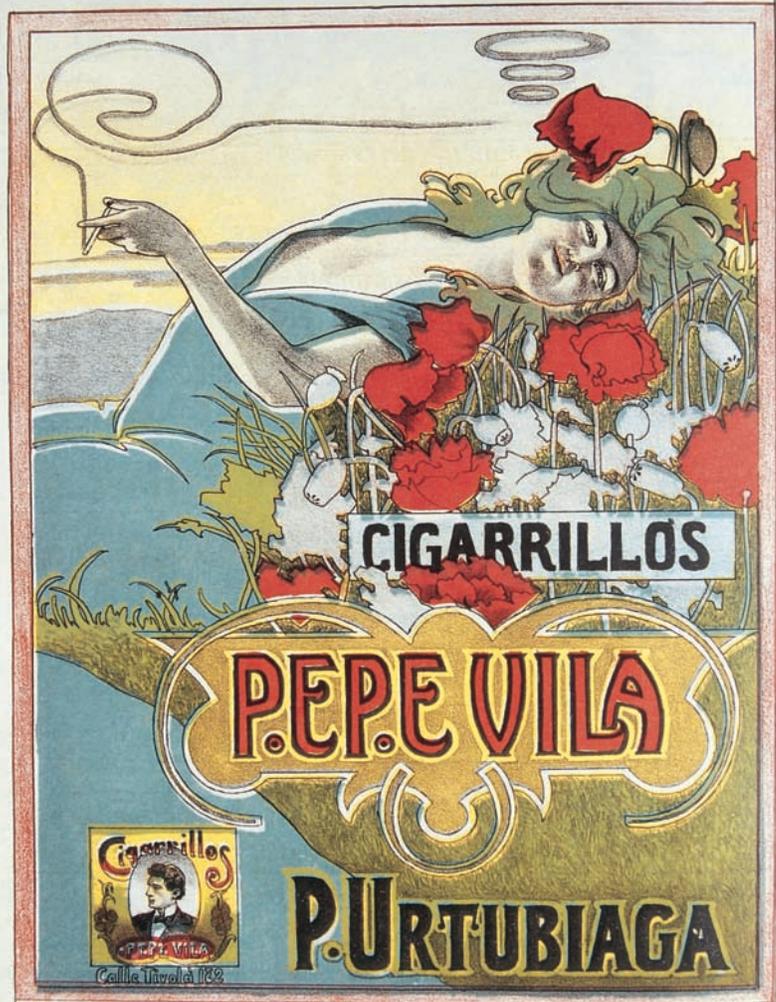
DIRECTOR PROPIETARIO
SAMUEL FERNÁNDEZ MONTALVA
 CAY. GUMMING, 823, SANTIAGO, CHILE

Suscripciones: un año \$ 5.00 — Semestre: \$ 3.00 — Tiraje por número: 10 a 12 mil Ejemplares

Arriba: cabezal de la revista *La Lira Chilena*, publicación de principios del siglo XX donde ya se manejaba el concepto de redacción artística, un antecedente de la dirección de arte en las revistas contemporáneas. Abajo: aviso promocional para Cigarrillos Pepe Vila diseñado por Luis Fernando Rojas, 1904.

el mejor ilustrador chileno del siglo XIX, su trabajo es hoy prácticamente desconocido. Estudió en la Academia de Pintura y luego cambió sus pinceles por los tapices. En 1875 inició su carrera trabajando para el periódico *El Correo de la Exposición*. A partir de ese momento se convirtió en el "gran cronista imaginero de la prensa nacional, creando una iconografía popular que se inició en 1877 con una *Galería de Hombres Ilustres* que seguía el modelo de la *Galería de Hombres Célebres* litografiada por Desmadryl en 1854"⁵. Poco después, incursionó en las revistas de corte satírico, participando en cuanta publicación de ese género se imprimiera. Podemos mencionar algunas de ellas: *El Padre Cobos*, *El Jil Blas*, *El Patas Verdes*, *Sancho Panza*, *Don Quijote*, *Don Cristóbal*, *El General Pililo*, *Poncio Pilatos*, *El Fígaro*, etc. A diferencia de Fauré, la obra de Rojas tiene sus referentes directos en nuestra propia iconografía y contingencia nacional, lo que contribuyó a la construcción de un imaginario que respondió a los ideales de una República joven. Así, con motivo del Combate Naval de Iquique, representó la figura de Arturo Prat en un dibujo que tuvo un tiraje cercano a las 25.000 copias y que imprimió el litógrafo Pedro Cadot.

Uno de los grandes méritos de Rojas es haber despertado un sentimiento colectivo de respeto por los símbolos nacionales y sus glorias. De hecho, muchos de sus dibujos en colores se transformaron en improvisados carteles que adornaron los muros de las más diversas viviendas a lo largo del país. En 1883 Benjamín Vicuña Mackenna le encargó



CIGARRILLOS

PEPE VILA

P. URTUBIAGA

LLEGARON al FIN los afamados CIGARRILLOS PEPE VILA
 En elegantes carteras; con el retrato de este célebre y popular artista. Contienen una lujosa colección de "CROMOS ESCUDOS" de todas las naciones del Universo. - Se venden en todos los Almacenes y Cigarrerías
 PRECIO 20 Cts. PAQUETE DE 20 CIGARRILLOS

AGUA DE COLONIA
PREMIADA EN LA ESP. DE BUENOS AIRES



HERNANDEZ HERMANOS
DELICIAS 1850 SANTIAGO CATEDRAL 2002

EXTRACTO EN POLVO
QUILAY
SANTIAGO CRUZ MONTT Y CIA CHILE

ARTICULOS DE COLEJIO



COMPAÑIA AMERICANA
MATERIALES DE IMPRENTA
UTILES DE ESCRITORIO

Ahumada, 135

VALPARAISO
A. BETTELEY Y CIA
IMPORTAN



TE NECTAR

QUE ES EL FAVORITO DEL PUBLICO

EL MEJOR TONICO ES EL CONAC CRUZ ROJA
MARCA REGISTRADA
L.F.C. S.P.M.

GRAN MALETERIA FRANCESA
CATEDRAL N° 1941
(ENTRE COLLADO Y WRASSI)

P. BATMALE

CARTERAS
MALETAS
BILLETAS
NECESSAIRES



CAJA DE AHORROS & SEGUROS
Tel. 122
CONDOLL N° 30

ECONOMIA ES RIQUEZA
LA MUTUAL
CASILLA 1002

TRES LEALTAD
FLOR FINA

PREMIADO EN LA EXPOSICION DE HIGIENE SANTIAGO 1901



IMPORTADORES
ARESTIZABAL Y CIA

ANTI-NEURALGICAS DE VIAL
CURAN RAPIDAMENTE
DOLORES DE CABEZAS
NEURALGIAS Y REUMATISMO
EN VENTA
DAUBEY Y CIA
VALPARAISO

GRAN ALMACEN "EL NEGRO"
(ALLADO DEL "EL GLOBO")

ROPA HECHA SASTRERIA



YUNGAY 414 a 420
VALPARAISO

LITOGRAFIA FOTOGRAFADO
F. LEBLANC
TALLERES FOTOGRAFICOS
OFICINA
ESTADO 311
CASILLA 1815
TELEF. INGLÉS 708

FABRICA DE ALHAJAS
DE OTTO SCHNEIDER



CONDOLL 89
CASILLA 697

VALPARAISO

LA SALVADORA

Bandera, 96 Casilla, 1516



SANTIAGO

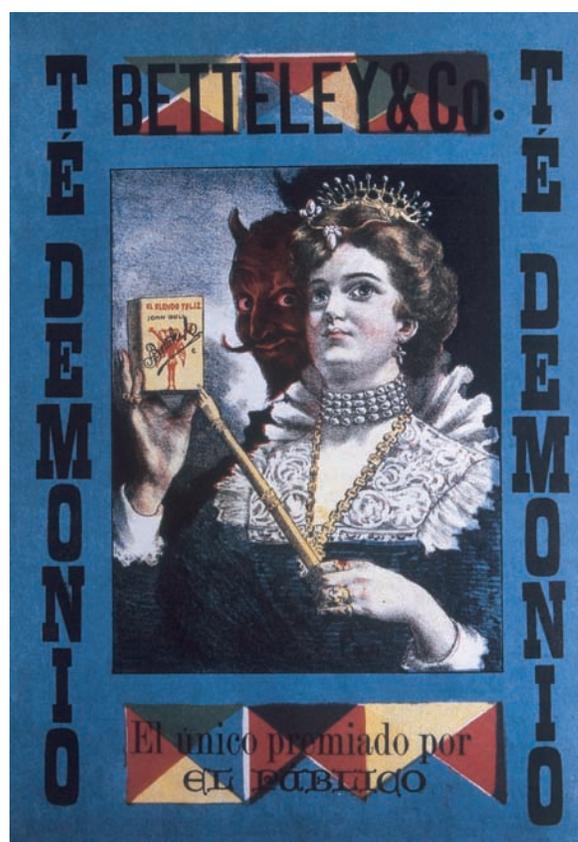
Jerente: GONZALO BULNES

EN VENTA:
IQUIQUE. PIRRETA Y CIA
SERENA. CLEMENTE TORO

FRATELLI CASTAGNETO
SANTIAGO
TALCA. R. ITURRIAGA
MAISON POUGET Y VALPARAISO



EL TALLE SE TRANSFORMA ALARGANDOSE CON ELEGANCIA MEDIANTE EL USO DE LOS CORSEES RECOS MARCA
MAISON POUGET Y



Anuncios diseñados por Luis Fernando Rojas en 1903 y 1904, respectivamente. Este artista, nacido en Valparaíso, dibujó durante más de 60 años gran parte de la iconografía nacional y muchas de las piezas gráficas que dieron origen a la publicidad en Chile. Para realizar sus ilustraciones se valió del dibujo a lápiz y los conocimientos de la técnica litográfica que aprendió en el taller del brasileño Máximo Cubillos. Si el trabajo de Rojas está fuertemente identificado con la representación de las gestas militares del siglo XIX, la impronta del Modernismo y la herencia del cartel francés es reconocible en su producción para campañas de promoción de productos.

las ilustraciones del *Álbum de las Glorias de Chile* y posteriormente hizo todos los retratos publicados en el *Diccionario Biográfico de Chile* y el *Álbum Militar de Chile*. También realizó algunas ilustraciones para la *Historia General de Chile* de Diego Barros Arana, colaboró en varios periódicos y logró dar vida a *La Revista Cómica*, publicación de literatura, arte y sátira que reunió a toda la intelectualidad del cambio de siglo. Además, tuvo a su cargo la dirección artística de varios proyectos editoriales, destacando la revista *La Lira Chilena*, uno de los mejores referentes impresos del Chile de la belle époque. Rojas también incurrió en el naciente campo publicitario, realizando diversos anuncios para revistas y semanarios. En ese sentido, son destacables los trabajos desarrollados para algunas de las escasas firmas que por aquella época recurrieron a ese medio de difusión comercial, como marcas de té (Demonio, Ratanpuro y Santa Filomena), cerveza y cigarrillos. Quizás fue éste el período en el que Rojas estuvo más influenciado por la corriente modernista y el legado de la gráfica publicitaria francesa de fines del siglo XIX.

Izquierda: contraportada de la revista *La Lira Chilena* que incluye publicidad de diversos productos, 1902.

Ya en pleno siglo XX, y luego de haber pasado por *Zig-Zag*, *El Peneca* y *Corre-Vuela*, su trabajo decayó ostensiblemente, producto de la masificación de la técnica fotográfica que fue desplazando paulatinamente al dibujo y la ilustración. A juicio de Hernán Rodríguez Villegas, Luis Fernando Rojas "fue víctima de la perfección técnica de la prensa ilustrada que él iniciara en 1875"⁶.

La importancia de Rojas, Fauré y otros artistas gráficos de los que hablaremos más adelante, es la de haber constituido una suerte de enlace entre las últimas tendencias visuales del siglo XIX y el nuevo desarrollo tecnológico que trajo consigo el siglo XX. Fueron ellos los primeros precursores nacionales que se hicieron llamar "directores de arte". No olvidemos que algunas revistas chilenas de principios de siglo, como *La Lira Chilena* y *La Ilustración*, ya manejaban el concepto de "dirección artística" y "redacción artística", en un contexto donde la comunicación impresa se seguía realizando en forma autodidacta y con mucho ingenio.

**ZIG
ZAG**



Capítulo 5

Las revistas ilustradas y los inicios del cartelismo en Chile

Tendencias de la “belle époque”

En pleno advenimiento del siglo XX, algunos críticos chilenos de la época denunciaron la falta de referentes propios en la producción artística nacional, debido a la prolongada dependencia de los modelos europeos. Esta imagen del país basada en la sustitución, la mimesis y el apego a los patrones estilístico-culturales provenientes de Europa, entró definitivamente en crisis en los años del Centenario. Como la estabilidad económica se mantenía a flote, sin grandes luchas sociales ni desaveniencias profundas, las publicaciones y afiches de la época capturaron a través de su gráfica (muchas veces como un mero adorno) la atmósfera apacible y mundana, impregnada del espíritu de la belle époque. Otro hecho gravitante fue el progresivo ascenso de la clase media chilena, lo cual amplió los espacios culturales que por aquel entonces sólo estaban reservados a las élites aristocráticas del país.

Esta fuerte transformación social amplió el espectro de público abierto a nuevas propuestas artístico-culturales, posibilitando la aparición de un considerable número de publicaciones, proyectos editoriales e impresos de carácter comercial, fundamentalmente en Santiago, Valparaíso y Concepción. El hecho de que en 1902 *La Lira Chilena* anunciara en varios de sus colofones un tiraje semanal de 12 a 15 mil ejemplares, nos da una idea de la ampliación del público lector en la sociedad chilena de entonces.

Surgimiento del afiche artístico

Como consecuencia del progreso social y cultural del país se produjo una mayor apertura hacia los nuevos medios de comunicación que se venían desarrollando en Europa y Estados Unidos. Uno de ellos, el afiche, comenzó a ser objeto de consideración en algunas publicaciones nacionales como lo fueron las revistas *Pluma y Lápiz* y *Chile Ilustrado*. Esta última, en su primer número, señalaba: “Corresponde a la Imprenta Barcelona el honor de haber sido el primer establecimiento industrial de Chile que ha abierto un concurso de afiches para premiar los esfuerzos del arte en favor de la industria ...”¹. Esta imprenta fue dirigida por Ignacio Balcells, quien aprovechó los adelantos del arte tipográfico participando en muestras internacionales como la Exposición Universal de París de 1900. Este influjo parisino motivó a la dirección de la imprenta a promover el uso del afiche en las páginas de la revista *Chile Ilustrado*, señalándose lo siguiente: “La nota característica de esta clase de trabajos está en despertar fuertemente la atención del público hacia un anuncio cualquiera: los colores vivos, los contornos fuertemente acusados, el dibujo valiente, la composición sencilla, con sus cualidades más estimadas... De esta manera, a la vez estimularemos el gusto por esta clase de trabajos y habremos contribuido al éxito que los anunciadores se proponen con el aviso artístico”².

Afiche que anunció la aparición del primer número de la revista *Zig-Zag*, 1905. El conocimiento de los libros *The Theory of Advertising* de Walter Dill Scott y *Successful Advertising, How to Accomplish it* de Mc Donald, acercó a Agustín Edwards, propietario de *El Mercurio*, a las teorías de la propaganda en boga por aquel entonces. La gran difusión que tuvo este afiche se debió al inédito tiraje de 100.000 ejemplares, el que circuló por todo el país y que se imprimió en Estados Unidos por tratarse de un volumen que superaba la capacidad de producción de las imprentas nacionales.

El período fundacional del afiche chileno, centrado en los concursos organizados por la Imprenta Barcelona, se perfiló como un claro catalizador de los efectos del modernismo gráfico europeo y el estilo japonés. La exaltación de la mujer como artificio publicitario, las formas orgánicas y los motivos orientales transformaron estos primeros intentos en réplicas procesadas (a veces bastante logradas) de los trabajos de Alphonse Mucha, Koloman Moser, Jules Chéret y Henri de Toulouse-Lautrec, algunos de los principales exponentes del afiche artístico europeo. La modernización definitiva de éste, bajo un punto de vista más pragmático y utilitario, se concretó algunos años después, con los trabajos de los diseñadores de los países del norte de Europa, en especial los de Lucien Bernhard y Ludwig Hohlwein.

A pesar de que los intentos de la Imprenta Barcelona fueron bastante aislados, marcaron la diferencia entre los carteles manuscritos e impresos con funciones estrictamente informativas (generalmente de tamaño reducido, a un color y sólo tipográficos) y los afiches artísticos (impresos a varios colores y de formatos más amplios), con una dimensión estética más protagonista, sin dejar de lado el factor comunicacional.

Por otro lado, desde la Guerra del Pacífico hasta la crisis de 1930, el nitrato de sodio se había constituido en la principal fuente de recursos del Estado. Hacia finales del siglo XIX y hasta las dos primeras décadas del siglo entrante, ello motivó una importante promoción internacional del salitre a través de afiches propagandísticos diseñados en el idioma original del país donde se daban a conocer las bondades de éste. En 1894 se estableció en Iquique la Asociación Salitrera de Propaganda. El objeto de esta institución era "Mantener i estender la propaganda en favor del consumo del salitre en los mercados consumidores i hacerla en lo posible en otros mercados"³. Llamados y títulos en lenguas tan disímiles como el árabe, inglés y japonés, además de gráficas propias de los diversos lugares donde iban orientadas las campañas de promoción, configuraron un enorme despliegue artístico y publicitario que se complementó con abundante folletería y publicaciones especializadas en el tema.

La demanda promocional de las salitreras encontró un buen aliado en algunas imprentas establecidas en el norte del país, las que recibieron numerosos encargos a gran escala con resultados bastante a la par con los producidos en los establecimientos

BILZ

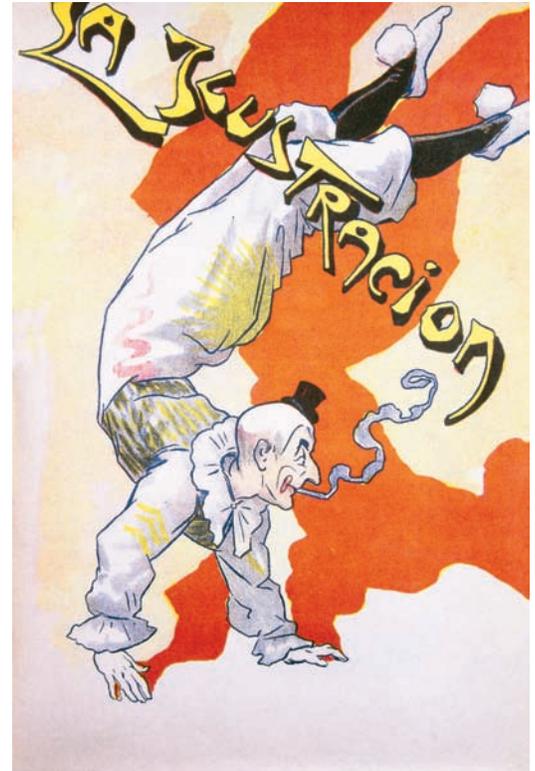
Marca de bebida gaseosa, principios del siglo XX.

Abajo: el diseño de avisos fue una práctica frecuente en las publicaciones de inicios del siglo XX, que a menudo recurrieron a la impresión en litografía o a técnicas como la tricromía y el fotografo. Procedimientos como este último, permitieron la incorporación paulatina de la fotografía en algunos anuncios de la época. Algunas marcas de dentífricos como Edén, Cauquelin y Esmaltina, inicialmente promocionadas mediante ilustraciones, también utilizaron fotografías alternadas con viñetas y ornamentados títulos.





Afiche para promoción de bebida alcohólica, principios del siglo XX.



Cubiertas de publicaciones correspondientes al primer decenio del siglo XX. La revista *Instantáneas*, de 1900, celebra la llegada del nuevo siglo a través de un dibujo alegórico, donde las referencias a la gráfica victoriana y los trabajos de cartelistas como Alphonse Mucha son evidentes. Por su parte, *La Ilustración*, de 1905, acusa influencias del cartelismo de Jules Chéret.

de Santiago y Valparaíso. Tal fue el caso de las piezas litográficas impresas por Rafael Bini, uno de los escasos tipógrafos europeos avocados en el norte de Chile con imprenta propia.

Otro dato importante a destacar es la fundación del primer establecimiento dedicado a la creación de avisos comerciales. En 1906 nació La Sudamérica, Compañía de Publicaciones y Avisos Comerciales. Si bien la inserción de avisaje en medios escritos era una práctica ya conocida desde la gestación de la Independencia Nacional, la empresa mencionada se especializó en la explotación de este creciente nicho comercial. Además, amplió su espectro de clientes al ofrecer nuevos servicios como el diseño e instalación de letreros comerciales y la distribución de circulares y partes de matrimonio.

Influencia del modernismo gráfico en el área editorial

El primer lustro del siglo XX sirvió como antesala a una futura producción de grandes revistas ilustradas cuyo despegue iniciaran *Sucesos* (1902) y *Zig-Zag* (1905), en Valparaíso y Santiago, respectivamente.

Las revistas que aparecieron entre 1899 y 1905 como *Instantáneas*, *La Ilustración*, *La Lira Chilena*, *Pluma y Lápiz*, y *Chile Ilustrado*, tuvieron el mérito de haber incorporado un director de arte a su equipo creativo. Una mayor preocupación por las cubiertas, la diagramación y el contenido de estas publicaciones propició algunos resultados bastante satisfactorios. A los anteriormente mencionados Rojas y Fauré se agregaron nuevos directores artísticos. De ellos, podemos mencionar a Emilio Dupré, José Foradori, Santiago Pulgar, Héctor Hernández, Luis Gutiérrez, Juan Martín y Froilán Jara. Por lo general, se trató de ilustradores, dibujantes y pintores chilenos o extranjeros, en especial de origen francés o español. Cabe señalar además que, ocasionalmente, los trabajos de estos artistas gráficos se contradijeron con las pautas conceptuales pregonadas por estas publicaciones. A manera de ejemplo, la revista *Instantáneas* señalaba en su primer número: “*Instantáneas* no es importada, no le gusta lo francés más que lo de su patria, no hará comparaciones de ninguna clase con Buenos Aires, y promete ser más santiaguina que la Alameda y el tajamar”⁴. A pesar de esta inspirada declaración de principios, las portadas y páginas interiores de *Instantáneas* y sus similares evidenciaron claras influencias “cheretianas” y modernistas.



Portada de libro impreso por Rafael Bini en Iquique, 1907.



Aviso para promoción de aceite de oliva.

Dentro de este mismo círculo de publicaciones puede mencionarse a otros colaboradores artísticos de menor proyección en el medio como Castro Rivera, Myers, Münzer, Ritter, Simonetti, Tapia, Varela, Verdugo y varios más que podrían engrosar una lista muy extensa y de los que no disponemos de suficientes antecedentes, debido a sus escasas o intermitentes colaboraciones.

Por aquel entonces también llegaron al país el francés Sixto Osuna, discípulo del cartelista italiano Leonetto Cappiello, y los argentinos Carlos y Cristóbal Fernández, quienes abandonaron Santiago y se radicaron en el norte del país, encargándose de la publicación iquiqueña *Caras y Caretas*, versión nacional de la revista trasandina del mismo nombre que fuera una importante influencia para varios dibujantes nacionales. También cabe mencionar el

diseño de algunas cubiertas para la revista *El Payaso* realizadas por el arquitecto Josué Smith Solar.

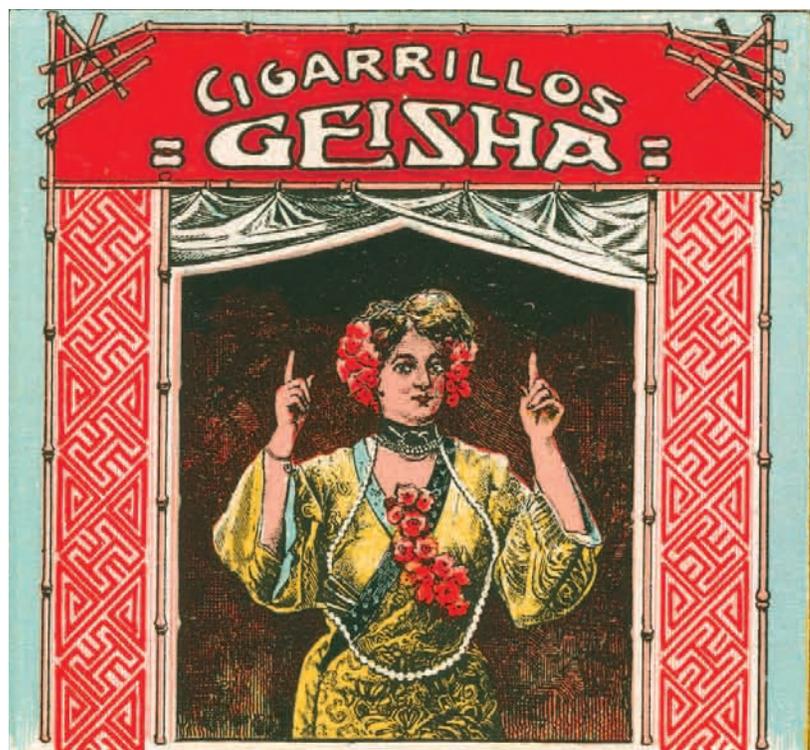
Una progresiva interacción entre las artes y la industria comenzó a dar sus primeras señales en algunas publicaciones que antecedieron la futura especialización en el medio gráfico chileno. La revista *El Arte Industrial*, dirigida por un grupo de arquitectos, ingenieros, impresores y profesores de la Escuela de Artes y Oficios, señalaba en 1905: "Si a un pintor de letras, por ejemplo, se le pide la confección de un rótulo para zapatería o librería, etc., en nuestra Revista encontrará, si es constante suscriptor, diferentes clases de estilos de caracteres modernos i los escudos correspondientes que sirven de emblema a aquellos establecimientos..."⁵.

El industrialismo occidental hizo definitivamente suyo el concepto de marca como estrategia comunicacional en el desarrollo de los negocios. El impulso dado a la imprenta, el desarrollo del transporte y la creciente distribución otorgaron a la marca un mayor posicionamiento en los mercados de consumo. A su vez, la publicidad comenzó a propagarse fundamentalmente a través del afiche y el aviso. Estos noveles intentos combinaron un estilo crudo e ingenuo con diseños y formas características de la belle époque que apelaron al prestigio social y la moda europea. Refiriéndose a estas primeras "campañas", en especial a la suscitada entre las marcas de té Ratanpuro, Demonio y Santa Filomena,



Etiqueta de Pilsener Limache, principios del siglo XX.

Detalle de una caja de cigarrillos. Valparaíso, principios del siglo XX.



Derecha: marca de té, copiada de una extranjera, principios del siglo XX.

Abajo: afiches diseñados por José Foradori en 1903 y 1905, respectivamente.



dice el publicista Carlos Bofill: “Letreros pintados en muros de calles y paseos, hechos por pintores de brocha gorda que poseían todo el carácter criollo en su forma y colorido, eran el medio más usual para imponer sus marcas en el público”⁶. Y agrega: “Los avisos de aceite comestible ‘Escudo Chileno’, ‘Aceite Bau’, y de otros artículos como fonógrafos ‘Pathé’... del alimento ‘Thisphorine’, Hiperbiotina ‘Malesci’, de la Sastrería Italiana de Salvador Falabella, e ininidad de otros más, tenían ilustraciones, aunque no pueda decirse de arte comercial, sino de ingenio agudizado hacia la condición de ese tiempo”⁷.

Por aquel entonces, también se hizo común enviar elegantes invitaciones y partes a banquetes y eventos sociales que la alta sociedad encargaba a las imprentas y a los artistas gráficos más cotizados del país. En efecto, algunos establecimientos como Universo y Barcelona tuvieron sus propios “artistas de la casa”, quienes se encargaron de responder a los pedidos de la incipiente “Sociedad del Mapocho”. La belle époque se pudo manifestar en Chile desde diversos espacios de socialización donde tuvieron



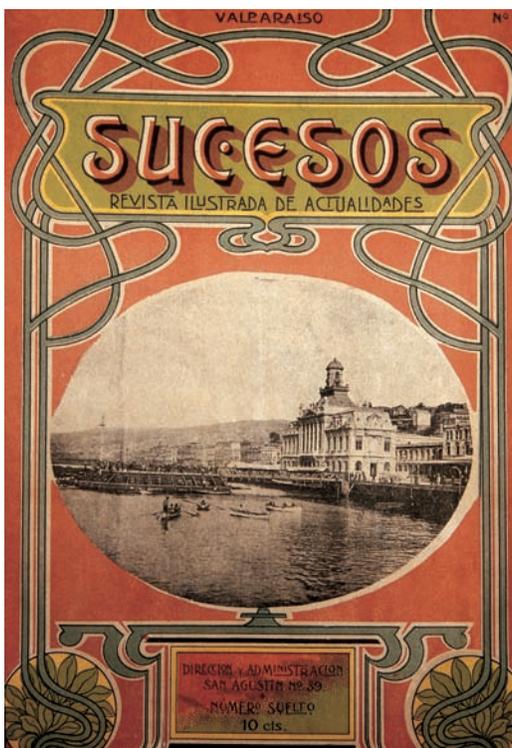
Muestras impresas de Litografía H.C. Gillet, Valparaíso.



lugar prácticas artísticas que a pesar de sus claros referentes europeos, poseen un valor patrimonial que moldeó la identidad urbana moderna del chileno hasta entrados los años 20.

Las revistas ilustradas a comienzos del siglo XX

El florecimiento artístico y cultural de principios del siglo XX permitió la aparición de un considerable número de publicaciones que contribuyeron a la ampliación y diversificación del sector editorial. Algunas de ellas no lograron una mayor permanencia en el tiempo, pero sentaron un precedente en la medida que promovieron esta nueva afición por las revistas ilustradas. La aparición de *El Mercurio Ilustrado*, apéndice del diario del mismo nombre, introdujo bastantes innovaciones, pero no consiguió



entusiasmar al público y al poco tiempo desapareció. En 1902, Gustavo Helfmann inició en Valparaíso la publicación de la revista *Sucesos*, adelantándose a las propuestas editoriales de la época. Concentró un interesante equipo de ilustradores y diagramadores, y utilizó los recursos de la fotografía con mayor frecuencia. Con la llegada de Juan Martín a la revista, las portadas ganaron en calidad y oficio. Posteriormente tomaron los lápices Ernesto Allendes, Raúl Figueroa y el alemán Carlos Wiedner, quien venía de trabajar como litógrafo en Buenos Aires, recibiendo allí la influencia de Juan Alonso.

El desarrollo y aceptación que tuvo *Sucesos* repercutió en Santiago y motivó al entonces joven editor Agustín Edwards a embarcarse en uno de los proyectos editoriales más significativos de la primera mitad del siglo XX en Chile: la revista

Izquierda: aviso para empresa de pompas fúnebres, publicado en 1906.

Abajo, izquierda: primer número de la revista *Sucesos*, 1902. Esta portada prelude la masificación de la fotografía en las publicaciones nacionales.

Abajo, derecha: portada del primer número de la revista *Zig-Zag*, 1905.





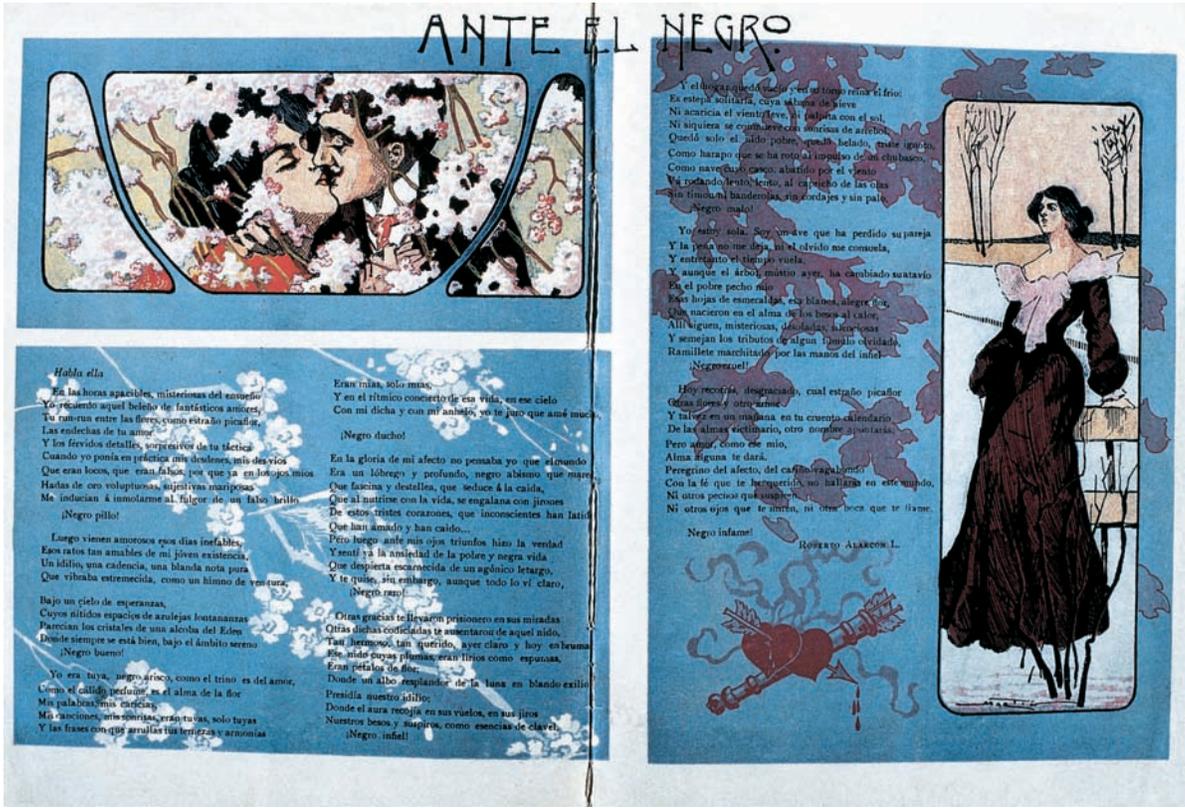
Aviso diseñado por Emilio Dupré, principios del siglo XX.



Arriba y abajo: portada y doble página de la revista La Comedia Humana, ilustrada por el español Juan Martín, 1905.

Zig-Zag. Esta publicación fue diseñada sobre pautas absolutamente divergentes a lo entonces conocido. Hasta ese momento, las revistas eran difundidas solamente en la zona donde se imprimían, de lo que se desprende que sus tirajes no eran muy elevados. Zig-Zag llegó a todo el país y su lanzamiento y promoción fue bastante atrevido, si se compara con el resto de las publicaciones de la época. Para anunciar la aparición del primer número se imprimieron en Nueva York nada menos que 100 mil carteles. Dice Agustín Edwards, fundador y propietario de la revista: "Concebí una inundación formidable de circulares que cubriese a todo Chile y no dejase una sola casa en donde no se supiese que el 'Zig-Zag' llegaba al mundo"⁸. Producto de la imagen que contenía este primer cartel de gran tiraje, el público lo bautizó como "la mona con dolor de muelas". Para efectos publicitarios anexos se contrataron gigantes propagandistas, los mismos que anunciaron las temporadas de circo y algunas marcas de la época, y una red de suplementeros distribuyó la publicación en las principales ciudades del país.

Zig-Zag fue la primera revista impresa en tricromía y papel satinado. No existía en Chile archivo fotográfico alguno que sirviese de base a los medios impresos locales. La mayoría de los grabados que se publicaban eran reproducciones de otros aparecidos y "pirateados" de diversas revistas europeas y

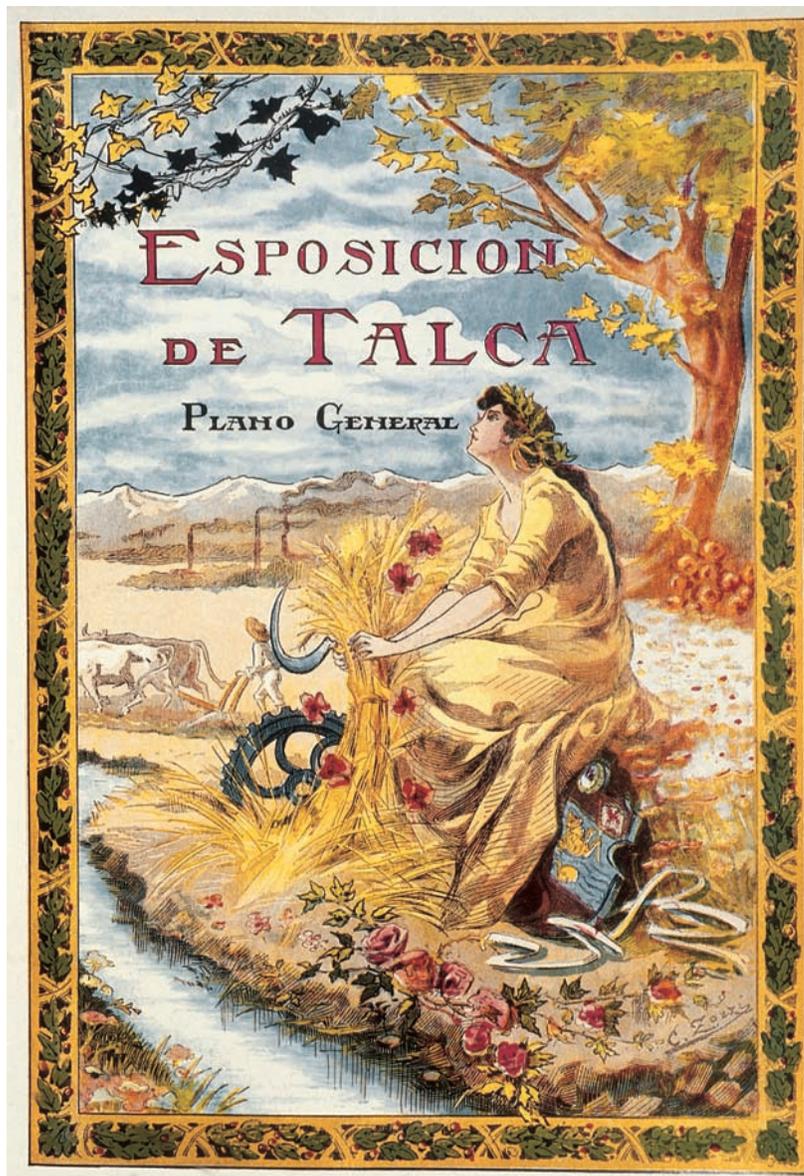


estadounidenses. *Zig-Zag* adquirió una importante cantidad de fotografías originales de acontecimientos, personas, paisajes, etc., iniciando en Chile la creación de archivos de documentación iconográfica, sistema que actualmente utilizan agencias, periódicos y revistas.

En aquellos años los originales se entregaban escritos a mano, con la consiguiente pérdida de tiempo en la composición y corrección de pruebas. Para facilitar el trabajo de los nuevos talleres de *Zig-Zag*, se puso a disposición de los redactores y correctores de pruebas varias máquinas de escribir. La implementación de este método, hoy desplazado por el uso de computadores, fue el primer ensayo de este sistema que se hizo en Chile a gran escala y que antecedió a la fotocomposición de textos.

Uno de los objetivos de *Zig-Zag* fue difundir y ampliar el panorama artístico-cultural de la época, para lo cual Edwards contrató a un selecto grupo de colaboradores con el fin de desarrollar la estructura visual de la revista. Entre las innovaciones aparecidas, la ilustración a color fue lo que más llamó la atención de los lectores. Semanalmente se reprodujeron obras de los más destacados artistas nacionales, lo que contribuyó a expandir el reducido espectro de la plástica nacional por aquel entonces. Para encargarse de la dirección artística de la revista, Edwards trajo de París a Paul Dufresne, quien logró dar al naciente proyecto un perfil relativamente claro, pudiendo encontrar sus referentes más directos en la publicación estadounidense *Colliers Magazine*. Completaron la plana de ilustradores el español Juan Martín, el francés León Bazin y los italianos Carlos Zorzi y José Foradori. Tanto Zorzi como Bazin tuvieron un paso fugaz por la revista, aunque este último, profesor de grabado en madera, demostró tener grandes conocimientos de la técnica. Foradori y Martín permanecieron más tiempo en el país y tuvieron una actuación más prolífica en la gráfica chilena de principios de siglo. Ambos trabajaron como ilustradores y se encargaron de la dirección artística de algunas revistas que precedieron a *Zig-Zag*, siendo habitualmente requeridos por el emergente mercado editorial. José Foradori, además, se dio tiempo para hacer algunos afiches publicitarios bastante influenciados por el Art Nouveau y el exotismo proveniente del período romántico, donde las referencias japonesas ocuparon un lugar destacado.

En relación a la plana de colaboradores artísticos nacionales, los trabajos más relevantes fueron desarrollados por Fray Pedro Subercaseaux (Lustig), Nataniel Cox (Pug) y Julio Bozo (Moustache). Subercaseaux



descolló como ilustrador y portadista y en él recae el mérito de haber creado el primer personaje de la historieta chilena con una fisonomía claramente definida: Von Pilsener. Si bien esta creación “era un buen pretexto para que Lustig ejercitara la autoironía, no dejaba de ser un personaje que interpretaba parte de la cotidianeidad chilena”⁹, a juicio del investigador Jorge Montealegre. Los mencionados Cox, Bozo y también Ramón Huneus cultivaron la caricatura, aunque no incursionaron directamente en la sátira política, principal género desarrollado hasta ese entonces en el país. Al igual que Emilio Dupré, ilustrador bastante solicitado para diseñar anuncios, Julio Bozo hizo del aviso en revistas un medio armónico y llamativo, pudiendo considerarse como uno de los precursores de la publicidad gráfica en el medio nacional.

Afiche diseñado por el italiano Carlos Zorzi, 1905.



Arriba, izquierda y derecha: portadas de la revistas *Familia* y *Selecta*, ambas de 1910. Abajo: cubierta del primer número de la publicación *El Peneca*, 1908. Esta revista, dirigida al público infantil de la época, circuló durante varias décadas en el medio local.



Este aviso, cuya data se sitúa en la primera década del siglo XX, nos entrega un testimonio de que el mundo infantil, casi inexistente para toda la gráfica chilena del siglo XIX, adquirió visibilidad en el impreso a medida que que pudo transformarse en un mercado, como ocurrió con la revista *El Peneca*, y con distintas marcas de productos destinados a dicho segmento.



Otro aporte que también merece ser destacado es el del español Santiago Pulgar. Escenógrafo, caricaturista y pintor, participó en la realización de varias publicaciones santiaguinas como *La Comedia*, *Chile Ilustrado* e *Instantáneas* y en algunas ediciones porteñas como *La Comedia Humana*. Este caso particular nos puede entregar una idea respecto de la apertura del medio gráfico nacional a incorporar artistas extranjeros, quienes llegaban al país a desempeñarse en el campo editorial y publicitario, demostrando que por aquel entonces Chile era una buena plaza para ese tipo de actividad. La estabilidad económica del país durante este período y la existencia de imprentas de aceptable nivel tanto en Santiago como en Valparaíso, posibilitó la incorporación de dichos grafistas, cuyo aporte no siempre respondió a las expectativas que podían crearse en torno a artistas gráficos provenientes de medios más desarrollados.

Mientras Santiago y Valparaíso se disputaban la hegemonía del campo editorial, en los extremos del país se desarrollaron algunos proyectos dignos de mencionar. En 1905 apareció en Punta Arenas la revista *La Polar*. Con un grado de eclecticismo, ciertamente no intencional, la revista mezcló algunos toscos grabados en las cubiertas (firmadas por Arrati y Lucero) en la línea de las lirras populares, con abigarradas páginas interiores, cuyo exceso puede atribuirse a la escasez de medios y la distancia de los grandes centros de producción editorial. De todas maneras, los editores puntarenenses fueron bastante

autocríticos al momento de definir su propuesta: "Hubiera sido nuestro deseo el presentar, desde luego, al público, una revista en la que nada hubieran dejado de desear tanto la parte ilustrativa como la tipográfica"¹⁰.

En Iquique se editó la revista *Páginas Intelectuales* y algunos años después, *Caras y Caretas*, que en su editorial señalaba: "Aparece esta Revista con el propósito especial de tratar de conseguir que las tres provincias del Norte de la República cuenten con una publicación semanal ilustrada dedicada á ellos i que pueda, poco á poco, ir colocándose á la altura de las del centro del país"¹¹. A su vez, Antofagasta no se quedó atrás y en 1904 lanzó *La Revista Ilustrada*, con abundantes dibujos, fotos y viñetas. Estas publicaciones nortinas mantuvieron las reminiscencias victorianas tan características de la época, transformándose en un auténtico documento gráfico del protagonismo de la belle époque imperante, a juzgar por el diseño de las cubiertas de revistas y las infatigables galerías con "bellezas de la zona".

Los nuevos progresos editoriales y el advenimiento del cartel moderno

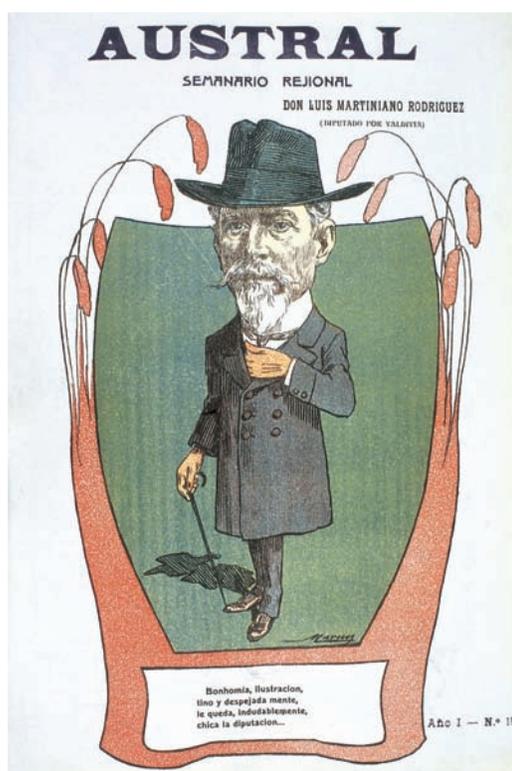
En las postrimerías de la primera década del siglo XX apareció una serie de nuevas revistas en pos de Zig-Zag. Una de ellas fue *Corre-Vuela*, publicación



Arriba: portada del primer número de *La Polar*, revista publicada en Punta Arenas, 1901.

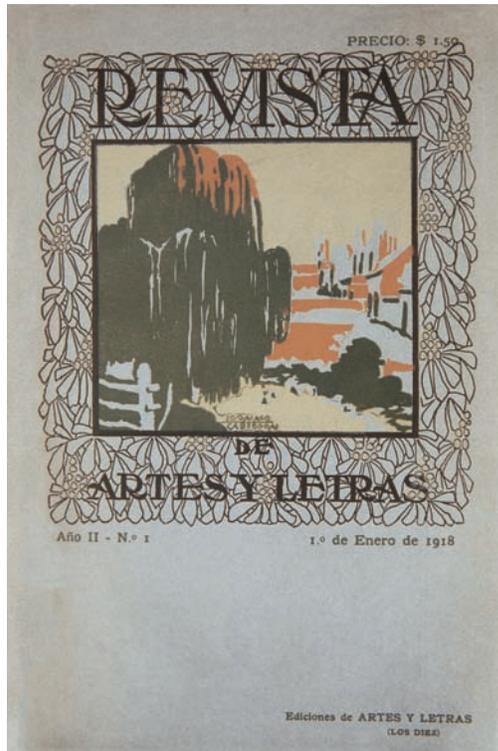
Abajo, izquierda: portada de la revista *Caras y Caretas*, editada en Iquique, 1910.

Abajo, derecha: revista *Austral*, publicada en Valdivia, 1913.



Izquierda: portada de la *Revista de Artes y Letras*, diseñada por el pintor Isaías Cabezón.

Derecha: portada realizada por Luis Meléndez para el número 3 de revista *La Silueta*. Este trabajo, influido por un Modernismo tardío, incorpora la imagen fotográfica a un recargado entorno de ornamentos, ilustraciones y textos realizados en forma manual.



en la que hicieron sus primeras armas algunos ilustradores como Oliver, Raúl Simón y el peruano Eguren Larrea. Junto al *Corre-Vuela* apareció también *El Peneca*, una de las revistas infantiles más recordadas por las antiguas generaciones, debido en gran medida a los dibujos y portadas de Mario Silva Ossa (Coré), cuyo trabajo será abordado más adelante. En 1909 apareció *Selecta*, publicación de lujo dedicada a la difusión de las artes y, poco después, *Familia y Pacífico Magazine*. Todas las revistas editadas bajo el alero de *Zig-Zag* rotaron a sus colaboradores artísticos y algunos de ellos pudieron incursionar tanto en la dirección artística como en la creación de caricaturas y la ilustración de relatos, como fueron los casos de Pedro Subercaseaux y Alfredo Bustos. La ampliación de los proyectos editoriales permitió la incorporación de nuevos colaboradores como el pintor Ricardo Richon-Brunet, Emilio Álvarez, Walter Barbier, Manuel Guerra, Alberto Ried y Mariano Videla, entre otros.

Las publicaciones emitidas entre 1910 y 1920 continuaron privilegiando en sus portadas la ilustración o el dibujo por sobre la fotografía. Este hecho puede resultar contradictorio si tomamos en cuenta que las dos primeras décadas del presente siglo marcaron una de las épocas más brillantes de dicha técnica en Chile. No en vano, algunos fotógrafos dedicados al retrato "clásico" descollaron tanto a nivel iberoamericano como mundial. A su vez, la casa fotográfica de Hans Frey se transformó en una

de las más importantes de Sudamérica, publicando algunos libros y tratados dedicados al tema de la imagen estática. Producto de este gran auge, las revistas dieron cabida a fotógrafos aficionados y profesionales, quienes pudieron ver sus trabajos impresos semana a semana en las diversas publicaciones de la época. De hecho, varios de los registros fotográficos más notables corresponden a las imágenes obtenidas durante la conmemoración del Centenario de la República en 1910. Las fotografías nocturnas, en este caso, resultan de incuestionable calidad y entregan un panorama certero del Chile de aquel entonces.

No sólo en Santiago se vieron multiplicadas las incursiones de carácter editorial, sino también en distintas ciudades del país. En Concepción se continuó editando *El Bohemio* y *La Estrella del Sur*, publicadas a partir de 1902, y algunos años después, *Siluetas* (1914) y *Chantecler* (1910), siendo esta última la encargada de reunir a toda la intelectualidad penquista, preludiando la apertura de la Universidad de Concepción algunos años después¹². En 1913 se publicó en Valdivia la revista *Austral*, ilustrada por Eguren y Mariny, quienes siguieron el esquema de las publicaciones de la Editorial Zig-Zag, en especial, la línea del *Corre-Vuela* y *Sucesos*. Pero *Zig-Zag* no lo era todo en la capital. También se desarrollaron otros proyectos de interés como las revistas *La Silueta* (1917), *Los Diez* (1916-17) y la *Revista de Artes y Letras* (1917), cuyas portadas fueron realizadas por diversos



Portada de publicación de arquitectura, realizada por Roberto Dávila Carson, 1927.



artistas, entre ellos, Otto Georgi, Isaías Cabezón y Luis Meléndez. Un aspecto importante a considerar dentro de la incursión en el grafismo comercial realizada por ellos, es que sus trabajos evidenciaron alguna continuidad respecto a la práctica de la caligrafía proveniente del siglo XIX, lo que no encontró un relevo en los artistas gráficos de las décadas siguientes, como aquellos egresados de la Escuela de Artes Aplicadas.

Si bien durante el siglo XIX se manejó el concepto de "cartel" para anunciar acontecimientos sociales, eventos artísticos o la aparición de nuevas publicaciones, éstos no tuvieron una dimensión estética muy clara ni tampoco utilizaron el color, debido a las limitaciones técnicas de los sistemas de impresión del período. Muchos de ellos fueron hechos a mano, en formatos muy pequeños y con un carácter muy informal e improvisado. Sólo a principios del siglo XX comenzó a hablarse de afiches artísticos en Chile, siendo la Imprenta Barcelona el primer establecimiento en organizar concursos abiertos. Lamentablemente, la iniciativa no tuvo mayor resonancia, a pesar de que algunos artistas como Fauré y Foradori lograron interesantes resultados.

Tuvo que transcurrir poco más de una década para que la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile organizara un concurso de afiches para anunciar la "Fiesta de la Primavera". Este certamen tuvo el mérito de convocar a un buen número de artistas cada vez que se llevó a cabo, buscando

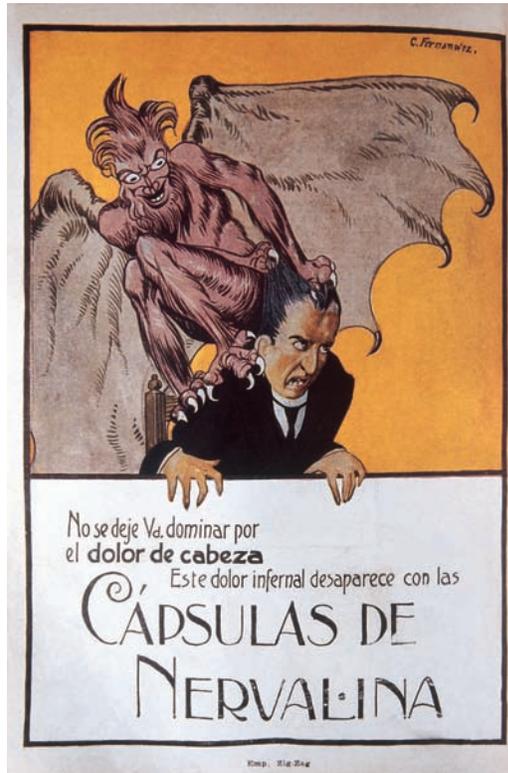
así evitar la copia de las producciones extranjeras, sobre todo las europeas. El primer concurso, llevado a cabo en 1916, lo ganó el pintor Otto Georgi con un afiche alegórico en el que aparecen dos mujeres acompañadas de un payaso. Los tres años siguientes convirtieron al también pintor Isaías Cabezón en el ganador de los certámenes. Arlequines, payasos y mujeres exóticamente ataviadas se transformaron en los tópicos recurrentes de los afiches enviados al concurso. Esta inclinación por el dibujo se debe en gran medida al uso de la litografía, principal sistema de reproducción empleado desde la tradición iniciada por cartelistas como Fauré y Foradori, extendiéndose hasta mediados del siglo XX, momento en que la litografía es desplazada por nuevas técnicas como la serigrafía y el offset.

El mérito de Georgi y en especial de Cabezón, fue otorgarle al afiche una nueva dimensión, impulsando su desarrollo masivo en el país. Isaías Cabezón compartió experiencias estéticas con sus contemporáneos (en especial la Generación de 1913) y conoció los primeros trabajos cubistas de Gris, Léger y Delaunay, traídos por Vicente Huidobro al país. En relación a sus carteles del carnaval octubrista, dice Héctor Fuenzalida en un documento publicado por el Instituto de Extensión Artística de la Universidad de Chile en 1959: "Los afiches de Isaías llenan las vitrinas, las murallas de Santiago, incitando a la farándula. Corren por todos los sitios públicos del país, anunciando la primavera con sus colores báquicos... La simplicidad y el significado de la nueva

Dos trabajos realizados por el artista Otto Georgi.

Izquierda: afiche que obtuvo el primer premio en el concurso para la Fiesta de la Primavera, organizado en 1916 por la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile.

Derecha: cubierta de la *Revista de Artes y Letras*, 1918.



Derecha: aviso para fármaco diseñado por el ilustrador argentino Carlos Fernández.

Abajo: ilustración de la Colombina y el Pierrot, realizada por Isaías Cabezón. La imagen carnavalesca fue un tópico recurrente en los primeros afiches diseñados para la Fiesta de la Primavera, instancia fundacional para la difusión del cartel en el país.



línea, el hallazgo del tema representativo que ocupa la finalidad del cartel, es también materia virgen e importa una creación en la pintura contemporánea, dando paso en Chile a una escuela afichista, mucho antes que se vulgarice en el cartelismo universal y que tiene un valioso entronque en los que han seguido más tarde esta misma concepción de dos o tres tintas, rica en movimiento y en la estilización de su voz y de sus símbolos: un bocinazo en la calle¹³. Es importante consignar que la apreciación propuesta por Fuenzalida, reconoce en el cartel más un objeto artístico que una herramienta de comunicación masiva, concepto heredado de la tradición del cartel francés de fines del siglo XIX.

A pesar de que en 1920 la Federación de Estudiantes vivió serias dificultades, Isaías Cabezón desarrolló una importante labor como ornamentista, de la que dan muestras las ediciones de las revistas *Claridad*, *Juventud* y *Antártica*. También realizó las decoraciones para *La Canción de la Fiesta*, el primer poema publicado de Pablo Neruda y que fue reproducido en miles de copias en 1921. Sobre el trabajo de Isaías dice Fuenzalida: "Son colofones, capitulares, frisos llenos de novedad decorativa en la que se mezcla el acanto, las figuras clásicas, paganas y bufonescas..."¹⁴. Cabezón también reactualizó "motivos olvidados del barroco, introduciendo la vuelta a las capitulares clásicas, la composición de titulares en las portadas, contraportadas y frontispicios"¹⁵. Los afiches y ornamentaciones antes descritos tuvieron repercusión en Chile, generando un considerable entusiasmo por este tipo de obras, lo que motivó la organización de concursos de carteles para distintas festividades en varios puntos del país.

Hoy, a la distancia, estos afiches pueden parecer ingenuos, pictóricos y temáticamente repetitivos. De hecho, tanto Georgi como Cabezón tuvieron una formación académica de pintores de caballete. Sin embargo, y a pesar de que carecen de una legibilidad tipográfica adecuada, estos noveles intentos deben dimensionarse tomando en cuenta el contexto político y cultural en el que fueron desarrollados. Además, se les debe otorgar el crédito por haber fomentado el interés por el cartel artístico en una época todavía poco familiarizada con esta incipiente forma de comunicación.

Adrián Dufflocq Galdames

SILABARIO

HispanoAmericano



Capítulo 6

❧ Primeros signos del arte utilitario en Chile

Vanguardias artísticas y modernismo técnico

En las primeras dos décadas del siglo XX el país cambió paulatinamente su fisonomía, lo que produjo la renovación de prácticamente todos los sectores que producían para el mercado interno. La industria aumentó su concentración en empresas de mayor tamaño, diversificando el tipo y la calidad de su producción gracias a las innovaciones técnicas introducidas en el período.

La afiebrada etapa de paz entre las dos guerras mundiales coincidió con la proliferación de los denominados “ismos” europeos, el nacimiento de la Bauhaus en Weimar y la explosión de la llamada “revolución tipográfica”. Durante las décadas de 1910 y 1920 se fueron sucediendo, una tras otra, las diferentes vanguardias artísticas que antecedieron la configuración del diseño gráfico como una actividad independiente de la tradición de las Bellas Artes. El uso sistemático de la fotografía, el fotomontaje, el collage y los pasos iniciales dados por los movimientos de avanzada (Futurismo, Cubismo, Suprematismo, Constructivismo, Dadaísmo, etc.), estructuraron un nuevo escenario para una disciplina gráfica más técnica que integró las vertientes del cartelismo, la ilustración, la imagen de identidad, la producción editorial y la tipografía en un mismo campo de acción.

La influencia de dichas manifestaciones artísticas llegó a nuestro país con un retraso considerable, y a través de casos puntuales como el del poeta Vicente Huidobro, quien una vez instalado en el Viejo Continente, tomó contacto cercano con numerosos

artistas y la actividad cultural del momento. Otro caso a mencionar es el pintor Camilo Mori, quien durante su estadía en Europa entre 1929 y 1933 pudo adquirir importantes nociones sobre el afiche, gracias a la observación directa del trabajo de cartelistas como Cassandre.

Hitos indiscutibles como la Bauhaus sólo fueron conocidos en nuestro país muchos años después de su declive definitivo, entendiendo la dialéctica de Walter Gropius como una forma eficiente de producir objetos, mediante una rigurosa preparación técnica en el campo de las artes aplicadas, tanto en la producción industrial como artesanal. En 1928, el arquitecto chileno Sergio Larraín tuvo contacto directo con la mítica escuela en Dessau, cuando ésta se encontraba en su segunda etapa. A pesar de haber tenido algunas discrepancias con Hannes Meyer, enemigo de cualquier recurso decorativo, Larraín supo apreciar en su momento el revolucionario cambio pedagógico e intelectual que generó esta institución. Por lo tanto, no debe sorprendernos que a su llegada al país se encontrara con un sistema educacional caduco. Refiriéndose a la realidad de la enseñanza artística imperante en el Chile de aquel entonces, Larraín señalaba en 1988: “En ese momento encontré que eran cavernícolas, gente que no sabía nada de lo que pasaba realmente. Si hoy día sabemos con un retardo de tres o cuatro años las cosas nuevas que se están debatiendo, en ese tiempo era muchísimo peor: ¡el atraso era de 25 años!”¹. De hecho, en 1907 se había creado en Santiago una Escuela de Artes Decorativas con un interesante grupo de artistas y profesores nacionales y extranjeros. Sin embargo, pese al aporte docente del escultor



Arriba: marca de pasta de dientes, finales década del 20.

Izquierda: portada del *Silabario Hispanoamericano*, ilustrado por Mario Silva Ossa (Coré) y publicado a partir de 1945.

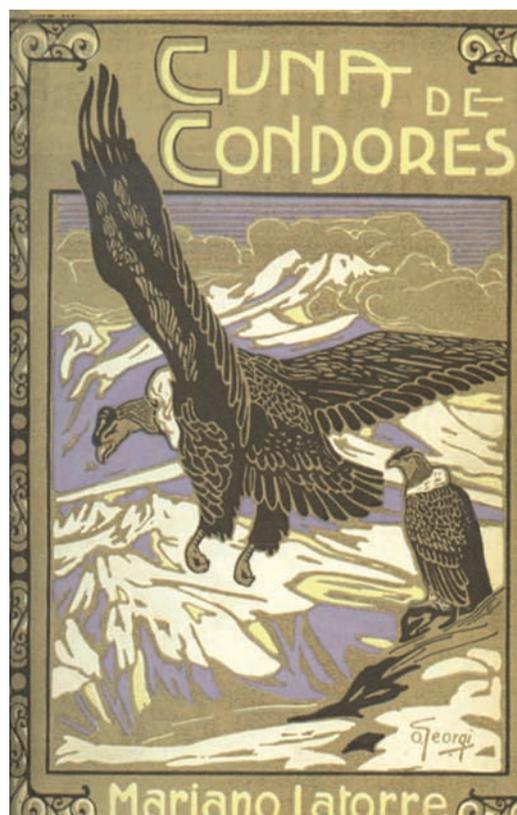
Simón González y otros calificados maestros como Florentino Aravena, Valentín Letelier, Eugenio Chateau y el italiano Conde Angelo de Gubernatis, la iniciativa no despertó el suficiente interés del medio. La entidad en cuestión había surgido a instancias de Virginio Arias, Director de la Academia de Bellas Artes entre 1900 y 1911, cuya administración motivó una profunda disidencia entre los sectores que bogaban por el arte puro, quienes no veían con simpatía la orientación práctica que se buscaba dar a la Academia, lo que además tuvo relación con la experiencia que anteriormente el propio Arias había desarrollado como alumno en la Escuela de Artes Decorativas de París.

El estilo francés moderno y la orientación europeizante todavía conservaban un cierto arraigo en la aristocracia criolla, a pesar de la organización pujante de los grupos no hegemónicos. El desarrollo del entorno urbano y las comunicaciones favoreció la conformación de un nuevo tipo de público más informado, lo que provocó el auge de las casas editoriales, entre ellas, Editorial Ercilla y Nascimento. Esta última, creada por el portugués Carlos George

Arriba: la figura del cóndor fue una imagen recurrente en la elaboración de diferentes marcas y rótulos durante el siglo XX y parte de la centuria anterior. Abajo, izquierda: portada del libro de cuentos *Cuna de Cóndores*, diseñado por Otto Georgi, 1918. Abajo, derecha: etiqueta para tónico digestivo, que utiliza el cóndor como imagen distintiva.



Aviso para marca de pisco publicado en 1928.





Marca de un almacén de abastecimiento de comida, hacia 1920. Este tipo de figuración antropomorfa, es una clara muestra del perfil naïf y a veces primitivo de los rótulos de establecimientos comerciales del período.

Nacimiento en 1917, se transformó en una próspera empresa que se especializó en la difusión de conocidos autores nacionales mediante un cuidado trabajo tipográfico y editorial.

Desarrollo de las comunicaciones

El desarrollo del sector empresarial en las primeras décadas del siglo XX intensificó el interés por la actividad publicitaria y las comunicaciones sociales, ampliadas por la apertura del Canal de Panamá y el Ferrocarril Trasandino. Paralelamente, la gravitación económica estadounidense impregnó la cultura y el quehacer nacional por medio del cine y el modernismo técnico, apoyado en gran parte por la incorporación masiva de las transmisiones radiales a partir de 1923. El término "moderno", en palabras del poeta Braulio Arenas, se convirtió en artilugio diario y los ventanales "mondrianescos", las reinas estadounidenses de los "hot-dogs" y el urbanismo de Le Corbusier comenzaron a ser parte de las tendencias a imitar entre las élites ilustradas.

A las ya conocidas marcas de té, cigarrillos y cerveza, se agregaron nuevas propuestas gráficas y publicitarias orientadas principalmente al mercado del

vestuario, vinos y productos alimenticios. El desarrollo de marcas siguió anclado en una etapa bastante primitiva e ingenua, lo que se tradujo en intentos por lograr juegos formales atractivos al deformar letras, a menudo dibujadas a mano por algún improvisado ilustrador. Otra modalidad fue integrar caracteres de fantasía formalmente reconocibles y el empleo de grandes letras capitulares como elemento central de la composición. Sin embargo, y a pesar de la falta de información al respecto, algunos resultados resisten una mejor lectura y demuestran un mayor oficio, al tratarse de propuestas que probablemente fueron abordadas por grafistas más vinculados a los circuitos de la industria editorial o la impresión.

La presencia del cóndor es un motivo que se reitera en diversas marcas y que, de una u otra manera, tiene un entronque con el diseño de nuestro escudo nacional, además de haber sido reiteradamente utilizado en cabezales de publicaciones del siglo XIX. En 1916, la Asociación de Propaganda Internacional de Chile lo utilizó como emblema de la agrupación y las décadas posteriores transformaron a éste en un tópico recurrente. No debemos olvidar que el modelo indelible para la creación de Condorito, máximo referente de la historieta chilena publicado inicialmente en 1949, fue el cóndor.

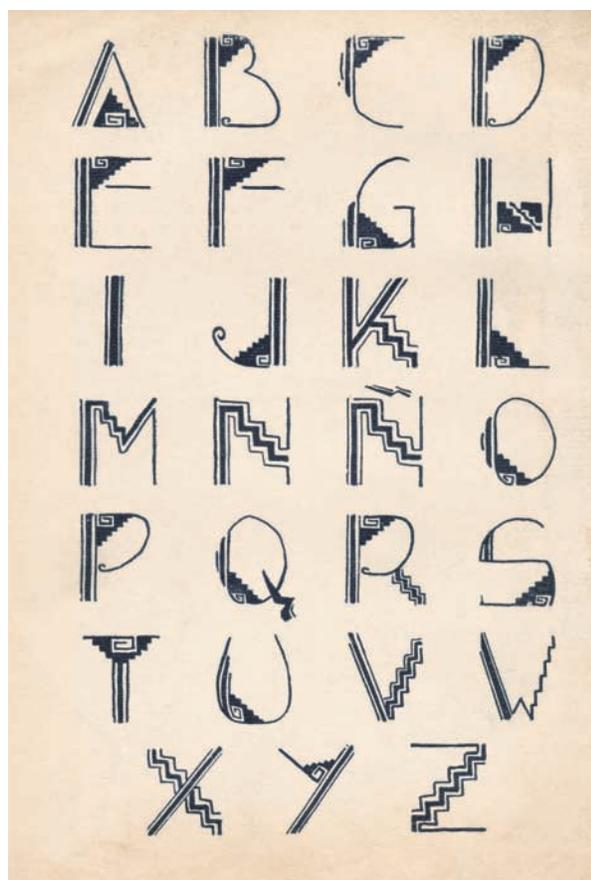
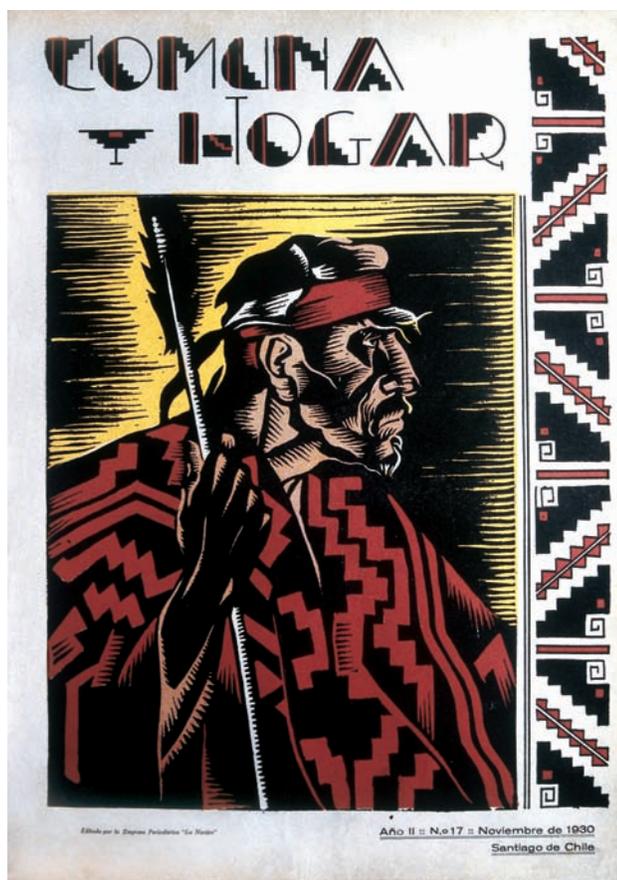


Publicaciones y decorativismo ornamental

El mercado de las revistas permite observar una evolución especialmente en el diseño de cubiertas, donde se abandonan los arabescos y los recursos



Izquierda: marca distintiva utilizada por la Compañía de Molinos y Fideos, Carozzi, década del 20. Centro: aviso que evidencia claramente algunos de los rasgos de la orientación europeizante de la época. Derecha: marca para una viña atribuida al ilustrador Edmundo Searle, comienzos década del 30. Podemos afirmar con propiedad que esta última imagen resistió el paso del tiempo, logrando un importante arraigo en el consumidor de distintas épocas.



decorativos del Modernismo para retomar temáticas y motivos populares o de raíz hispánica. Tal es el caso de la revista porteña *Litoral*, ilustrada por el grabador Carlos Hermosilla, y de la publicación *Comuna y Hogar*, que a través de una ilustración de Juan Francisco González (Huelén) aborda el legado precolombino y hace una cita a la historia de la pintura: un indio, réplica de la obra “El Toqui” de Ramón Subirats, aparece rodeado por motivos textiles escalonados. Cabe señalar que tanto el título como los motivos geométricos reconocen la valorización gráfica de la herencia nativa emprendida en el período, en particular por el profesor Abel Gutiérrez, quien publicó el libro *Dibujos Indígenas de Chile*. Respecto a estas nuevas tendencias, dice Antonio Romera: “Son los años de los anhelos grupales, de las luchas incruentas frente a un mundo que se estima viejo y caduco. En todo ello hay un romanticismo latente, de espíritu y de sentimientos compatibles con la admiración a las formas artísticas que rondan en torno a todas las innovaciones de entreguerras”⁴².

Las publicaciones entrantes a la siguiente década presentaron una marcada tendencia Art Déco, utilizando las típicas grecas rectangulares, las formas escalonadas decrecientes y los trazos llenos y rectos

mezclados con caracteres ornamentales o dibujados, en función de las fotografías e ilustraciones.

Algunas propuestas dignas de mencionar surgieron en provincias: en Concepción, *Atenea y Concepción Magazine*, y en Antofagasta, *La Ilustración*, publicada en 1923, que contaba con buenos dibujos, información gráfica clara y un personaje de historia: Las Aventuras de Cachiporra, ambientadas en la pampa salitrera. En Santiago, la revista *Zig-Zag* siguió con un esquema similar al ya mostrado en números anteriores y bajo su alero aparecieron nuevas publicaciones como *Chile Magazine*, de fina edición e impresión, y otras como *Semana* y *Para Todos*.

Durante esta década se dieron a conocer algunos interesantes ilustradores que trabajaron para *Zig-Zag* o de manera independiente. De los primeros, podemos mencionar a Julio Arévalo, Enrique Santander y Alfredo Bustos, quien llegó a ser director artístico de la mencionada revista. Del segundo grupo destacaron Edmundo Searle, Estrada Gómez, Luis Meléndez y Albino Quevedo, todos ellos de un estilo más refinado y complejo. Searle (Mundo) fue el dibujante de la alta sociedad chilena, reflejando en su trabajo el modo de vida y las costumbres de estos grupos.

Izquierda: portada de Juan Francisco González, hijo del pintor del mismo nombre, para la revista *Comuna y Hogar*, basada en la pintura “El Toqui” de Ramón Subirats, 1930.

Derecha: alfabeto aparecido en el libro *Dibujos Indígenas de Chile* del arquitecto y profesor Abel Gutiérrez, publicado a fines de los años 20.

Ambos trabajos, contemporáneos en su ejecución, rescataron, no sólo a través del dibujo y la ornamentación, sino también de la tipografía, el legado visual de las culturas precolombinas de Chile.



Ilustraciones de Pablo Neruda y Gabriela Mistral realizadas por Juan Gálvez en 1928.



Uno de sus grandes aciertos fue el haber presentado con gran objetividad variadas e intrascendentes escenas sacadas de balnearios exclusivos, salones festivos, reuniones deportivas, hípcas o de polo, que a la distancia nos presentan un genuino cuadro visual de la belle époque criolla. Por otro lado, Albino Quevedo fue uno de los tantos alumnos egresados de la antigua Academia de Bellas Artes que derivaron a la ilustración gráfica en diarios y revistas.

Sobre Estrada Gómez, en la revista *Chile Magazine* Alfonso León de la Barra dice: "Junto a la vida inerte de nuestra pintura, últimamente ha surgido con vigoroso dinamismo una reacción entre los dibujantes... Estrada Gómez ha dignificado el orientalismo, caído en las proximidades de la opereta y de la pacotilla, dándole sobriedad y nobleza... Su técnica es sencilla y a pesar de la fiebre de arabesco y complicación, sabe dar novedad"³. Esto último puede ser discutible, porque el parecido del trabajo de Estrada Gómez con el del ilustrador inglés Aubrey Beardsley es demasiado evidente. Respecto a Luis Meléndez, Carlos Lavín señala: "Estamos con Meléndez cuando recurre a la ondulación, a la sinuosidad o a la contorsión... Su estilo resulta así originalísimo y casi inaccesible a la lectura rápida"⁴. Este dibujante ilustró cuentos y trabajó como decorador⁵, vertiente que muchos artistas gráficos tuvieron que desarrollar en forma paralela al trabajo editorial o publicitario. Colaboró en *El Diario Ilustrado* y desarrolló un tipo

de dibujo extravagante y muy orgánico, cercano a los estilos más heterodoxos de autores europeos como el ilustrador Emil Preetorius.

El hecho de que en 1910 existieran poco más de 400 publicaciones en el país y en 1923 alrededor de 725, es un dato que comprueba el buen pie en que se encontraba el mercado editorial, situación que también obedeció a la exclusión de Chile en la Primera Guerra Mundial. Además, existió un real interés por difundir la expresión artística a través de periódicos y revistas de carácter cultural. Durante la década anterior, en Valparaíso había surgido la publicación *Arte Moderna* (1911) y en Santiago se editaba la *Revista de Artes y Letras* (1917). Les siguieron *Pro-Arte* y la *Revista de Arte*, publicada en 1928 por la Editorial Nascimento y que pese a la aparición de un sólo número, contiene toda la Reforma de la Escuela de Bellas Artes, constituyéndose en un valioso antecedente al colapso que ésta sufrió durante el primer Gobierno de Carlos Ibáñez.

La Escuela de Artes Aplicadas y el desarrollo del grafismo comercial

El contexto político social del país estaba sufriendo continuas transformaciones y el panorama visual tampoco se mantuvo ajeno a estos cambios. Las paredes de las diversas edificaciones de la vía

Abajo: portadas de revistas *La Ilustración* de Antofagasta, 1924; *Concepción Magazine*, 1925, dibujada por Harrison Fisher y la santiaguina *Para Todos*, 1927, con cubierta de Julio Arévalo.



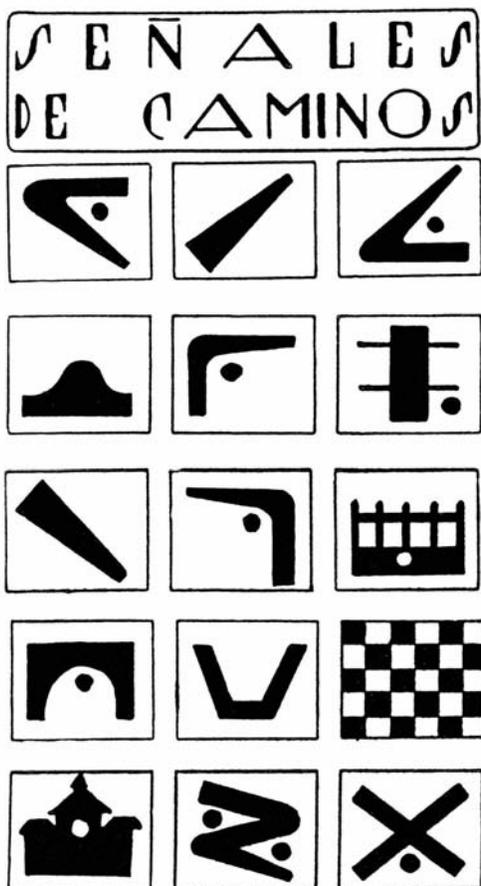
pública comenzaron a ser ocupadas por imágenes en serie, y letreros de grandes dimensiones iniciaron su despegue en los centros comerciales de las ciudades más industrializadas. No fue raro entonces que algunos académicos comenzaran a cuestionar la preeminencia absoluta del llamado “arte puro” por sobre el “arte útil” y la misma artesanía. De este modo, un grupo de pintores, escultores y arquitectos concibió la idea de fundar una Escuela de Artes Aplicadas que pudiera coexistir junto a Bellas Artes, pero en forma autónoma; un espacio que permitiese legitimar un sistema de enseñanza basado en la creación y producción de objetos en serie y artículos de artesanía. Valga recordar que la Academia de Bellas Artes de la Universidad de Chile fue dividida durante el período como Director de Virginio Arias, en dos áreas: Arte Puro y Artes Decorativas. Sin embargo, el escultor José Perotti señalaba en 1935: “En el sótano de la Academia de Bellas Artes, existía una Escuela de Artes Aplicadas. Vegetaba al margen del panorama educacional. No se le asignaba importancia de ninguna especie. ¡Era el reinado del arte puro! Su enseñanza, de acuerdo al ritmo estético de la época, se limitaba a reproducir invariablemente el insubstancial y frío modelo de los estilos históricos”⁶. Con esta afirmación, Perotti se

refería a la sección de arte decorativo que funcionaba desde principios de siglo en la Academia de Bellas Artes, destinada principalmente a fomentar la cultura en las clases populares y dirigida en sus inicios por profesores españoles.

En 1928, un decreto del entonces Ministro de Educación Pública, Pablo Ramírez, declaró cerrada la Academia de Bellas Artes, pero compensó la arbitraria medida enviando a un grupo de 30 artistas a perfeccionarse a Europa. La idea era romper los antiguos esquemas de la Academia de Bellas Artes y asimilar nuevas técnicas y conocimientos en el viejo continente. Hasta ese entonces, los intentos de renovación habían tenido poco eco y sólo se habían producido algunas manifestaciones aisladas como la formación del Grupo Montparnasse en 1928. De esta agrupación, liderada por Luis Vargas Rozas, fueron varios los que directa e indirectamente ayudaron a remecer un ambiente bastante adormecido: Julio y Manuel Ortiz de Zárate, José Perotti y Henriette Petit, quienes regresaron de Europa trayendo nuevos conocimientos sobre diferentes técnicas gráficas adquiridas durante su permanencia en el Viejo Mundo. Julio Ortiz de Zárate viajó nuevamente junto a Camilo Mori, Jorge Letelier, Isaías Cabezón



Aviso para materiales de oficina, 1937.



Arriba: diseño para funda de disco realizado por alumnos de la Escuela de Artes Aplicadas, 1934.

Izquierda: diseño de señalética, 1922. Según la revista *Chile Magazine* del mismo año, en aquel período existía una absoluta falta de indicaciones en la ruta, ya que sólo algunas firmas comerciales ubicaban “latas” que señalaban la altura del kilometraje con su logotipo correspondiente.



Arriba, izquierda y derecha: composiciones decorativas realizadas por Marcial Lema y Héctor Cáceres para el curso de afiche dictado por Isaiás Cabezón en 1928.



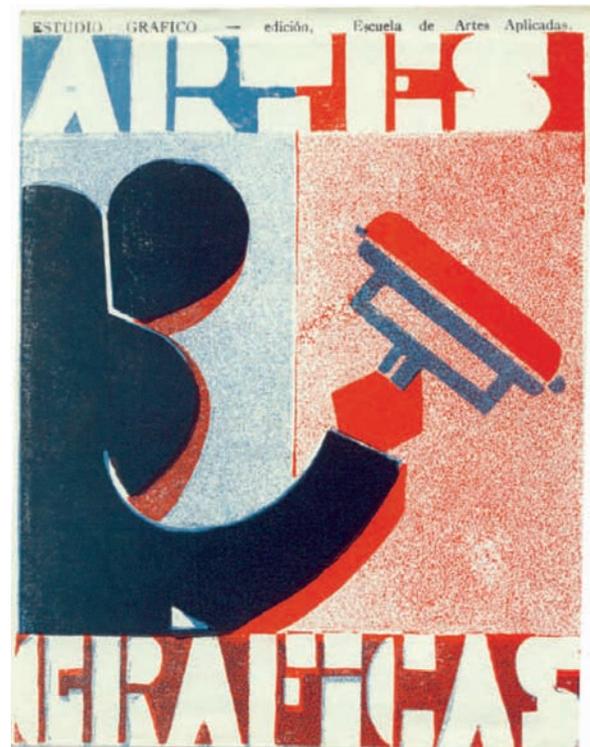
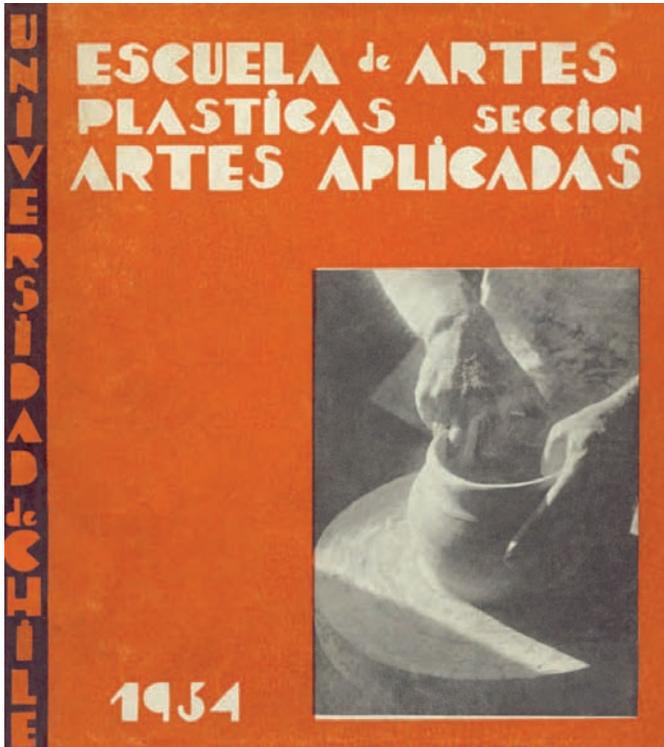
Dos marcas vigentes en 1928: Emu Brand, firma estadounidense con filial en Chile, y Discos Nacional.

y otros profesores becados, a los que se sumó un grupo de alumnos jóvenes también premiados por la "gracia" del Ministro Ramírez. Entre ellos podemos mencionar a Inés Puyó, Héctor Cáceres, Oscar Millán, Armando Lira y Rafael Alberto López. José Perotti, artista también vinculado al Grupo Montparnasse, se quedó en Chile con la misión de reestructurar la casa de estudios y Marco Bontá, quien residía en París, "recibió el encargo de estudiar los procedimientos de las artes gráficas y la manera de organizar en Chile una enseñanza que permitiera al artista y al operario chileno servirse de las técnicas adecuadas"⁷, con el fin de aprovechar las posibilidades artísticas de los sistemas de impresión (grabado, litografía, etc.) y todos los recursos de la edición artística y de la publicidad.

En plena reforma de Bellas Artes, Carlos Isamitt, su Director por aquel entonces, manifestaba su opinión respecto a las bondades de la nueva metodología pedagógica: "El nuevo sistema tiene la ventaja de contribuir en forma evidente al desarrollo del sentido decorativo en los artistas que dedican sus esfuerzos a las diversas ramas del arte aplicado... En el sistema implantado en la Escuela se tiende sobre todo al desenvolvimiento de la individualidad original, respetando sus características y procurándole todos los medios adecuados a su expresión. Por eso hemos desterrado desde el primer momento la copia servil de los modelos históricos que antes constituían la base fundamental de la enseñanza"⁸.

El mismo año 1928, Isaiás Cabezón fue nombrado profesor de Artes Aplicadas y dictó un curso de afiche y composición decorativa. En este taller destacaron los trabajos de Marcial Lema, Héctor Cáceres e Inés Puyó. Sin embargo, y a pesar de los logros obtenidos por el curso, en opinión del propio Cabezón aún existía un grupo de docentes reacios a concebir la aplicación del arte a la producción de objetos orientados, bajo un sentido práctico, a la vida cotidiana.

La reforma de los estatutos de la Escuela de Bellas Artes durante la Dirección de Carlos Isamitt, trajo como consecuencia su separación de la sección de arte decorativo y la creación consecutiva de la Escuela de Artes Aplicadas completamente autónoma y con local propio, pero formando parte de la Universidad de Chile⁹. Corría el año 1929 y la Escuela de Artes Aplicadas iniciaba su proyecto destinado a formar artífices para satisfacer los requerimientos de la producción objetual, la edición artística y la publicidad comercial. En toda esta labor fundacional fue decisivo el esfuerzo de algunos profesores como Carlos Isamitt, Marco Bontá, Ventura Galván, René Mesa Campbell, José Perotti y Ana Cortés. A partir de 1930, Perotti se desempeñó como Director de la Escuela de Artes Aplicadas, centrandole la enseñanza de la plástica en sus posibilidades de aplicación e industrialización. El plan de estudios se impartió en tres grupos de asignaturas: cultura artística general, ramos técnicos y talleres de especialización e



industrialización, los que incluían algunas prácticas como el vitral, grabado, encuadernación y afiche¹⁰.

En 1931 se reabrió la Escuela de Bellas Artes, reformada e incorporada a la Universidad de Chile, y al año siguiente regresaron al país los jóvenes artistas pensionados en Europa. A partir de aquel momento, y en palabras de José Perotti, “La Escuela de Artes Aplicadas procura elevar el espíritu y el buen gusto público, llegando a la intimidad del hogar con el artefacto de uso cotidiano, neto de líneas y de bellas proporciones”¹¹.

A pesar de la modernización de la Escuela de Artes Aplicadas y el crecimiento de las comunicaciones, quienes se dedicaron al diseño y producción de piezas gráficas en serie (afiches, cubiertas, etiquetas, marcas, etc.) siguieron vinculados a la creación artística, confundándose muchas veces ambas prácticas dentro de un mismo contexto disciplinario. En el caso de la Escuela de Artes Aplicadas, una vez aprobada su memoria y efectuada una exposición de sus obras, el alumno recibía el título de Artífice o Profesor de Artes Aplicadas, según la rama escogida para su especialización.

La apuesta de la Escuela de Artes Aplicadas por la formación de profesionales dirigidos al campo de la producción industrial, coincidió con un distanciamiento del academicismo francés y el costumbrismo

español, lo que motivó el descrédito del racionalismo estético. Las corrientes modernas siguieron en boga y se intensificaron aún más los medios de comunicación social, lo que, de alguna manera, fue erosionando la unidad cultural de Chile. Sin embargo, los esfuerzos por industrializar el país y alejarlo del paradigma de las grandes metrópolis, determinaron la aparición de un sentido nacionalista que coincidió con la llegada al Gobierno del Frente Popular y la incorporación de nuevos grupos sociales a la actividad política. Este nuevo escenario motivó a parte del profesorado de la Escuela de Artes Aplicadas a promover el rescate de algunos tipos iconográficos regionales. Tal fue el caso del profesor Romano de Dominicis, quien a través de sus clases de Historia del Arte motivaba a los estudiantes a recuperar parte del patrimonio visual latinoamericano, mediante ejercicios de aproximación a los rasgos de las culturas precolombinas¹².

Los inicios del “arte de la propaganda”

La crisis económica mundial de 1931 generó una fuerte restricción de las importaciones que también incluyó a los libros, fomentando la actividad editorial y transformando al país en un importante foco de proyectos de este género. Lamentablemente, muchas de las empresas que surgieron tuvieron un carácter eminentemente “pirata”, decayendo

Izquierda: portada de un prospecto de la Escuela de Artes de Aplicadas, 1934.

Derecha: estudio gráfico impreso en litografía, adjunto al prospecto anterior. La enseñanza tipográfica no tuvo mayor presencia al interior de Artes Aplicadas, predominando los títulos realizados en base a recorte o dibujo con instrumentos.

Abajo: ilustración de Marcial Lema, realizada para el curso de afiche dictado por Isaías Cabezón en 1928.





La depresión mundial obligó a los productos nacionales a desplegar toda su imaginación en novedosas campañas de promoción como la de cigarrillos 43, en los años 20, y ésta de Jabón Gringo en la década siguiente.

ostensiblemente la calidad visual y el soporte de los productos impresos. A pesar de ello, en esta década aparecieron algunas publicaciones de interés como *El Ateneo*, *Ecran*, *Topaze*, *Hoy*, *En Viaje*, *Clío*, *Mandrágora*, de tendencia surrealista, y la *Revista de Arte* de la Universidad de Chile, la cual, impregnada de una cierta tendencia americanista, se publicó entre 1934 y 1939, volviendo a aparecer en 1955. La importancia de esta revista (el primer número, de 1928 fue anteriormente comentado), radica por un lado en su diseño y diagramación, en la que participaron tanto alumnos como profesores, como también en su contenido, que registró la evolución de las Artes Aplicadas en Chile y el surgimiento de nuevos cartelistas y artífices gráficos.

Los primeros números de la revista *Ecran* combinaron, en ocasiones con interesantes resultados, los elementos escalonados y el decorativismo tardío del Art Déco, mediante la utilización de un recurso clásico de ciertas publicaciones del período: la fotografía en primer plano de algún personaje del mundo del espectáculo. Ya a esta altura, se establecía una clara diferenciación entre la calidad de la imagen fotográfica presente en las revistas, medio que fue por excelencia el campo de prueba para los nuevos sistemas de impresión, en contraposición a la fotografía de la prensa diaria, impresa principalmente mediante la técnica del fotograbado hasta bien entrada la década de 1970.

Inicialmente editada como un folleto, la revista *En Viaje*, publicación de los Ferrocarriles del Estado de Chile, se planteó crear un nuevo sentido de "propaganda global" en el país que además de los avisos tradicionales publicados en los diarios, recurriese al uso del afiche y a la distribución de folletos. La estrategia de organizar el turismo en Chile sobre bases concretas, la creación de concursos de afiches y la utilización del diseño gráfico como herramienta de difusión transformó a esta empresa en una de las primeras en entregar un sistema de información gráfica más integral al público. Lo prueba el hecho de que la revista dio cabida a los más variados colaboradores: Homero Muñoz, Alfredo Bustos, Víctor Orellana, Luis Troncoso Ossandón, Lupercio Arancibia, Germán Sepúlveda, Miguel Ángel Suárez, Camilo Mori, Santiago Nattino y Gracia Barrios. Las primeras portadas ocuparon el recurso de la fotografía y el fotomontaje, técnica heredera del constructivismo ruso y el dadaísmo alemán que a partir de la década del 30 se hizo más habitual entre viñetas, selección de colores, diagramas, leyendas de grabados y encasillamiento de avisos, para utilizar el lenguaje técnico de la época.

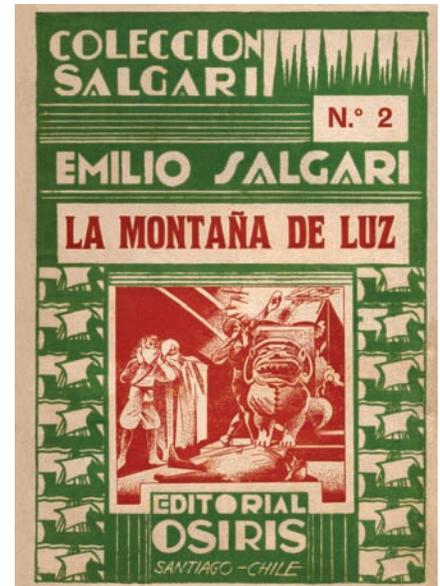
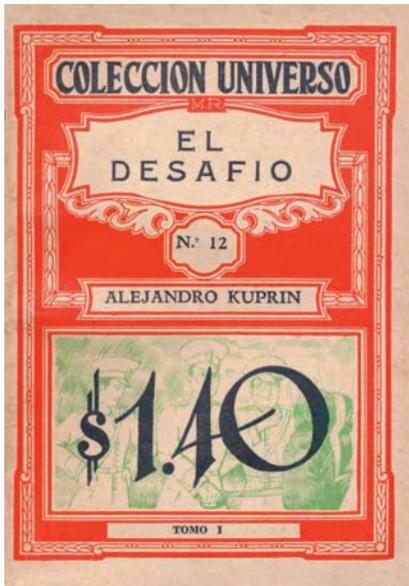
Es importante señalar también que en el afiche chileno es tardía la incorporación de la fotografía, técnica que mediante el expediente de la fotoserigrafía, popularmente llamada "fotostencil", recién comenzará a utilizarse a partir de la década de 1960.

Izquierda: portada de la revista *Ecran*, 1930. Durante este período, una de las tendencias incorporadas a la arquitectura y el grafismo local fue el Art Déco. Dicho referente tuvo especial relevancia en la ilustración decorativa, que alineó parte de su iconografía con las tendencias internacionales en boga y algunos tópicos deudores del costumbrismo y el regionalismo.



Derecha: cubierta de Rafael Vega-Querat para un número especial de la revista *Zig-Zag*, 1937. La importación de la teoría publicitaria estadounidense y el tamiz del cartelismo francés personificado en Cassandre son referencias claras en esta portada.





Dicho retraso pudo deberse, además de limitaciones técnicas, a las pretensiones artísticas que estuvieron largamente vigentes en los carteles realizados por los egresados de Artes Aplicadas, quienes en su gran mayoría, lejos de considerarse diseñadores, aspiraban a obtener alguna legitimación en el campo artístico, por lo que las deudas a la pintura y la indefinición respecto a un tema como la tipografía, serán aspectos siempre presentes en el trabajo de aquellos grafistas.

Nuestro país, aún en proceso de consolidación comercial, se vio enfrentado a una de sus peores crisis económicas mientras el comercio mundial evidenciaba síntomas similares. A pesar de los difíciles momentos, Carlos Bofill abrió en 1928 la primera oficina de publicidad propiamente tal, ya que anteriormente sólo habían funcionado agencias de avisos comerciales como La Sudamérica, con un espíritu desconocidamente visionario para aquellos tiempos. A juicio del propio Bofill, durante los años 30 "la falta de dibujantes comerciales se hacía notar tan gravemente en las ilustraciones de los avisos, que la mayoría de ellos tuvieron que plagiar los avisos que aparecían en revistas y diarios extranjeros"¹³. Además se carecía de fuentes tipográficas y de diagramación profesional. Algunos caracteres modernos creados en Europa a fines de los años 20 (Futura, Gill Sans, Perpetua, etc.) eran prácticamente desconocidos y de difícil adquisición en nuestro país. Por otra parte, en algunas imprentas nacionales los cajistas hicieron de improvisados tipógrafos al modificar ciertos caracteres disponibles en el mercado, mediante la alteración de bordes, perfiles o terminales a punta

de limas y cuchillos. Esta acción de desgaste de los tipos generó unos híbridos tipográficos de escasa legibilidad y parentesco con el original de la fundición.

En el país comenzó a difundirse la propaganda que se hacía en Estados Unidos y se hizo aún más evidente el contraste con una actividad local todavía incipiente, desprovista de una identidad propia y enfrentada a un cuestionamiento interno. La monotonía y el escaso desarrollo conceptual de las propuestas generó una profunda autocrítica en la mitad de la década, dando paso a una revitalización del medio. La Depresión Mundial obligó a los productos nacionales a desplegar toda su imaginación para sobrevivir en un medio restringido, lo que originó algunas iniciativas publicitarias más completas que permitieron ofrecer al comercio y la industria un servicio más integral. Tanto empresarios como industriales adoptaron una actitud más abierta, al mejorar la presentación de sus productos para posicionarlos en el mercado, contratando los servicios de agencias especializadas que contarán con dibujantes, diagramadores y redactores

Portadas de libros correspondientes a clásicos de la literatura universal, publicados por la Imprenta Universo y las editoriales Zig-Zag y Osiris, respectivamente. Los títulos ubicados a la izquierda y centro fueron impresos el año 1931. El de la derecha, en 1938.

GARCIA
Gath & Chaves

Marcas dibujadas manualmente, concebidas para los grandes establecimientos comerciales durante los años 30. Este tipo de imágenes no tuvo normativa alguna, lo que generó diferencias apreciables en versiones para una misma marca correspondientes a una fecha de data cercana.

competentes. A Bofill se sumó Óscar Fuentes y poco después Arturo M. Edwards, quien trabajó con dibujantes publicitarios argentinos, más experimentados que los chilenos. Más tarde, Pablo Petrowitsch estableció otra firma publicitaria, también asesorada por personal argentino. En el país vecino la publicidad dirigida era un método ya consolidado. De hecho, muchas de las fuentes tipográficas nuevas que ocuparon las agencias fueron traídas desde Buenos Aires. La actividad, que ya evidenciaba un cierto crecimiento y una buena acogida del público capitalino, motivó a Bofill a asociarse con Edwards, creando "Bofill-Edwards", fusión de agencias que pronto se puso a la vanguardia del rubro.

Otro de los pioneros fue el fotógrafo Jacques Cori, cuyo trabajo con la cámara le valió un bien ganado prestigio, especialmente en el diseño de calendarios y folletos. Poco después se unió a Manuel Magallanes, formando una nueva agencia que desde sus inicios ofreció amplios servicios a la industria y el comercio de Santiago. Completan el cuadro de los precursores de la publicidad local José María Xicota, Luis Arón, fundador de Publicidad Lucho Arón, los hermanos Gibian, asociados en la firma Propaganda Gibian, Felipe Díaz Ossa, jefe de propaganda de la revista *Zig-Zag*, ANEPCO, la gran empresa cartelera de Valparaíso y algunos años después, Publicidad Lupercio Arancibia y la agencia Storandt. Los grandes avisadores de la época fueron Gath y Chaves, la Joyería Suiza y la Botica Francia, en una época donde prácticamente todas las grandes empresas centralizaron su publicidad anual en la producción y distribución de un calendario.

De este modo y año tras año se fueron celebrando las fiestas de los estudiantes, dando lugar a la competencia de los avisos de las grandes tiendas

como Gath y Chaves y la Casa Francesa. A esto se sumó la circulación de los "hombres sándwich" por las calles, quienes portaban dos carteles, uno en el pecho y el otro en la espalda, donde anunciaban la inauguración de una tienda o las bondades de un determinado producto.

Tipologías iconográficas en el desarrollo de marcas comerciales

Desde un punto de vista formal, la creciente aparición de marcas en el país reflejó una mejor disposición de parte del empresariado y el comercio



Arriba: sello de la Sociedad Nacional de Paños de Tomé, 1937.

Abajo: caja de fósforos Gran Andes, 1990. Esta imagen, cuya versión original apareció en los años 30, puede considerarse uno de los diseños más emblemáticos de todo el siglo XX.



Aviso, 1945. En los albores de la publicidad local, la separación de mundos entre los grafistas que trabajaron para el espacio público y quienes ingresaron al circuito de las editoriales e imprentas no era tan drástica. Ello se hace evidente en esta ilustración, que bien podría corresponder a un ejemplo de gráfica popular.

por representar el carácter de un determinado producto o el de su propia empresa, con desiguales resultados. Una tipología iconográfica bastante dudosa, pero muchas veces comercialmente acertada, tuvo mayor relación con la habilidad del empresario para la fabricación y distribución de su producto que con la marca propiamente tal y su arraigo entre el público. Sin embargo, fue la “propaganda” la gran responsable del posicionamiento del producto en la mente de los consumidores. La importancia que se le asignaba a la imagen de identidad era escasa y muchas veces los diseños obtenidos no se tradujeron en marcas, sino más bien en ilustraciones con un sesgo “naïf” o en formas poco legibles.

A diferencia de los afiches y las portadas de revistas, las marcas fueron siempre desarrolladas por autores anónimos y las excepciones a la regla fueron pocas. No cabe duda que, al igual que Gottlieb Daimler, fundador de la empresa Mercedes Benz, muchos empresarios chilenos desarrollaron sus propios logotipos, o al menos tuvieron una cierta injerencia en su génesis. Algunas de estas marcas (Tres Montes, Carozzi, Gath y Chaves, etc.) sobrevivieron a las décadas entrantes, apelando al mismo esquema de renovación formal de las grandes marcas estadounidenses (Coca-Cola, Ford, Camel, etc.), mediante la aplicación de sutiles modificaciones a la estructura original, ya sea eliminando los excesos de ornamentación, variando levemente las

Valparaíso arte eterno

Arriba: título dibujado manualmente para la revista *Zig-Zag*. Durante la década del 30, el conocimiento tardío de ciertas familias tipográficas como Broadway, creada por Morris Fuller Benton en 1929, y el alfabeto Stencil de Josef Albers de 1925, generó una apreciable influencia en el mercado editorial y el diseño de afiches.

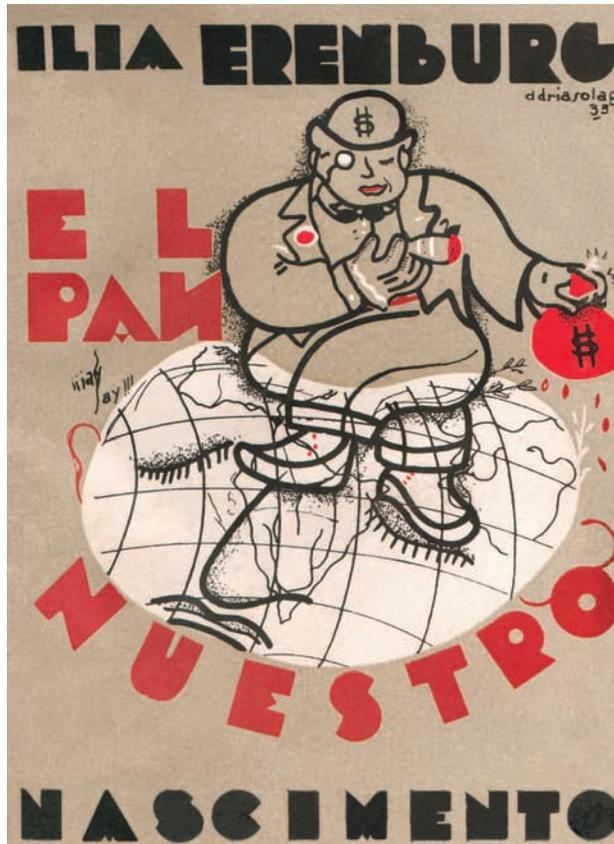
Abajo: marca de empresa del rubro maderero, hacia 1945.



De arriba hacia abajo: tres logotipos realizados a comienzos de los años 30. Compañía de Petróleos de Chile, Radio Chilena y Cocola Peptonizada Raff.

Abajo: anuncio para fábrica de pastas, década del 20. Esta imagen, deudora de la gráfica comercial proveniente del siglo XIX, da una clara muestra de la importancia asignada a la palabra escrita en el título caligráfico, en contraposición a la simbología ubicada en la parte inferior.





Portadas de libros diseñadas en el año 1933 y 1936 por Arturo Adriasola y Nicolás Martínez, respectivamente. Ambos fueron alumnos de las primeras generaciones de la Escuela de Artes Aplicadas y formaron sus propios talleres de propaganda.



La cordillera, uno de los elementos referenciales indiscutibles de nuestra particular iconografía, ha sido utilizada en los más diversos tipos de mercados.

ilustraciones primigenias, modificando los terminales de las tipografías o acomodando la forma a los criterios estéticos del período. En algunos casos se llegó a copiar el diseño de alguna marca extranjera, contratando los servicios de algún dibujante o sencillamente dejando la solución del problema en manos de la imprenta. A pesar de ello, durante la década del 30 se gestaron algunas marcas nacionales que perduraron en el tiempo, al conservar su matriz primigenia con el paso de los años, logrando un indesmentible arraigo en el imaginario colectivo. De ellas podemos mencionar la imagen para Fósforos Los Andes, el envase del detergente Kenzo, con su señorita de cofia, y el ágil "mesero" utilizado por la Viña Santa Carolina para sus etiquetas de productos y publicidad impresa. Sin lugar a dudas, la carencia de una visualidad que tuviese un fuerte arraigo en los diversos estratos del país, permitió el asentamiento de estos íconos como verdaderos emblemas que, de alguna u otra manera, fueron desplazando a una frágil tradición pictórica.

Si anteriormente fue el cóndor el gran elemento referencial en el diseño de marcas, en esta década se incorporará la emblemática figura de la cordillera. Curiosamente, este referente geográfico fue utilizado sin ningún tipo de complejo en toda clase

de mercados: vestuario, productos alimenticios, industria minera, etc. No olvidemos que la *Aurora de Chile* y las mencionadas cajas de fósforos Los Andes recurrieron a este ícono como signo distintivo, obteniendo esta última una incuestionable identificación con el público consumidor. De todos modos, resulta muy prematuro el examen analítico del resultado de estos intentos, en un contexto aún carente de las herramientas necesarias para estructurar juicios formales adecuados a la hora de proponer, proyectar y solucionar este tipo de problemática. En el país todavía no existían especialistas y recién se estaban formando las primeras generaciones de alumnos egresados de la Escuela de Artes Aplicadas. Los encargos para la solución de la imagen de un producto fueron dejados en muchas ocasiones en manos de aficionados o dibujantes, más próximos al entorno artístico que al naciente mercado publicitario que se venía gestando por aquel entonces.

Difusión metodológica del afiche

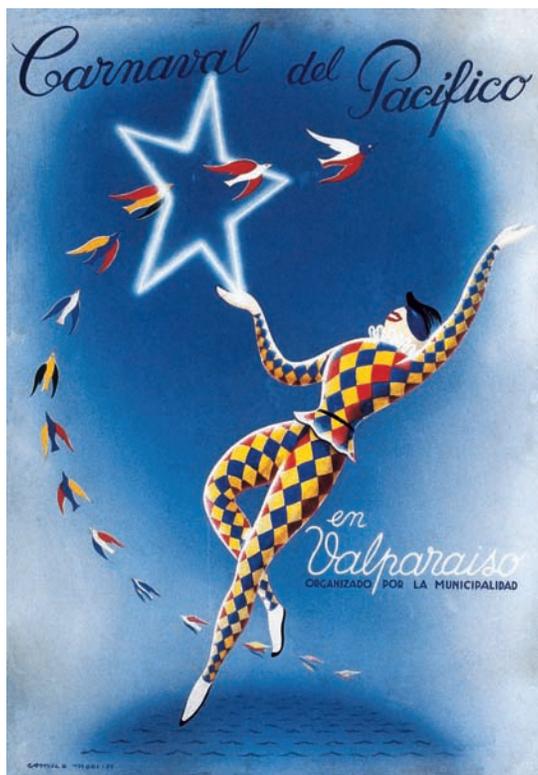
Como contrapartida, el cartel comenzó a gozar de un respetable prestigio como herramienta de comunicación. La experiencia adquirida en Europa por los alumnos y docentes de Bellas Artes becados

trajo como consecuencia una significativa revalorización del medio y generó una continuidad en su enseñanza, iniciada por Isaías Cabezón en 1928. Tres años después, la Universidad de Chile retomó la difusión metodológica del afiche, creando un curso en la Escuela de Artes Aplicadas a cargo de la pintora Ana Cortés. Si bien la artista venía impregnada del trabajo de los grandes cartelistas franceses, no deja de llamar la atención que no haya diseñado afiches. Su mérito radicó más en su actitud visionaria y pedagógica que en un aporte sustancial a la producción de carteles en el país.

La escuela creada por Isaías Cabezón y los conocimientos de arte decorativo que obtuvo del artista francés André Lothe, motivaron a Cortés a crear un curso donde se entregaba una cierta metodología, elementos básicos para la composición y un campo abierto para la creación sometida a los vaivenes de un encargo "real" o serializable. Al respecto, el juicio de un profesor de la Escuela de Artes Aplicadas resulta lo suficientemente explícito: "La primera etapa en este arte está ya realizada en nuestro país. Tenemos affichistas y el público ha demostrado saber apreciar. Pero nos queda mucho por hacer en



Arriba: afiche realizado por Nicolás Martínez, 1935. Abajo, izquierda: afiche diseñado por Camilo Mori, 1939. Abajo, derecha: afiche de Fernando Ibarra realizado en 1938 para la campaña municipal del arquitecto Sergio Larraín. Ibarra, egresado de Artes Aplicadas, fue ayudante de Camilo Mori y continuó animador de los concursos de afiches. Este tipo de composiciones dan una idea de las relaciones que se establecieron entre los cartelistas locales y las tendencias del afiche europeo de autores como Leonetto Cappiello, Cassandre, Jean Carlu y Charles Loupot.





Izquierda: afiche para productos de belleza realizado por Kitty Goldmann, finales década del 40.

Derecha: afiche de Fernando Marcos para un evento de la Federación de la Juventud Socialista, celebrado en 1936. El carácter ideológico y popular de la Guerra Civil Española convirtió al afiche en un arma ofensiva y moralizadora. La influencia de éste en improvisados cartelistas chilenos como Marcos y Mario Corvalán, motivó la propagación de consignas colectivas de partidos, sindicatos y agrupaciones artísticas de izquierda.

la materia. Desde luego, independizarnos del afiche europeo, cuya influencia benéfica se ha tornado odiosa esclavitud. Las técnicas gráficas tienen infinitas posibilidades de las cuales pueden desprenderse innumerables modalidades estilísticas. El conocerlas, permitirá a nuestros cartelistas liberarse de la manifiesta tiranía de Cassandre y Loupot...¹⁴. Además del citado Cassandre, deben mencionarse los nombres de Jean Carlu y Leonetto Cappiello, quienes, junto al diseñador ucraniano, formaron la famosa trilogía de grandes cartelistas cuya influencia fue conocida en nuestro medio como "las tres C".

El aumento de los concursos de afiches y los buenos niveles de convocatoria y resultados motivaron el montaje de algunas exposiciones para colectas públicas, congresos, ferias y turismo. Hasta ese entonces, la anémica vida del afiche chileno había hecho imposible la especialización y eran los artistas jóvenes de esa época, pintores y escultores, los que tomaban parte en los concursos y exhibiciones. La primera generación de alumnos cartelistas salidos de la Escuela de Artes Aplicadas focalizó sus trabajos en los mercados de la promoción del salitre, políticas gubernamentales, exposiciones y los concursos de celebración de las fiestas de la primavera. La intensificación de este medio visual, a mediados de la década del 30, generó una mayor especialización que derivó en la formación de talleres



de propaganda, un antecedente premonitorio de las futuras agencias de diseño y publicidad¹⁵.

Por otra parte, los nuevos vínculos entre la izquierda y el medio gráfico motivaron a algunos artistas a desarrollar labores tradicionalmente desempeñadas por impresores y tipógrafos. Este encuentro trajo como consecuencia una inédita producción de afiches políticos entre los años 1936 y 1942, lo que encontró además un importante referente en los combativos carteles de la Guerra Civil Española que llegaron al país por aquel entonces. Fernando Marcos y Mario Corvalán (KOR) fueron dos activos representantes de esta tendencia que buscó la difusión de su ideario partidista a través de temas de interés general, como la Reforma Agraria. La escasez de conocimientos tipográficos fue suplida mediante el recorte y pegado de caracteres obtenidos de otros impresos, lo que curiosamente los acercó a las técnicas usadas por el constructivismo ruso como el collage y las composiciones tipográficas que intentaban "construir" una nueva sociedad.

Por aquel entonces los carteles se imprimían en litografía, técnica que limitaba las posibilidades creativas de los afichistas, quienes debieron acomodar sus propuestas a diseños relativamente sencillos, de colores planos y a un costo elevado, producto de los bajos tirajes. Los originales se hacían todos a

mano, ya que la fotomecánica empleada para este tipo de trabajos no era todavía una práctica común. Las tipografías e imágenes que estructuraban el afiche se pintaban con témpera y se privilegiaba, por un asunto de orden práctico, el uso de tipos de palo seco sin terminales. De este período pueden mencionarse los afiches de Nicolás Martínez, quien formó su propio taller, y Arturo Adriasola, cuyo trabajo estuvo muy influenciado por las corrientes surrealistas. A ello debe sumarse los carteles de Héctor Cáceres, Eusebio Riquelme, Luis Troncoso, Carlos Sagredo, Derfilia Cárdenas, Orlando Ovalle y Georges Sauré, quien derivó con bastante éxito al diseño de vitrinas.

Los mostradores de las grandes tiendas comerciales permitieron que algunos artistas gráficos formaran pequeños talleres dedicados al diseño y producción de vitrinas. Uno de ellos fue el que instaló Camilo Mori con Fernando Ibarra, ayudante del curso de afiche dictado por Ana Cortés y continuo animador de los concursos organizados por la Federación de Estudiantes y *Zig-Zag*. A pesar de su formación pictórica, Mori encajó perfectamente en el esquema del cartel moderno y se convirtió en el diseñador de afiches más prolífico de la época, transformándose en el eslabón de la cadena iniciada por Isaías Cabezón algunos años atrás. Hizo afiches para las Fiestas de la Primavera, contribuyó con otros a difundir por Europa las excelencias del salitre (1934 y 1937) y participó en el concurso internacional "Un Hemisferio Unido", efectuado en el Museo de Arte Moderno de Nueva York en 1942, obteniendo una mención honrosa ante cartelistas de renombre internacional. Para Mori el concepto de afiche era una verdadera ecuación entre eficacia artística y comercial, mediante el tratamiento de una imagen concebida para transmitir un mensaje a las masas. Sus carteles tuvieron gran repercusión en el medio nacional, lo



que de alguna manera determinó que el taller del artista se convirtiera en un centro de reunión de afichistas y aficionados que se impregnaron de su particular "escuela". Antonio Romera, crítico de arte, decía de Mori: "... en el cartel se atenía a las leyes inexorables del género codificado por Cassandre, las cuales aparecían en nuestro artista. Su hondo sentido del color le permitió hacer obras llamativas y de cromatismo armónico y bello"¹⁶.

Presencia de los ilustradores en la conformación del medio editorial

Si bien un nutrido grupo de noveles cartelistas remeció parte del ambiente a través de coloridas y novedosas propuestas que destacaron las bondades de la industria nacional, en el campo editorial emergieron algunos dibujantes e ilustradores de excepción como Jorge Délano Frederick (Coke) y Mario Silva Ossa (Coré). En 1931, Délano, uno de los más importantes dibujantes satíricos del país en el siglo XX, creó la hoy legendaria revista *Topaze*, donde plasmó el espíritu de una época a través de personajes tan recordados como La Desideria, Juan Verdejo Larraín y el Profesor Topaze. Además, colaboró en los principales medios de prensa del período como *La Nación*, *El Mercurio* y *El Diario Ilustrado*.

El caso de Coré es impensable sin sus colaboraciones para la revista infantil *El Peneca*, donde deleitó a toda una generación de lectores a través de sus



Caricatura del boxeador Arturo Godoy, realizada por el crítico de arte Antonio Romera.



Ilustración a plumilla de Mario Silva Ossa (Coré).

Izquierda: aviso de promoción del salitre chileno, 1937.

Derecha: afiche diseñado por Lupercio Arancibia para la Municipalidad de Santiago, 1941.

Derecha: cubierta del primer número de la revista *Topaze*, dirigida por el dibujante Jorge Délano (Coke), 1931.

Abajo: Juan Verdejo, personaje creado por Délano para la revista *Topaze*.



8 .. ca ra col

9 pe ral

10 ro sal

11 fa rol

12 a zul

13 pas tel

14 .. pe re jil

Detalle de página interior del *Silabario Hispanoamericano*.
Dibujo de Mario Silva Ossa.



portadas realizadas en acuarela y dibujos a plumilla para los relatos de páginas centrales. Mención aparte merece su trabajo para el *Silabario Hispanoamericano*, manual didáctico que se transformó en un referente colectivo para varias generaciones de chilenos. La inocencia despreñada de los dibujos de Coré creaba un mundo lírico, de fantasías idealizadas, alejado de los parámetros establecidos por Walt Disney, que obligaban a elegir entre los extremos del bien y el mal o la belleza y la fealdad.

Aunque las ilustraciones de Coré trascendieron más allá de nuestras fronteras, "rechazó el ofrecimiento de integrarse al equipo de dibujantes de Disney. Su técnica se acercaba más a la pintura y al grabado que a los estereotipos puestos en boga por el cine"¹⁷. Adaptador de autores como Swift, Stevenson, Salgari y tantos otros, Coré ejecutó sus dibujos trasladándose en el tiempo para recrear un Gulliver, un príncipe o un gnomo. De algún modo u otro, el estilo particular de Coré hizo del Modernismo europeo una versión adaptada a los fines y a las precariedades del medio en que se desarrolló: una revista infantil distante de las costosas y lujosas publicaciones que se realizaban en el extranjero. Según el poeta y también ilustrador Enrique Lihn, es probable que a Coré le hayan gustado los pintores, poetas e ilustradores del prerrafaelismo como Dante Gabriel Rossetti, Edward Burne-Jones, William Morris, Aubrey Beardsley y otros diseñadores del Art Nouveau como Georges Auriol y Eugène Grasset. Lihn también señala: "Llama la atención en sus originales un cierto

descuido material: no importaban por sí mismos sino en función de su reproducción fotomecánica... La plena identificación del original con su reproducción connota la poca importancia que se otorgaba al dibujante como 'artista' y la escrupulosidad de un artesano que debía contar, en 1950, con procedimientos de reproducción técnica menos sofisticados que los actuales"¹⁸.

Al legado de estos dos insignes ilustradores deben sumarse, aunque en menor medida, los aportes de Pedro Olmos, Pedro Lobos, Lorenzo Villalón, Elena Poirier y el español Antonio Romera. Los dos primeros desarrollaron un estilo menos universal que sus antecesores y su obra, más alejada del mercado editorial, se ocupó de temáticas populares y vernáculas. Antonio Romera llegó al país en calidad de refugiado político y sus dibujos, publicados en diversos periódicos nacionales, revelaron una mirada nueva, lúcida y también irónica. Realizó algunas ilustraciones para libros y, a diferencia del común de los dibujantes, se preocupó de la fundamentación teórica de su ejercicio desarrollando una importante labor como crítico de arte. Junto a Andrés Sabella y Alberto Ried, Romera fue uno de los primeros autores especializados en analizar temas relacionados con el diseño gráfico, como lo fue el desarrollo del afiche en Chile.

La llegada de Romera al país no fue una circunstancia aislada. Fue uno de los tantos refugiados catalanes que, tras el fin de la Guerra Civil Española, llegaron a bordo del legendario navío Winnipeg, iniciativa gestada por Pablo Neruda. El arribo del Winnipeg trajo como consecuencia la ampliación de diversos ámbitos culturales, en un país con una situación política y social comparativamente favorable a la de muchas naciones europeas que veían con pavor el inicio de la Segunda Guerra Mundial en 1939. Al respecto, el crítico de arte Justo Pastor Mellado señala: "Ciertamente, en la cultura chilena contemporánea existe el 'efecto Winnipeg'; es decir, la construcción de un referente de actividades modernizadoras, que van del teatro a la pintura, pasando por el diseño gráfico y el mobiliario..."¹⁹. El problema fundamental de la renovación artística en Chile ha sido siempre de índole cultural. Un país nuevo necesitaba la creación de un ambiente propicio que pudiese recoger la irradiación de los centros culturales más avanzados, dando estímulo al mismo tiempo a los valores artísticos locales. Respecto a ello, Mellado puntualiza: "En un período de treinta años, la instalación de la modernidad chilena no puede desentenderse de la sobredeterminación española, desplazándose desde el criollismo gallego a la universalidad catalana"²⁰.

O D A

a la

TIPOGRAFIA

POR PABLO
NERUDA

1956

Capítulo 7

La influencia estadounidense y la ampliación del mercado gráfico

El impacto visual de la Segunda Guerra Mundial

En términos generales, durante los años 40 la comunicación impresa mantuvo intacto su papel hegemónico como herramienta de propaganda, mientras que el diseño gráfico asumió un nuevo rol como instrumento de apoyo para los líderes de los países en pugna. La radio continuó en expansión y la televisión, en una fase muy primaria, comenzó gradualmente a ser una alternativa de difusión en las naciones más desarrolladas.

Los carteles producidos durante la Segunda Guerra Mundial no aportaron nada sustancialmente nuevo a lo ya mostrado por sus antecesores, teniendo en cuenta que los métodos de comunicación de masas habían cambiado y la propaganda se desarrollaba a través del cine y la radio. Mientras en Alemania se realizaban concursos de afiches para la difusión de la guerra, en nuestro país se respiraba un clima de relativa calma. Los periódicos y cubiertas de revistas reflejaron la tensa situación que se estaba viviendo en Europa. Esta interpretación del clima bélico externo encontró en la síntesis de la fotografía el medio ideal para condensar, en una imagen, lo que las palabras no podían transmitir con exactitud. Los carteles realizados en Chile reflejaron las políticas internas de desarrollo y sólo algunos emigrados tuvieron una participación más activa en la promoción de campañas antibélicas. Uno de ellos, el pintor checo Francisco Otta, diseñó algunos afiches para los organismos aliados. Al respecto, es importante destacar que casos como el de Otta, Kitty Goldman

y refugiados antifranquistas como Mauricio Amster y José Balmes, fueron condicionantes del proceso de renovación de las distintas vertientes artísticas y culturales del país.

El legado de la abstracción y el fotomontaje

Las fotografías y fotomontajes alusivos al conflicto armado se tomaron las portadas de algunas revistas, encontrando alguna proximidad con los trabajos de Alexander Rodchenko, John Heartfield y la propaganda de las potencias aliadas y el Tercer Reich. El retoque fotográfico y la técnica del fotomontaje, ocupada de manera muy incipiente, acrecentó el dramatismo o el rechazo hacia una determinada persona o situación relativa al conflicto mundial. El retrato emblemático de Hitler y el saludo clásico de la disciplina militar devinieron en tópicos recurrentes, no sólo en Europa sino también en algunas portadas de revistas chilenas. Sin embargo, el ingenio de los diagramadores y artistas gráficos cayó a veces en excesos compositivos, no siempre intencionales. Por contrapartida, la búsqueda de un cierto simbolismo bélico muy elemental es apreciable en algunas portadas de la revista *Hoy*, diseñadas por Marcial Lema, alumno de la Escuela de Artes Aplicadas. La misma metodología compositiva observable en los afiches ejecutados por alumnos de esta escuela se puede apreciar en el diseño de portadas afines, con caracteres gruesos, dibujados a mano y de escasa legibilidad. El punto anterior guarda estrecha relación con la ausencia de cursos dedicados a la tipografía en la Escuela de Artes Aplicadas.



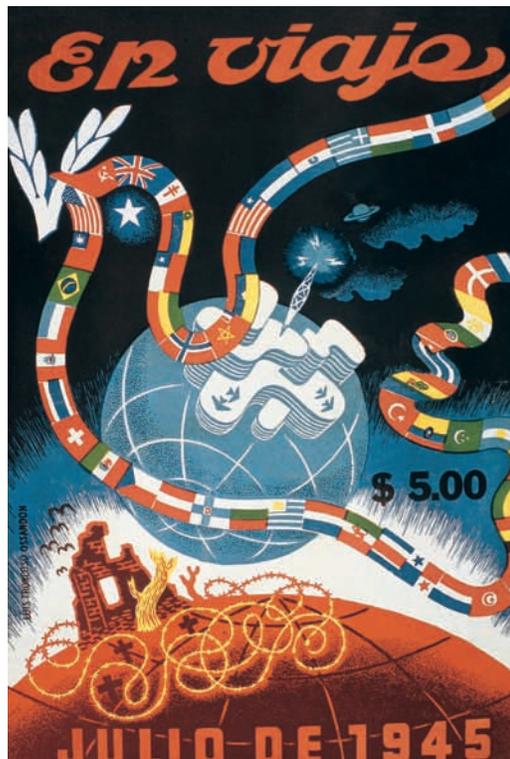
Arriba: imagen de compañía circense. Esta ilustración ha mantenido presencia en medios impresos por más de medio siglo.

Izquierda: portada del libro *Oda a la Tipografía* del poeta y Premio Nobel Pablo Neruda, publicado en 1956 por Editorial Nascimento. En esta obra, que enaltece poéticamente el rol de la tradición tipográfica, Neruda agradece, entre otros, a René Mesa Campbell, Carlos George Nascimento, Miguel Prieto y a los impresores y obreros chilenos su colaboración en la edición e impresión de sus obras.



De igual modo, la caligrafía tampoco ocupó un lugar relevante en la malla curricular del establecimiento. Lo anterior evidenciaba que Artes Aplicadas era en rigor una escuela dirigida por artistas plásticos y no por docentes que tuvieran un contacto real con la industria gráfica chilena.

La ruptura formal del trabajo de los puristas y neoplasticistas europeos, que durante la década del 20 ejerció una importante influencia en la construcción del diseño gráfico moderno, permitió a algunos artistas nacionales asimilar los planteamientos de las vanguardias del período mucho antes de que el público común las conociera. A mediados de la década del 50 emergieron algunos colectivos artísticos de avanzada como el grupo Rectángulo, que tuvo conocimiento del trabajo de Theo Van Doesburg, Vilmos Huszar y Piet Mondrian. Parte de su ideario postuló una racionalización del arte para distanciar a éste de aspectos emotivos, oponiendo a ello un oficio cercano al rigor geométrico propulsado por la Bauhaus. En 1965, algunos de los miembros de este colectivo se organizaron en un nuevo proyecto: Forma y Espacio. Este grupo manifestaría su inquietud por integrar arte y vida desde una producción pensada para la ciudad y su integración a ella, abarcando manifestaciones como arquitectura, pintura, cerámica y mobiliario. Tales planteamientos pueden ser hoy considerados como un antecedente de los planes de estudio que posteriormente serán implementados en las primeras escuelas de diseño del país.



Durante la primera mitad del siglo XX, el uso de colores reducidos a sus pigmentos primarios y la utilización sistemática de tipografías de palo seco devino en una estrategia recurrente del diseño gráfico europeo, situación que muchas veces acentuó el carácter reductivo de esta disciplina.

Por otra parte, las técnicas de impresión tradicionales ampliaron su espectro de posibilidades a mediados de los años 30, cuando el mexicano Adolfo Müller Oliphant introdujo la técnica de la serigrafía en nuestro país. Partiendo de la implementación gráfica de vitrinas en serie, los Estudios Oliphant fueron mejorando los procesos de impresión serigráfica hasta llegar a proveer a las fábricas de radios con diales muy bien impresos. En la década del 40 aparecieron nuevos talleres, con una técnica estrictamente artesanal y proyectados principalmente al campo publicitario y la impresión de banderines. Estudios Norte, de Luis Oviedo, fue el centro de irradiación de este procedimiento que accedió a nuevos mercados como los letreros, el vestuario y carteles de gran formato o "poster pannels", precedente de las actuales gigantografías publicitarias. Oviedo fue alumno de la Escuela de Artes Aplicadas y parte importante de la primera generación de cartelistas. Diseñó afiches para los Ferrocarriles del Estado y la conmemoración del Centenario de la Toma de Posesión del Estrecho de Magallanes. En 1968 participó en la fundación del Círculo de Publicistas de Chile, diseñando su primer logotipo. El grado de sofisticación que alcanzó el trabajo serigráfico de Oviedo superó el ámbito

Portadas de revistas alusivas a la Segunda Guerra Mundial. Ambos diseños recogieron el legado visual de la Escuela de Artes Aplicadas y el uso del fotomontaje, una de las técnicas más recurridas en la difusión del conflicto bélico europeo.

Izquierda: diseño de Marcial Lema para una cubierta de la revista *Hoy*, 1939. Es muy probable que Lema haya tenido algún tipo de conocimiento de los trabajos realizados por los constructivistas soviéticos y la propaganda gráfica aliada (o del Tercer Reich). Esta herencia del cartelismo y la prensa europea del período también la podemos encontrar en el diseño de gruesos caracteres para los títulos de la revista. Dichos ejemplos se sitúan en un punto intermedio entre el alfabeto Futura del alemán Paul Renner, y el diseño de letras de plantilla, tan característico de la época.

Derecha: portada de la revista *En Viaje*, publicación del área propaganda y turismo de los Ferrocarriles del Estado de Chile, diseñada por Luis Troncoso Ossandón.



Imagen diseñada por Georges Sauré para la promoción de productos chilenos, 1932.



Izquierda: portada diseñada por Germán Sepúlveda para los Ferrocarriles del Estado de Chile. Esta empresa, pionera en la implementación de una estrategia de comunicación integral en el país, agrupó a un importante contingente de cartelistas, ilustradores y pintores, algunos de ellos egresados de la Escuela de Artes Aplicadas.

Derecha: folleto promocional para la Primera Exposición del Cartel, diseñado en 1944 por Luis Troncoso Ossandón.



estrictamente publicitario y trajo consigo numerosos encargos para reproducir obras pictóricas de destacados artistas plásticos como Delia del Carril, José Venturelli, Mario Carreño y Nemesio Antúnez, entre otros.

Tendencias del cartelismo en Chile

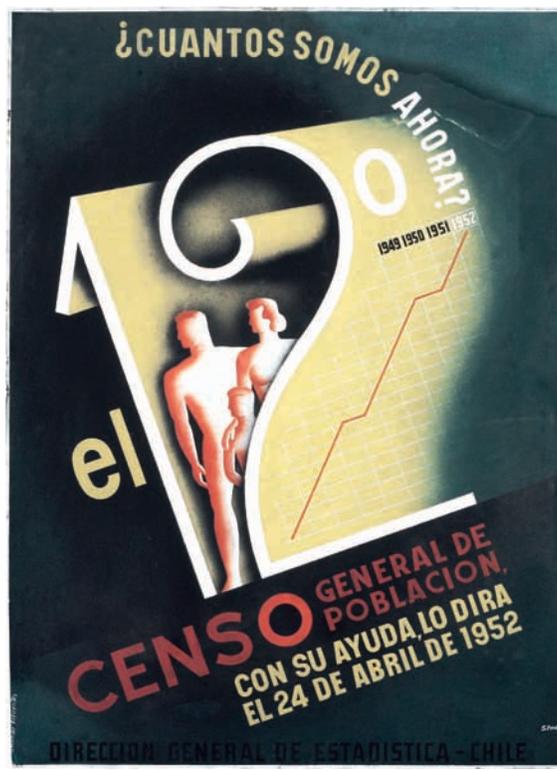
Una de las principales dificultades para los artistas gráficos de la época fue el no estar agrupados en algún tipo de gremio, a diferencia de los trabajadores de la industria gráfica que contaron con la protección y el respaldo de la Federación de Obreros de la Imprenta de Chile, al tiempo que los dueños de talleres se agruparon en torno a la Asociación de Impresores de Chile. Ante ello, un grupo de cartelistas nacionales y algunos extranjeros residentes en el país decidieron crear en 1942 una institución que los agrupara, organizara y defendiera. El 30 de octubre de 1944 se inauguró la Primera Exposición del Cartel llevada a cabo por la Unión de Cartelistas de Chile. Camilo Mori ocupó el cargo de Presidente de la agrupación y se encargó el diseño del logotipo a Luis Troncoso Ossandón. Los participantes de esta primera exhibición fueron Julio Bórquez, Eladio Cornejo, Fernando Ibarra, Julio Cortés, Olga Chaín, Santiago Nattino, Luis Oviedo, Herta Brüggén, Carlos Sagredo, Camilo Mori, Osvaldo Salas, Berta Crestá, Isaías Cabezón, José María Palacios, Edmundo Cifuentes y Luis Troncoso. A este grupo se fueron sumando otros nombres como los de Samuel

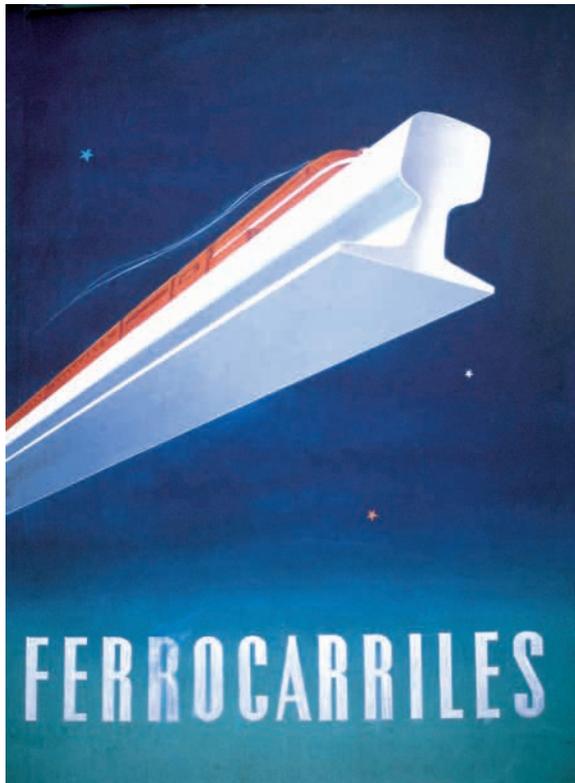
Mushkin, Lupercio Arancibia, Alberto Reyes Mozó y algunos emigrados de Europa como Kitty Goldmann y Giulio di Girolamo. Este conglomerado de afichistas expositores había proyectado la realización de salones anuales, un boletín técnico y, para 1945, una gran exposición retrospectiva del cartel chileno. Lamentablemente, ninguno de estos proyectos llegó a concretarse.

En el plano temático, los cartelistas nacionales se apropiaron de algunos de los elementos técnicos propulsados por el realismo, la abstracción, el cubismo, y sobre todo, la influencia nipona, caracterizada por la yuxtaposición de colores y el contraste de tonos. Según Antonio Romera, "dentro de tal comunidad de influencias, cada uno de ellos —se trate de Luis Oviedo, Osvaldo Salas, Camilo Mori o Francisco Otta—, supo conservar su manera personal y su estilo sin olvidar la evolución que este arte venía marcando desde Toulouse-Lautrec hasta Josep Renau"¹. Algunos cartelistas se agruparon en pequeños talleres de propaganda, mientras otros recibieron encargos particulares de empresas interesadas en difundir sus productos a través del afiche. De este período merecen destacarse los carteles que Francisco Otta hizo para Shell y algunas marcas de pisco chileno. Mori diseñó afiches para El Mercurio, Bayer y diversos tipos de campañas de promoción. Kitty Goldmann trajo consigo la formación de la escuela vienesa y su obra abordó diversas temáticas: desde campañas de apoyo a la causa aliada hasta carteles para publicitar productos farmacéuticos como Aliviol.



Arriba, izquierda: afiche diseñado por Julio Bórquez para una campaña de alfabetización, 1944. Arriba, derecha: cartel diseñado en 1940 por el pintor checo Francisco Otta. Ese mismo año se radicó en nuestro país y en 1950 se le otorgó la ciudadanía chilena. A su labor docente y cultural se debe agregar la publicación de los libros *Los alfabetos del mundo* y *Simbología gráfica*, entre otros. Abajo, izquierda: afiche diseñado por Santiago Nattino, 1950. Abajo, derecha: cartel de Edmundo Cifuentes para el Censo de 1952.

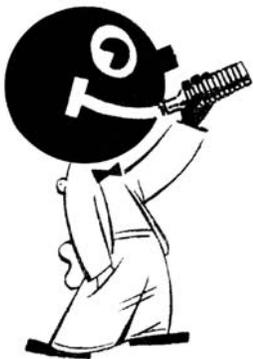




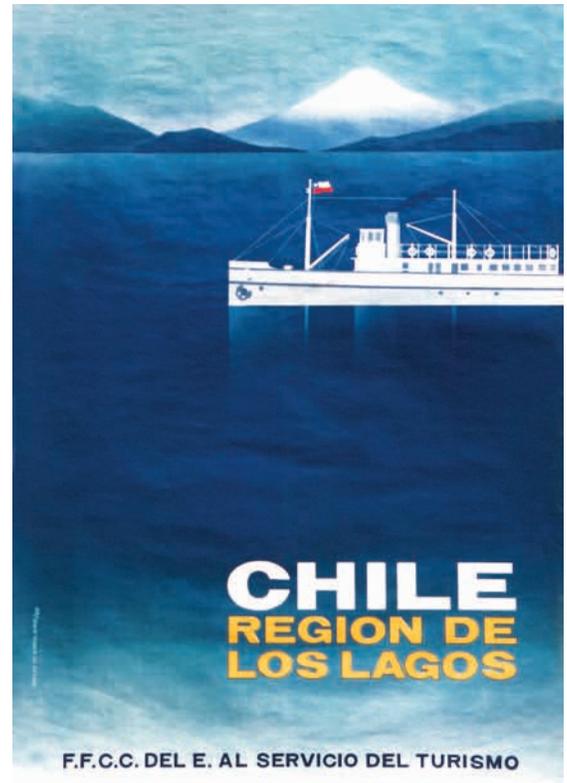
Afiches diseñados por Luis Oviedo y Giulio di Girolamo. Finales década del 40.

Giulio di Girolamo también diseñó algunos carteles, tanto en Italia como en Chile. El contacto con la cultura clásica y las vanguardias artísticas que trajo de Europa, aportó una mirada distinta a su ámbito de producción.

La década del 40 fue una etapa fecunda en cuanto a la producción de carteles, y los tópicos abordados fueron muy variados: turismo, exposiciones, congresos, productos de consumo, fiestas, campañas de alfabetización, salud, deportes, etc. Se generó una visión más comercial y menos romántica de la producción industrial, apoyada en la simplificación de la imagen con un sesgo más popular e inclusivista. Ello remite a la diferenciación de campo que empezaba a establecer el grafismo respecto al arte, aunque sin hablar todavía de diseño gráfico en forma explícita o consciente. Dentro de las redefiniciones que dieron lugar a la institucionalización de esta actividad en Chile, será relevante el enfoque que propone el tipógrafo polaco Mauricio Amster, quien abordará su trabajo eludiendo toda pretensión artística. Otro factor importante para la separación de mundos entre el ámbito artístico y el diseño gráfico será el protagonismo adquirido con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial por los dibujantes publicitarios. Ellos, en su mayoría, fueron grafistas formados en el circuito de las editoriales e imprentas, ajenos a la necesidad de algún tipo de validación o reconocimiento en áreas afines a las Bellas Artes.



Crushito fue la imagen símbolo para la difusión en el país de una bebida gaseosa internacional, a partir de 1949.



A diferencia de los egresados de Artes Aplicadas, el personal de estas agencias manejó criterios de redacción publicitaria y conoció de manera más directa la reproducción técnica, como fue el caso del alemán Günter Rausch, uno de los socios fundadores de la agencia Storandt Publicidad.

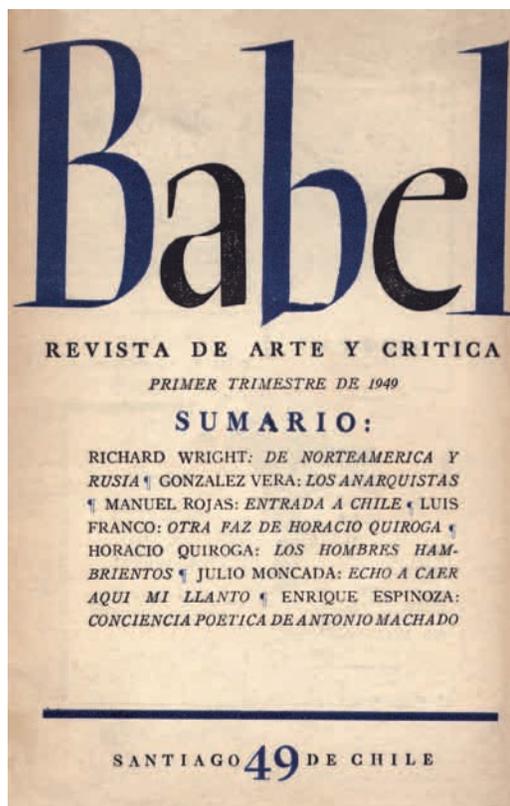
Otra de las novedades técnicas de este período fue la importación de los primeros aerógrafos traídos desde Alemania. Algunos cartelistas como Fernando Ibarra, Julio Bórquez y Luis Troncoso Ossandón recurrieron a esta herramienta con frecuencia, obteniendo transiciones muy sutiles que otorgaban a sus afiches efectos más realistas y volumétricos. El empleo de dicha técnica se extendió a algunos especialistas del medio publicitario, transformándose en una herramienta muy requerida entre los escasos ilustradores y aficionados al diseño de afiches y portadas de revistas. Es probable que algunos de ellos hayan conocido el trabajo de los artistas gráficos rusos emigrados a Europa, del alemán Philip Zec o del mismo Herbert Bayer, quienes ya venían utilizando el aerógrafo desde hacía varios años.

Nuevas proyecciones para el medio editorial

La edición de libros y revistas tuvo en las iniciativas particulares y proyectos de largo aliento una plataforma que permitió un interesante desarrollo de

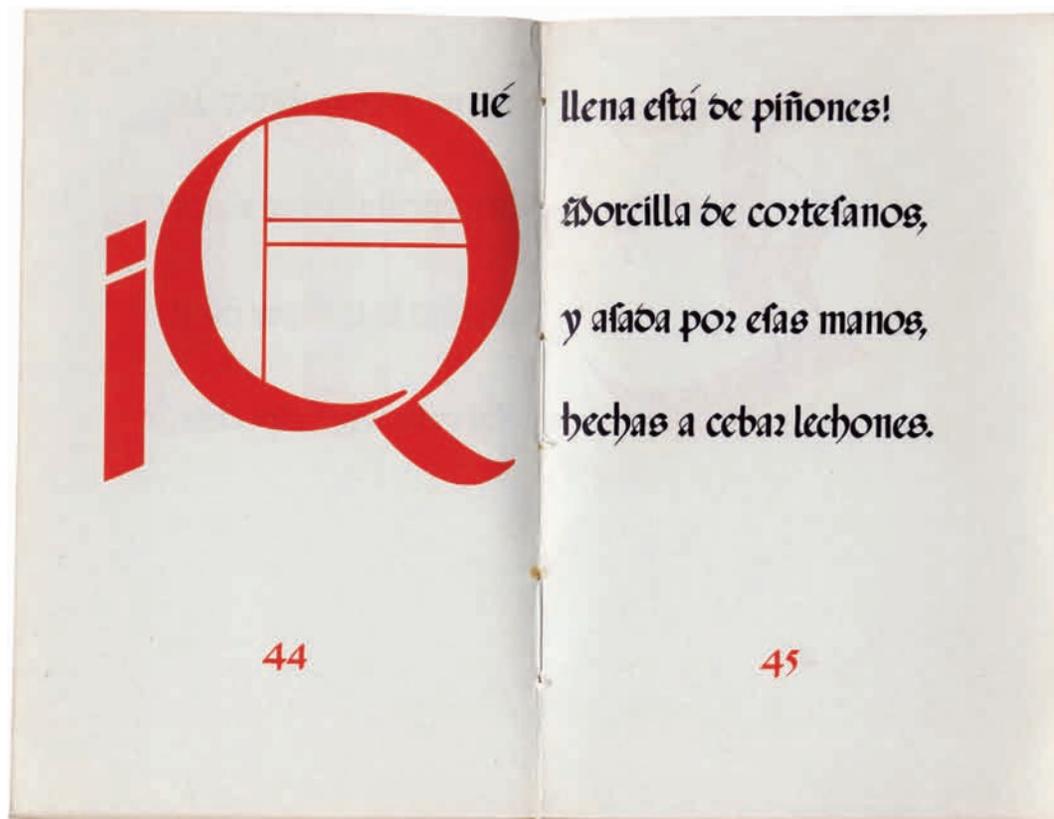
dicha área en el país. A las casas editoriales surgidas en la década anterior (Cultura, Ercilla, Lux, Nueva Época, Osiris, Pax, Splendor, entre otras), se sumaron dos nuevas y muy influyentes: Editorial del Pacífico y Editorial Universitaria. Por otro lado, el arribo de los exiliados españoles tras el término de la Guerra Civil en 1939 significó un impulso modernizador de vital importancia para el diseño gráfico, y también para otras disciplinas afines como la pintura, la decoración y la literatura. Algunos profesionales destacados dentro de este contingente renovador fueron el tipógrafo y diagramador Mauricio Amster, Joaquín Almendros, creador de la Editorial Orbe, Santiago Ontañón, escenógrafo y diseñador de la revista *Luna*, confeccionada manualmente por un grupo de refugiados de la Embajada Chilena en España, y Arturo Soria, director de la Editorial Cruz del Sur. Precisamente, la edición de libros bajo el alero de Cruz del Sur significó un claro ejemplo de la integración peninsular en Chile. Esta casa editora se constituyó en un novedoso modelo de producción a través de sus catorce colecciones, cuyo refinamiento tipográfico se debió en gran medida al aporte de Amster.

Amster, figura indiscutible de la renovación tipográfica en Chile, fue asesor permanente de varias editoriales durante un período que abarcó cuatro décadas. Con estudios de Artes Gráficas en la ciudad de Leipzig, trabajó como director de arte en



Portada de revista *Babel*, diseñada por Mauricio Amster en 1948. En España existieron figuras como Amster o Mariano Rawicz, quienes inicialmente manejaron la tipografía en la dirección marcada por la editorial dadá Malikól. Esta opción por la gráfica estuvo ligada a profesionales que militaron en la izquierda, y coincide con las inquietudes de los artistas ligados a movimientos de la vanguardia europea, como el constructivismo ruso. Otra dirección que tomó el diseño editorial fue la del racionalismo, patente en publicaciones como *Babel*, que apostaron por el rigor tipográfico y la simplicidad del diseño.

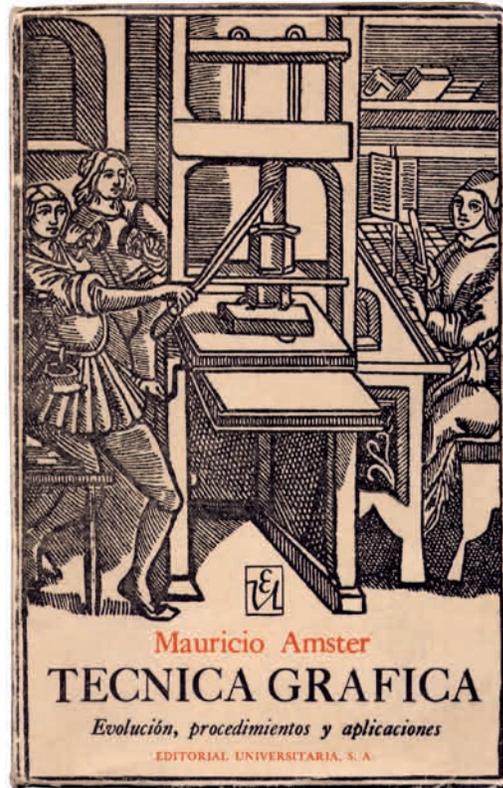
Abajo: doble página del libro *La Cena Jocosa*, diseñado y caligráficoado por Mauricio Amster, 1976.



Diseño de símbolo para la Sociedad Unión de los Tipógrafos, realizado por Mauricio Amster, 1946.

Derecha: *Técnica Gráfica*, libro escrito por Mauricio Amster que fue publicado en 1954. La portada corresponde a una reedición de 1967. Amster también publicó otro manual titulado *Normas de Composición: Guía para Autores, Editores, Correctores y Tipógrafos*, que también tuvo amplia repercusión en el circuito editorial y el medio gráfico chileno.

Abajo: sello distintivo de la editorial Cruz del Sur.



Cubierta de libro diseñada por Mauricio Amster en 1967.

la Editorial Zig-Zag y a mediados de la década del 40 diseñó la Biblioteca Zig-Zag, que destacó por sus tapas rojas, verdes, anaranjadas y ocre² y un riguroso uso del recuadro y la línea. Durante esos años su labor tipográfica encaminó los rumbos de la edición chilena, atravesando los principales centros de producción de libros: Babel, Editorial Cruz del Sur, P. E. C., Nascimento y Editorial Universitaria, donde mostró una especial preocupación por el rescate de elementos de nuestra particular iconografía, proyectando colecciones de libros de diversos formatos cuyas primeras ediciones fueron a menudo numeradas.

A diferencia de los editores y grafistas del período, Amster tuvo un avanzado conocimiento de las fuentes tipográficas y linotipias con las que operó. Su desapego a las modas y una clara inclinación por lo clásico lo acercaron a la tradición original del libro, viendo en este medio impreso un instrumento de placer visual, concebido como una unidad armónica basada en la composición con caracteres tipográficos. Al revisar parte de los trabajos en los que se involucró, no deja de llamar la atención el hecho de que se negara sistemáticamente a usar más de dos caracteres o familias tipográficas en un mismo proyecto, siendo los tipos de fundición Baskerville, Bodoni y Bookman los más recurrentes en su obra. Cuando la fotocomposición se estableció en el medio gráfico chileno hacia los años 70, la fuente

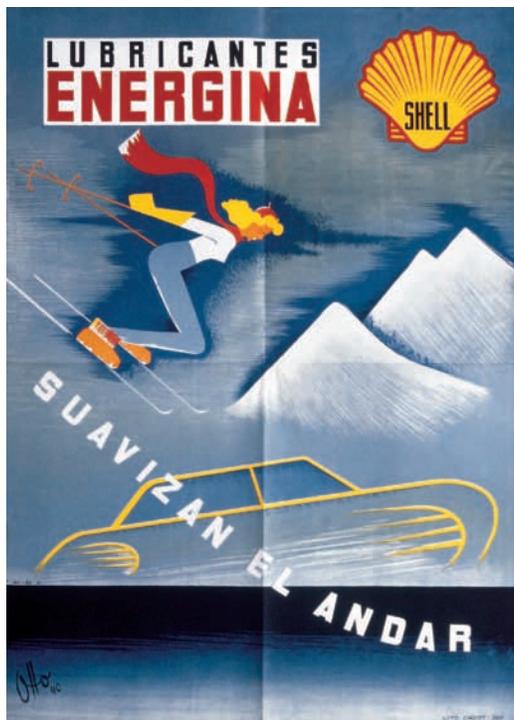
tipográfica Garamond fue una de las más utilizadas en los proyectos que tuvo a su cargo.

Su trabajo como calígrafo quedó plasmado en algunas bellas ediciones de epístolas, sermones y romances, donde en alguna medida se insinúa que ciertos textos son inseparables de su escritura original. Amster publicó también el manual *Técnica Gráfica*, libro de capacitación para tipógrafos que tuvo una aceptable difusión dentro del circuito editorial, y otro titulado *Normas de Composición: Guía para Autores, Editores, Correctores y Tipógrafos*, este último en 1969. Curiosamente, su primer trabajo gráfico para el medio chileno lo ejecutó antes de embarcarse en el Winnipeg. Se trató del folleto *Chile os acoge*, distribuido a los pasajeros de dicha embarcación por Pablo Neruda, con quien volverá a trabajar algunos años después diseñando los libros *Arte de Pájaros* y *Fulgur y Muerte de Joaquín Murieta*, entre otros. Tampoco se puede dejar de mencionar su dirección de arte para el *Resumen de la Historia de Chile*, de Francisco Antonio Encina y Leopoldo Castedo, proyecto de gran envergadura. En tal sentido, su producción más influyente, pionera del diseño editorial chileno de las décadas del 40 y 50, lo emparenta con el rigor formal de un amanuense o el trabajo de estudiosos de la tipografía como Aldo Manuzio. Al respecto, es significativo recordar el colofón de muchos libros impresos en Chile donde se indica que "proyectó la edición Mauricio Amster".

Las agencias transnacionales y el diseño de marcas

Una vez concluida la Segunda Guerra Mundial, irrumpieron dos grandes agencias estadounidenses en el país: J. Walter Thompson y Mc Cann Erickson. Su llegada marcó una nueva etapa en el desarrollo de la gráfica publicitaria chilena, ya que el arribo de profesionales extranjeros con experiencia en mercados más grandes y competitivos, obligó a las agencias nacionales a mejorar las estrategias de comunicación y proyectar campañas más claras y coherentes. Al respecto, es importante mencionar que en dicho período se publicaron avisos mal resueltos y sin ninguna continuidad de "layout", aunque se tratara de la publicidad de una misma marca. Agencias nacionales como Publicitas tuvieron que adaptarse a la nueva competencia, situación que debilitó la fisonomía de la propaganda local que, con un poco más de tiempo y especialización, pudo haber adquirido rasgos más particulares. Si en la primera mitad del siglo XX la figura del artista gráfico o el cartelista había tenido un importante protagonismo, el mundo de las agencias dará una nueva preponderancia al dibujante publicitario.

La necesidad de ofrecer resultados a corto plazo obligó a los profesionales del medio local a utilizar métodos ya conocidos en otros mercados y de efectividad comprobada. La famosa frase "no seas vanguardista" acuñada por Leo Burnett, fundador de otra conocida multinacional, nos entrega otro



Arriba: el mercado publicitario argentino se erigió en un importante referente para el medio nacional debido a su mayor nivel de desarrollo. La propaganda de las tabletas Geniol fue importada desde el país vecino a comienzos de los años 40, alcanzando una amplia difusión e impacto entre los consumidores chilenos de la época. Esto último, sumado a la irrupción de las agencias de publicidad estadounidenses, obligó a las oficinas locales a mejorar sus estrategias de comunicación.

Abajo, izquierda: afiche diseñado por Francisco Otta, 1940.

dato respecto a la aparente revolución formal de la publicidad, la cual debió enmarcarse dentro del uso de lenguajes y códigos de aceptación masiva. Chile no fue la excepción, tomando en cuenta que muchas de las grandes empresas internacionales que al principio sólo exportaban sus productos a nuestro país, comenzaron a instalarse con el firme propósito de satisfacer las crecientes demandas del mercado local. Pese a ello se generaron campañas que obtuvieron un alto impacto, como la de tabletas Geniol, importada desde Argentina, y la del calmante Aliviol, ilustrada por el caricaturista René Ríos (Pepo).

La llegada de nuevos productos del exterior y la progresiva instalación de agencias de publicidad estadounidenses o argentinas generaron una coexistencia de marcas y diseños nacionales y extranjeros. Los logotipos e isotipos de facturación local, todavía anclados en un plano semiprofesional, conservaron la falta de rigor de sus antecesores. Sin embargo, en algunos de ellos podemos encontrar un acercamiento comercial que buscó extrapolar algunos elementos de nuestra iconografía con los estilos de representación de las marcas internacionales. Una marca de bebida (Bidú) utilizó un huaso montado sobre un caballo, y otra de coñac, una bandera chilena



Marcas de la Compañía de Cervecerías Unidas y fabricante de muebles de oficina y hogar, vigentes en la década de 1940.



Grabado que apareció por primera vez en la portada del *Canto General* de Pablo Neruda, editado en México en 1950. Esta imagen distintiva del poeta chileno fue diseñada por el pintor y tipógrafo español Miguel Prieto.

flameando como signo de identificación. Al respecto, es importante señalar que la figura arquetípica del "huaso chileno" fue utilizada en diversos sectores afines a la práctica del diseño gráfico: ilustraciones para portadas de revistas, marcas comerciales, etiquetas y afiches publicitarios.

La falta de medios informativos y una escasa profesionalización del grafismo, motivaron el uso sistemático de ciertos íconos de dominio público como la estrella, reutilizada cual marca distintiva en todo tipo de mercados y productos. Algunas empresas chilenas con más tradición y arraigo tuvieron que competir con el creciente aumento de las importaciones, hecho que gatilló el desarrollo de estrategias comunicacionales más fuertes que modificaron su imagen de identidad primigenia. Algunas de ellas (CIC, CCU, COPEC, Falabella, MADEMSA, TORRE), fueron readaptando sus diseños originales, para dejar de lado la ilustración y encaminarse hacia una mayor síntesis visual.

En 1950 apareció por primera vez el grabado del astrolabio de Pablo Neruda en la portada del *Canto General*, editado en México en 1950, y que con el paso de los años se transformó en la marca distintiva del Premio Nobel chileno. Esta imagen, que acusa una clara influencia de la xilografía popular mexicana, fue diseñada por el pintor y tipógrafo español

Miguel Prieto, quien remeció la producción del diseño editorial en el país azteca, en forma semejante a lo realizado por Mauricio Amster en Chile.

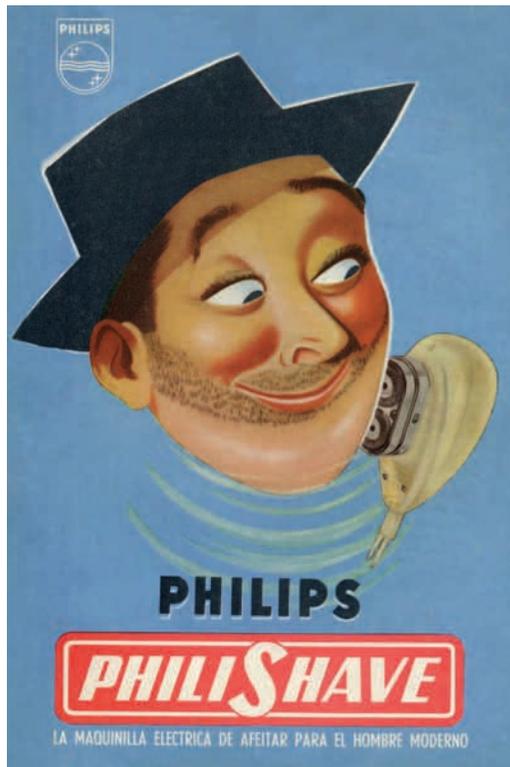
El panorama mundial con relación al diseño gráfico, una vez concluida la Segunda Guerra Mundial, trajo consigo el establecimiento de tres grandes focos de influencia: las grandes agencias de publicidad estadounidenses, el enfoque teórico de la Bauhaus y los aportes de algunos cartelistas y diseñadores europeos. El ascendente paradigma estadounidense, que ofrecía las bondades de un país con cartel de nación pragmática y poderosa, se erigió como nuevo referente del mundo occidental en medio de una Europa en proceso de reconstrucción. Por otra parte, el Viejo Continente ofrecía una tendencia más sofisticada y académica, mientras Estados Unidos resultaba más apropiado por su proximidad con el mundo popular y una tendencia a la experimentación en áreas potencialmente más comerciales. La llegada de un importante grupo de artistas y diseñadores europeos a Estados Unidos (Ben Shahn, Raymond Loewy, Josef Albers y Herbert Bayer, entre otros), sumada a un contexto que dio amplia tribuna a la publicidad en razón del consumo masivo, provocaron la renovación de las técnicas gráficas en la industria de la impresión y el campo editorial, transformando definitivamente al país del norte en potencia mundial del diseño gráfico.



Arriba: aviso publicado en 1945 para marca de coñac.

Izquierda: aviso para promoción de máquina afeitadora publicado a mediados de los años 50.

Derecha: imágenes distintivas para compañía de electricidad y marca de bebida, años 40. Ambos ejemplos reflejan una clara tendencia a la figuración antropomorfa, característica en las marcas del período.




Chilectra

Bidú

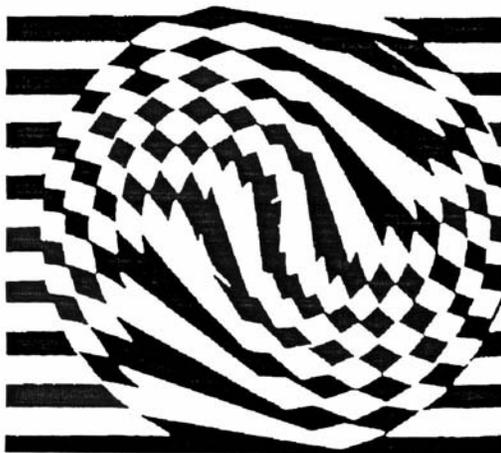


Primeras nociones de diseño y “letrística” en el medio nacional

Si bien en Chile el enfoque metodológico de la Bauhaus no tuvo una mayor acogida durante el período, se produjeron algunos hechos particulares que preludivieron la influencia que éste tendría en un sector de la educación algunos años más tarde.

Las acciones de difusión y extensión que se implementaron desde la Universidad de Chile permitieron conectar a la comunidad con la cultura artística, ejerciendo un fuerte influjo en el medio. Por otra parte, la Pontificia Universidad Católica de Chile —que no poseía unidades artísticas de importancia— y a través de Sergio Larraín, decano de la Facultad de Arquitectura, concretó en 1953 la visita de Josef Albers, ex académico de la Bauhaus. Por aquel entonces, Albers se desempeñaba como profesor de diseño en el Black Mountain College, de Carolina del Norte. El arquitecto Alberto Piwonka, profesor de diseño básico en la Facultad de Arquitectura, recuerda que los métodos de enseñanza que Albers desarrolló en la Bauhaus aparecieron en los primeros contactos con los alumnos. Al respecto señala: “La observación de las propiedades de los materiales y el estudio de las formas y colores constituyeron las herramientas básicas del trabajo”³.

El rigor formal, la metodología y las sistemáticas investigaciones sobre el color fueron la herencia que



Trabajo desarrollado para el curso de plástica del profesor Josef Albers, 1952.

Piwonka recogió en las ayudantías de los cursos de Diseño Básico dictados por Albers en nuestro país. Algunos años después, Piwonka y Albers, entonces director del Departamento de Arte de la Universidad de Yale, participaron en la elaboración de un programa de estudios semejante al de dicha escuela estadounidense, destinado a ser el soporte de una Escuela de Arte en la Universidad Católica, la que comenzó a funcionar a partir de 1959. Ocho años después se organizó un Taller de Diseño, el cual incluyó un ramo dedicado al Diseño Gráfico y que se constituyó en una especialidad más de la Escuela de Arte, incorporándose posteriormente a la Facultad de Arquitectura. Aquella venida de Albers y el posterior desempeño de Piwonka como profesor del Taller Preliminar, guardan estrecha relación con el peso que dentro de la enseñanza del diseño en Chile tendrá la Bauhaus como modelo disciplinar.

Mientras Alberto Piwonka hablaba de “diseño” a principios de los años 50 y un grupo de pintores y arquitectos como Sergio Larraín, Mario Carreño, Eduardo Vilches y Mario Valdivieso recogían el legado de Weimar y Dessau, nuevas generaciones de alumnos salidos de la Escuela de Artes Aplicadas recibían el influjo local, deudor del cartelismo, el grabado y la pintura de las décadas precedentes. En un período en el que todavía se confundían las artes gráficas con el diseño gráfico, la carencia de medios era un problema con el que los artistas gráficos tenían que lidiar a menudo, si consideramos que un aspecto como la elección de las fuentes tipográficas todavía se efectuaba en las imprentas o se obtenía recortando letras de diarios y revistas.

La “letrística”, como se llamaba por aquel entonces al estudio de la tipografía, fue un tema cuya discusión teórico-práctica estuvo fuera de los márgenes delineados por las prácticas afines al diseño. Si bien existieron algunas fundiciones de tipos en el país,



Aviso diseñado por Oscar Fonck, 1955.



Anuncio de Kitty Goldman para industria de productos de oficina, 1958.



Izquierda: aviso publicitario de Medias Laban, 1957. Derecha: envase y logotipo de detergente Klenzo. Década del 50.



Si el cóndor, la cordillera y la estrella han sido referentes ineludibles en la iconografía local, la tendencia a las formas antropomorfas y la representación de animales ha generado una tradición en nuestra heterogénea impronta visual. Así lo demuestran, en la década de los 50, la imagen de Eva, la cocinera de caldos Witt, y la antigua marca de Laboratorios Chile.

el descuido tipográfico en las imprentas y el sector más emparentado con el cartelismo y la Escuela de Artes Aplicadas contrastó con la producción depurada de Mauricio Amster y el interés de Rafael Vega-Querat por contactarse con diseñadores estadounidenses y europeos. De formación autodidacta en la Editorial Zig-Zag, Vega-Querat instaló su propia oficina de diseño en forma independiente, siguiendo el estilo de los diseñadores gráficos internacionales de prestigio, quienes establecían sus propios estudios para constituir una alternativa al sector publicitario. Estas agencias buscaron desmarcarse de la tendencia común representada por el dibujo manual, para acercarse más a la utilización de la fotografía y sus múltiples posibilidades. Rafael Vega-Querat mantuvo vínculos con Mauricio Amster, Peter Sinclair y el tipógrafo Mariano Rawicz, y conoció además los principios básicos de la fotocomposición antes de que su uso se extendiese en el país y desplazara al "foto-lettering". Incluso, se dio tiempo para incursionar en áreas complementarias como la animación gráfica hacia los años 50, técnica sin precedentes en el Chile de aquel entonces. Para el diseñador Vicente Larrea, quien conoció la oficina de Vega-Querat cuando ésta se encontraba en su fase de declinación, el hecho de haber trabajado para compañías mineras estadounidenses como la Braden Copper Mining acercó a Vega-Querat a una orientación del diseño menos regionalista, estableciendo los límites y diferencias entre el artista y el comunicador. En tal sentido, ya

se vislumbraba en ciertos circuitos de comunicadores y sectores académicos, la concepción de un profesional especializado y formado dentro de la modernidad propulsada por los grandes centros de educación superior, en función de una creciente demanda generada desde las distintas agencias acreditadas como complementos de la relación producción-consumo.

A pesar de los cambios y avances que experimentó la industria gráfica durante los años 50, el público chileno valoró en forma desigual aquellos productos nacidos en ámbitos tradicionalmente asociados con el diseño gráfico. Los procesos de conceptualización de los mensajes visuales prácticamente no eran tomados en cuenta, dejando en entredicho la utilización de metodologías para la obtención de resultados de mejor calidad. Un ejemplo de esto lo puede graficar el descrédito que le trajo a Francisco Otta el incluir, entre una selección de pinturas para una exposición, una secuencia que mostraba los procesos de gestación de un afiche del boceto al original. La tradición maniqueísta de las Bellas Artes no contemplaba la inclusión de una pieza industrial en un espacio tradicionalmente destinado a la escultura y la pintura de caballete. En tal sentido, es importante mencionar que los vínculos, influencias y deudas que se venían extrapolando entre arte y diseño desde el Modernismo europeo, todavía no encontraban una relación armoniosa entre los medios de producción y sus potenciales destinatarios.



El modelo estadounidense en oposición al entorno social

El aumento potencial de la capacidad de consumo de la población, la evolución de algunas técnicas gráficas como la serigrafía y la renovación de maquinaria en algunas imprentas permitieron disminuir los costos de impresión y aumentar los tirajes acostumbrados. En el caso del afiche, se abrieron nuevas posibilidades y su enseñanza continuó, ahora en la Escuela de Bellas Artes, en los cursos dictados por Maruja Pinedo y Aída Poblete, quienes ocuparon la vacante dejada por Ana Cortés. De formación pictórica, Pinedo tuvo su particular visión de la función del afiche como medio transmisor de información: "De entre las muchas manifestaciones artísticas que enlazan las aspiraciones y preocupaciones del hombre, es el afiche el medio más eficaz de comunicación para despertar el interés, llevando a primer plano, ideas, sugerencias y productos que ayudan a enriquecer el espíritu y a embellecer la vida del ser humano"⁴. Durante los años 60, la artista desarrolló una serie de afiches que privilegiaron la ilustración, con un enfoque bastante alejado de la práctica publicitaria y más próximo al grabado, destacando el que realizó para la campaña presidencial de Eduardo Frei Montalva, en 1964.

En el campo de la ilustración publicitaria, los trabajos del período dan cuenta de una mentalidad comercial más pragmática y muy influenciada por el estilo estadounidense, que apeló reiteradamente al recurso de la imagen femenina como soporte y



complemento del slogan del producto. Este tipo de propuestas, articuladas por la interacción de una imagen central y un texto claro y conciso, eran la resultante de una forma de concebir el diseño gráfico como catalizador de los gustos del público a través de mensajes sencillos y de probada eficacia. Las agencias transnacionales supieron analizar la idiosincrasia y el comportamiento en los sectores de consumidores específicos, presentando los productos que iban apareciendo en el mercado de una manera más directa y convincente.

Las unidades académicas y universitarias tuvieron un mayor grado de acercamiento al legado clásico y las vanguardias europeas, lejos del efectismo comercial del modelo estadounidense. Las nuevas generaciones de alumnos salidos de la Escuela de Artes Aplicadas se insertarían paulatinamente en los mercados que ofrecía la actividad gráfica, mediante una búsqueda más personal y comprometida con el



Izquierda: este aviso, ilustrado por Lilly Gschwender en 1955, recoge la herencia formal de la gráfica estadounidense, haciendo además una cita a la historia de la pintura. "El Nacimiento de Venus", de Sandro Botticelli, se recontextualiza en esta imagen aerografiada donde el producto asume la función del elemento dinámico de la obra original.

Derecha: aviso para película costumbrista, 1952. La combinación de la fotografía con la ilustración, típica de la publicidad estadounidense, tuvo su contraparte en un sector del área editorial y publicitaria que retomó ciertos aspectos de nuestra propia idiosincrasia mediante la ilustración picaresca, desarrollada por revistas como *El Pingüino* y *Can Can*. En tal sentido, es importante mencionar que dichas publicaciones lograron esquivar las pautas establecidas desde el exterior por las revistas producidas en Estados Unidos y consumidas en Chile, generando propuestas de carácter más local.

Cabezales de las revistas *Ecran* y *Ercilla*, década del 50.

entorno social. De este período, podemos mencionar los trabajos de Domingo Baño, Waldo González, Santiago Nattino y Carlos Sagredo.

La ampliación del mercado y el avance de la publicidad, que brindó a los fotógrafos profesionales nuevas posibilidades fuera del marco estrictamente periodístico, permitió consolidar el trabajo de fotógrafos como Jorge Opazo, Alfonso Sutil y el polaco Bob Borowicz. Además, el período correspondiente a los años 50 vio nacer nuevas agencias: Publicidad Cóndor, Imprecira, Andes, Eastman y Publicidad Sur, entre otras.

Este período dio lugar a un nuevo género de comunicación masiva: la revista picaresca, que combinaba fotos de modelos extranjeras semidesnudas con vedettes nacionales⁵. Por otra parte, revistas de entretenimiento como *Ecran*, *Don Fausto* y *Okey*, que se venían publicando desde hacía varios años, gozaron de una importante difusión. Este tipo de publicaciones hicieron de la fotonovela un campo rentable, desarrollando una fórmula que encontró en la imagen nostálgica de la mujer despechada y el hombre fuerte, al estilo de las grandes viñetas del pintor Roy Lichtenstein, el imaginario propicio para los deseos y fantasías de los lectores de la época. La línea editorial y la presentación de estas revistas fue complementaria a un estilo publicitario que apeló constantemente al recurso emotivo y a la visualidad heredada del cine estadounidense clásico.



Portada de la revista *Don Fausto*, 1958. La imaginería de la fotonovela y el cómic estadounidense emparentan a esta publicación con los rasgos del kitsch. Dicha tendencia abarcó también otras áreas como el vestuario, la música y la decoración. En su elaboración predominaron ciertas combinaciones sin lógica aparente y un abanico estilístico bastante amplio.



De arriba hacia abajo: Almacenes París y Falabella, casas comerciales; Carozzi, compañía fabricante de fideos; Mejoral, calmante; Gasco, compañía distribuidora de gas. La caligrafía y el dibujo manual de caracteres sentaron un precedente en el diseño de marcas relacionadas con ciertos rubros, como el comercio y los fármacos. Estos ejemplos circularon en Chile durante la década del 50.

En cuanto al diseño de marcas, los resultados obtenidos en las primeras décadas, que apostaron por el desarrollo o "dibujo" de formas dirigidas a una asociación explícita o literal, dieron paso a una mayor abstracción que abandonó progresivamente la representación más realista. En algunos casos se suprimió la imagen, recayendo todo el peso asociativo en la vertiente lingüística, adquiriendo la forma mejor definida por "logotipo". Tal es el caso de los signos de identidad de COPEC, CAP y Costa, que resaltan por un grado de síntesis mayor que el común denominador de la época. Esta creciente preocupación por la gráfica de consumo se vio apoyada además por una esporádica organización de charlas enfocadas a temas como el diseño de envases y la presentación de productos.



BENEFICIARIO:
ROPERO
DEL
PUEBLO

Polla
la suerte termina 2 veces

6.000 MILLONES

ENTERO E°600
VIGESIMO E°30

19 DE DICIEMBRE DE 1971

Para mamá, para papá, para mi... la salud es hoy nuestro derecho.



Capítulo 8

🌀 El diseño como una forma de modernidad

Los años 60 y la era audiovisual

La década de los 60 encontró al país en un nuevo intento por implementar modificaciones estructurales en la economía, donde la Reforma Agraria y la chilenización del cobre tuvieron una especial importancia. Por otra parte, el fuerte desarrollo de la electrónica generó algunos cambios sustanciales en la industria gráfica, en especial para el medio editorial, donde se produjeron considerables innovaciones técnicas, como lo fueron las máquinas de escribir electromecánicas con almacenamiento y la fotocomposición.

El nacimiento de la televisión en Chile marcó un hito en la evolución de las comunicaciones sociales del país, a pesar del carácter experimental de las primeras transmisiones efectuadas entre 1959 y 1961 por la Corporación de Televisión de la Universidad Católica. Con motivo del Campeonato Mundial de Fútbol realizado en nuestro país en 1962, se hicieron las primeras emisiones extrauniversitarias y al año siguiente se incluyeron secciones publicitarias. Junto con el surgimiento de este nuevo medio, se produjo un considerable desarrollo en el mercado de las revistas, a pesar de que entre 1950 y 1970 gradualmente se deja de incorporar el libro a la cultura de masas. Por otra parte, los diarios remozaron sus antiguos formatos, adoptando el tabloide como el tamaño más común. A lo anterior se sumaron estudios de legibilidad de caracteres, los que tomaron en cuenta factores claves para la entrega de una información adecuada: cuerpos de letras, medidas de columnas y factores inherentes a la composición de textos como interletraje e interlineado.

En el contexto editorial, a partir de 1960 se gestaron los primeros proyectos de álbumes de figuras coleccionables en el país. En aquel entonces, dicho mercado contaba con una industria editorial importante en Europa, especialmente en España, Francia e Italia. El primer álbum se llamó *Zoológico* y fue lanzado por la imprenta Codarte. Poco después, y coincidiendo con el Campeonato Mundial de Fútbol de 1962, apareció *Caramelos Campeonato*. Durante las siguientes décadas continuó la seguidilla de álbumes coleccionables destacando la labor del dibujante catalán Luis Enrich Font quien, bajo el alero editorial de Muncicrom, concibió e ilustró una serie de álbumes didácticos como *Historia del Hombre*, *El Cuerpo Humano* y *Flora y Fauna*, que fueron distribuidos por Artecrom. En las décadas del 70 y 80 estas publicaciones se constituyeron en parte del imaginario de una generación, logrando un fuerte arraigo en el comercio popular donde todavía circulan como material de apoyo para tareas escolares.

En 1962, Litografía Marinetti introdujo en el país la primera máquina offset para imprimir a cuatro colores en forma simultánea, abriendo un nuevo campo de posibilidades a los artistas gráficos, quienes constantemente debieron lidiar con elevados costos de impresión y tirajes reducidos. A pesar de que las primeras máquinas offset habían sido traídas al país por Zig-Zag en la década del 30, la masificación de este sistema se hizo sentir con fuerza recién en los años 70, dejando caduco al antiguo sistema tipográfico. La famosa "ayuda imprentera", en la cual los impresores y personal de fotomecánica zanjaban algunos problemas de diseño (elección de tipografías, colores o diagramación) sin consultar al grafista,



Arriba: isotipo de Ecos, empresa de comunicaciones.

Izquierda: afiche realizado por Waldo González y Mario Quiroz.



ALUCA
arquitectura/urbanismo/construcción/arte



Cabezal de revista *Auca*, realizado en 1965 por José Messina y Francisco Moreno, pioneros en la instalación de agencias que ofrecieron servicios de diseño en Chile.



Izquierda: afiche realizado por Santiago Nattino, quien definió su quehacer como “diseño gráfico publicitario”. Este egresado de la Escuela de Artes Aplicadas derivó paulatinamente hacia una mayor abstracción, lo que puede verificarse en este cartel de 1955, donde aparecen ciertos aspectos que se consolidarán en la década siguiente en áreas como el mobiliario y la pintura. Derecha: portada de revista *Eva*, 1961. Esta pieza, diseñada por Vittorio di Girolamo, da una muestra de cómo la combinación entre imagen y texto desplazó a la ilustración en las publicaciones que circularon durante la segunda mitad del siglo XX.

fue disminuyendo a medida que se perfeccionaron las técnicas de impresión y pre prensa, con resultados que eran más cercanos al boceto o diseño original. A lo antes señalado, debe agregarse que la industria nacional del papel no fabricaba productos de calidad y los precios de los pliegos importados eran elevados.

Integración de la plástica de vanguardia a la producción editorial

A pesar de que el mercado de las revistas desplazó al del libro, en este período surgieron algunas tentativas interesantes llevadas a cabo por Editorial Lord Cochrane, que en forma esporádica produjo algunos libros-objeto. Esta innovación replanteó las formas de edición en el medio y con frecuencia integró a la industria con la plástica de vanguardia, obteniéndose novedosos resultados en términos de diseño e impresión. No olvidemos que en las décadas precedentes las portadas y diagramación de páginas

interiores eran en rigor elementos secundarios para un medio que veía en la edición sólo un servicio público, desprovisto de valor agregado.

A partir de 1962, los más destacados artistas plásticos nacionales tomaron parte en el *Calendario Cochrane* y en 1966, uno representativo de los signos zodiacales obtuvo el Primer Premio Internacional en la Bienal de Sao Paulo. Al respecto, Jorge Soto Veragua señala: “Poco después, la editorial llevó a cabo la espectacular edición de los ‘20 Poemas de Amor’ de Pablo Neruda, ilustrada por el pintor Mario Toral, estableciendo un nivel de calidad gráfica hasta el momento inédito en Chile”.

Sin embargo, fue en el sector de las revistas ilustradas donde los artistas gráficos tuvieron una mayor injerencia tanto en los procesos de diseño como en los de producción. Por aquel entonces Lord Cochrane lanzó algunos títulos como *Flash*, *Cine-Amor*, *Barrabases* y, poco después, *Paula*, *Ritmo* y *Mampato*. Lamentablemente, y como ocurrió con muchas

abastible

Opaline

Chilectra

Estas marcas, que circularon desde los años 60, buscaron una mayor aproximación a la simplicidad de los logotipos modernos, bajo distintos enfoques. En el caso de *Abastible*, todavía prevalece el parentesco con la ilustración gráfica característica de las décadas precedentes.



Marca diseñada por Santiago Mattino para empresa distribuidora de productos del mar.

de las revistas editadas por Zig-Zag, éstas fueron manejadas con un criterio estrictamente comercial, mientras que en la producción de libros, de menor volumen, hubo mayor libertad en el diseño de las colecciones. En relación a esto último, es importante considerar que el período dio lugar a una creciente importación de libros y revistas cuyos diseños venían claramente delineados desde el exterior. La estrategia comercial que actualmente conocemos como marketing ya comenzaba a esbozarse formalmente en aquella época, pero lejos de la especialización y tecnificación actual.

Orientaciones del cartel en el período

Al iniciarse la década de los 60, la producción de afiches no trajo consigo grandes novedades, sino más bien una continuidad estilística respecto a los años 50. Un ejemplo sintomático de ello es el afiche que se realizó para el Campeonato Mundial de Fútbol. Un trabajo demasiado sobrio, si lo comparamos con sus antecesores, en el que no se advierte algún tipo de juego o propuesta formal, ubicando sencillamente un balón de fútbol sobre un globo terráqueo.

Una buena parte del impulso dado al cartelismo fueron los concursos organizados para la Feria Internacional de Santiago (FISA), que reunieron a un sector importante de diseñadores profesionales

y autodidactas, quienes además dispusieron de un espacio abierto para el montaje de exposiciones, rubro que fuera iniciado por Luis Oviedo y algunas pequeñas empresas de comunicaciones como las de José Messina y Alfonso Luco. En relación al propio Messina, es importante señalar que junto a Francisco Moreno realizaron una interesante serie de afiches impresos en serigrafía para el Instituto de Teatro de la Universidad de Chile, y en 1963, formaron la primera agencia de diseño propiamente tal en el medio nacional: Messina y Moreno.

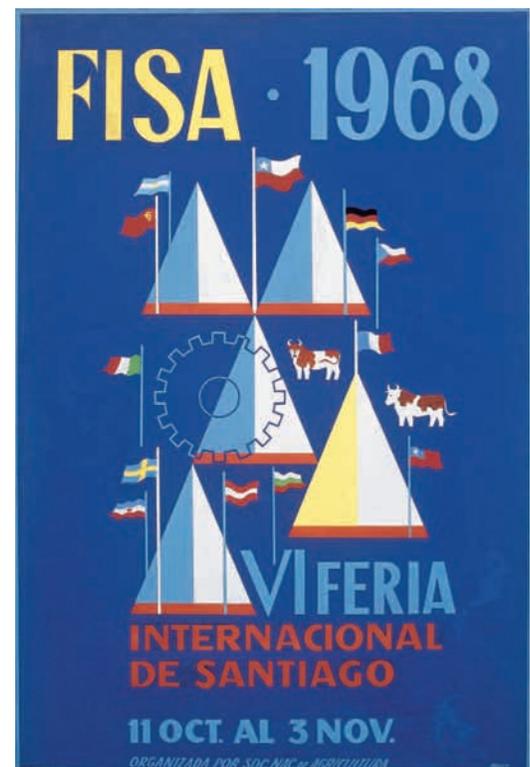
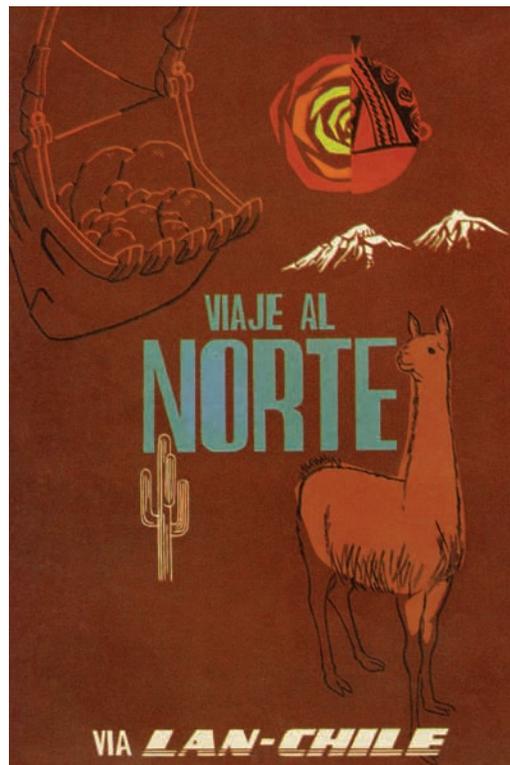
En una sociedad donde el uso de los “blue jeans”, otro invento estadounidense, era considerado casi una provocación, todavía no estaban dadas las condiciones para una mayor apertura a nuevas tendencias o enfoques estilísticos más vanguardistas, lo que sí pudo acontecer hacia la segunda mitad de la década. Respecto a la posición conservadora de la sociedad chilena en el período, vale citar un artículo publicado en *Zig-Zag* el año 1961 que hace referencia a la nueva actitud juvenil: “Por ahí los vimos bailando con pantalones ajustados, los vulgares “blue-jeans”, camisas sueltas y cabezas despeinadas... Da pena verlos. Se creen con personalidad. Les parece que interpretan el papel de una película americana...”².

A pesar de que en este período Estados Unidos perdió el liderazgo en el escenario internacional del diseño, el muralismo de ascendencia mexicana

Izquierda: aviso para promoción de línea aérea publicado en 1963.

Derecha: cartel promocional para la Feria Internacional de Santiago diseñado por Edmundo Cifuentes, 1968.

Ambas piezas representan una proyección de la ilustratividad característica en el grafismo comercial chileno de la primera mitad del XX.



tampoco logró cuajar en el ámbito gráfico local de estos primeros años, debido a la irrupción de las universidades chilenas como entidades organizadoras del campo cultural y a una emergente hegemonía de las prácticas artísticas que comenzaban a tomar cuerpo como agentes de modernidad³. Recién en 1963 se había pintado uno de los primeros murales de propaganda política en Valparaíso, iniciando una modalidad de expresión gráfica y popular que alcanzó su auge sólo en los primeros años 70, con un fuerte impacto político-cultural.

Los nuevos lenguajes del diseño gráfico

Poco antes de la reforma de 1968, la Escuela de Artes Aplicadas entró en una etapa de declive, caracterizada por un entrampamiento en los conceptos de la plástica orientada hacia sus aplicaciones industriales, mientras que en otros países como Argentina, Brasil y Cuba se estaba dando paso a los lenguajes del diseño gráfico e industrial. De hecho, el mismo Ventura Galván, arquitecto que dirigió el establecimiento por varios años, había detectado claros signos de estancamiento en la enseñanza y los procedimientos de la vieja escuela. No en vano el propio Galván, al dejar Artes Aplicadas, asumió como Decano en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, desde donde contribuyó a impulsar la carrera de diseño.

A esta generación pertenecieron los diseñadores Vicente Larrea, José Messina, Francisco Moreno, Eduardo de la Barra y Jorge Lillo, entre otros. A juicio de este último, en aquellos años “el concepto de Diseñador Gráfico no era conocido en la Universidad y menos aún en el medio publicitario”⁴.

Muchas de las “escuelas” seguían siendo las grandes editoriales como Zig-Zag, donde diariamente se diseñaban títulos y textos para diferentes artículos, en un contexto donde la letra transferible todavía no era utilizada en el medio profesional. En muchas ocasiones, los diagramadores y grafistas sólo tuvieron como referencia escasas letras recortadas de alguna publicación estadounidense o europea; a partir de ello debieron diseñar frases o abecedarios casi en su totalidad, buscando mantener una cercanía con los tipos originales o haciendo modificaciones a éstos. Carlos Zúñiga fue uno de los tantos diseñadores autodidactas de esta generación que, saliendo de una educación secundaria artística, se formó trabajando en el medio gráfico y publicitario. Esto le permitió realizar “alrededor de 4.000 títulos de diferentes artículos”⁵ de publicaciones salidas de la Editorial Lord Cochrane como *Paula* y *Ritmo*.



Izquierda, arriba: marca de la empresa Cemento Polpaico, diseñada por Velox Publicidad en el año 1967.

Izquierda, centro: cabezal de revista *Ritmo*. realizado por Alberto Vivanco, 1966.

Izquierda, abajo: marca para la Polla Chilena de Beneficencia, que guarda una gran similitud con los encabezados de revistas picarescas como *Pobre Diablo*, cuyas cubiertas fueron diseñadas por René Ríos (Pepo), quien además trabajó en campañas de avisos publicitarios para la Polla.

Abajo: doble página de revista para jóvenes *Ritmo*, 1968.





La influencia de la ilustración publicitaria se dio con fuerza en los años 50 y 60, tanto en los mercados de revistas como en las agencias de publicidad, generando algunas marcas que a través de su inserción masiva en los medios, lograron posicionarse en la mente del consumidor de la época. Los ejemplos de arriba, corresponden a Yoghurt Yely, Confites Calaf y Pinturas Montana.

Dentro de su ámbito, las agencias de publicidad iniciaron estudios de mercado y realizaron investigaciones que ayudaron a planificar el lanzamiento de nuevos productos, algunos de ellos bastante innovadores para los hábitos de consumo en el medio nacional. El público, que no estaba acostumbrado a más de dos o tres marcas por producto, conoció la aparición de nuevas variedades específicas, muchas de ellas consecuencia del nuevo concepto de “segmentación” para los diversos grupos objetivos.

A la par con el creciente desarrollo de una cultura de consumo en el país y el mundo, las marcas siguieron incorporándose a la vida cotidiana desde distintos soportes como etiquetas y envases, los que adoptaron en gran medida las formas y colores de las últimas tendencias internacionales, reflejando sólo en ocasiones un tamiz más local. En algunos casos, el diseño de isotipos y logotipos evolucionó hacia una mayor abstracción, con resultados donde predominó el tipo sans serif grueso y expandido. La creación de marcas más próximas a la ilustración, pero con un mayor grado de prolijidad que sus antecesoras,

permitió una amplia difusión de algunas de ellas, situándose en la memoria colectiva de consumidores de las más diversas edades. Tal nivel de pregnancia lo obtuvieron marcas como la de cemento Polpaico, diseñada por Velox Publicidad, la del yogurt Yely, el logotipo de la revista *Ritmo*, realizado por Alberto Vivanco y la conocida holandesa del pulidor doméstico o “chica del Klenzo”. Curiosamente, el alto nivel de exposición de algunos de estos íconos distintivos de productos motivó a un grupo de artistas visuales chilenos a reinterpretarlos con el fin de connotar significados ajenos a su función publicitaria original.

Por otra parte, los avances relacionados con la gráfica en movimiento tienen un precedente importante en el trabajo de Enrique Bustamante (Puma), diseñador formado en la Escuela de Artes Aplicadas. Estas tempranas animaciones locales fueron plasmadas por Bustamante en trabajos como el popular “Angelito” que daba inicio a las transmisiones de Canal 13. También cabe destacar aquí a “Tevito”, la mascota de Canal 7 que tuvo como complemento a su rutina una banda sonora compuesta por Víctor Jara.



Izquierda: imagen de identidad de Televisión Nacional de Chile, Canal 7, diseñada por Carlos González en 1969. Derecha: ilustración de “El Angelito”, personaje de animación gráfica realizado por Enrique Bustamante en 1973 para la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Canal 13.

Fundación de las primeras escuelas de diseño en Chile

Las postrimerías de los años 50 y el inicio de la década entrante, recogieron el sentido antiburgués de la juventud estadounidense y europea en algunos aspectos como el vestuario y la música. Irrumpió una brecha generacional que se sumó a estos signos externos de rebeldía y, durante la segunda mitad de los años 60, dichos síntomas se agudizaron pasando de la crítica al surgimiento de diversas propuestas.

A partir de 1967, época de cambios y de inquietud estudiantil, las facultades de arte de las universidades y la misma Escuela de Artes Aplicadas iniciaron una serie de reestructuraciones en sus programas, lo que trajo como consecuencia la fundación de las primeras escuelas de diseño universitarias en el país. La Universidad de Chile impartió la carrera por primera vez en 1967, creando los Departamentos de Diseño que albergaron las especialidades de Interiorismo, Paisajismo, Textil, Industrial y Gráfica. A su vez, en 1966 se dio inicio en la sede de Valparaíso a dos carreras de nivel técnico medio que posibilitaron la continuación de estudios superiores en la carrera de Diseño Industrial. En 1969 se separaron las diversas áreas, abriéndose el departamento de Diseño Industrial. En 1981 se creó la Universidad

de Valparaíso, y con ella, la Escuela de Diseño. La enseñanza del diseño gráfico en el puerto se inició gracias a los conocimientos y experiencias del arquitecto Sandalio Valdebenito, del pintor e ilustrador Sergio Rojas, el grabador Eduardo Pérez Tobar y los aportes de Werner Lauterbach y Hans Scholtbach.

El año 1967 también marcó el inicio de la histórica Reforma Universitaria en la Universidad Católica, donde repercutió con mayor fuerza la pugna ideológico-cultural. Uno de los aspectos más destacables de este período fue el afán de crear y estudiar en forma colectiva, lo que motivó el surgimiento y la organización de lo que posteriormente se denominó como Talleres Integrados, cursos que tuvieron por objetivo general promover el trabajo de equipos y el intercambio de experiencias artísticas con distintos materiales y formas de expresión no tradicionales. Ese mismo año se organizó un Taller de Diseño que contempló un ramo dedicado al diseño gráfico y otro al área textil, constituyéndose en una especialidad de la Escuela de Arte. El personal docente estuvo formado por algunos profesores como Alberto Piwonka, Raimundo Infante, Luis Moreno, Norman Calabrese y Stephan Löbel, entre otros. Años después, dicho taller se incorporó a la Facultad de Arquitectura, formándose en 1976 la que en definitiva sería la Escuela de Diseño de dicha Universidad.



Isotipo utilizado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) durante los años 70.



Sistema de símbolos para la tercera reunión de la United Nations Commerce, Trade and Development Organization (UNCTAD), que se celebró el año 1972 en Santiago. El proyecto, bajo la supervisión de Gui Bonsiepe, fue elaborado por dos grupos de alumnas de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Entre ellas, podemos mencionar a Eddy Carmona, Jessie Cintolesi, Pepa Foncea y Lucía Wormald.

Entre los años 70 y 80 estas mismas universidades proyectaron la enseñanza del diseño a través de sus sedes en provincia (Antofagasta, Chillán, Temuco, etc.), sumándose a ellas la aparición de algunos institutos profesionales que también impartieron la disciplina. Un caso particular lo constituyó el Instituto Profesional de Santiago (IPS), entidad hacia la cual se desplazó la carrera de diseño, tras ser removida de la Universidad de Chile en 1981 por un decreto gubernamental dictado a comienzos de 1981.

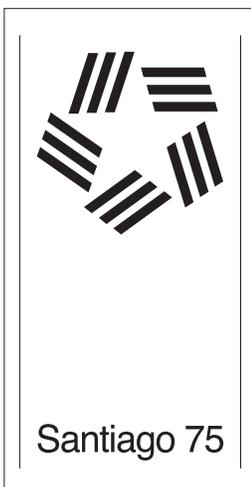
Entre los autodidactas formados en el medio gráfico chileno durante la primera mitad del siglo XX, fue visto con desinterés el surgimiento de las primeras escuelas de diseño en el país, ello porque existía la noción generalizada de que el diseño no se podía estudiar, ya que el diseñador debía "hacerse" en la práctica⁶. Lo cierto es que las escuelas surgidas tras la Reforma Universitaria de 1967 elaboraron sus

soluciones problemáticas que favorecieran la calidad de vida y el desarrollo tecnológico. Si la Bauhaus y el trabajo de Josef Albers en Estados Unidos fueron el parámetro referencial en la Universidad Católica, la Escuela de Ulm y el trabajo de Gui Bonsiepe lo fueron para la facción más crítica de los alumnos de la Universidad de Chile durante el período.

La Escuela de Ulm, de la que Bonsiepe fue alumno, fue un centro pedagógico y teórico que entre los años 1949 y 1964 aspiró a retomar el enfoque productivo que en determinados sectores industriales y comerciales había logrado instalar la Bauhaus. Bonsiepe, junto a su compañero de labores Tomás Maldonado, desarrolló una gran preocupación por la función social del diseñador y la metodología de la disciplina, proyectada hacia un enfoque científico-tecnológico. Mientras Maldonado fue delineando su trayectoria en Europa y Estados Unidos, Bonsiepe lo



Izquierda: imagen distintiva para el Instituto de Investigaciones Tecnológicas diseñada por Pepa Foncea en el Taller de Proyectos Aplicados dirigido por Gui Bonsiepe, 1971. Centro y derecha: marcas diseñadas a comienzos de la misma década, donde prevalece el trazo grueso y de contorno cerrado. El isotipo de Sedylan (al centro), acusa precedentes del grabado y una imaginería que nos recuerda los trabajos del realismo socialista. En el caso del logotipo para IRT, es demasiado evidente el parentesco con la marca de la industria fonográfica internacional RCA.



Símbolo para los VII Juegos Panamericanos a realizarse en Santiago de Chile en 1975, cancelados a fines del año 1973. El diseño fue encargado a Rodrigo Ampuero y Juan Carlos Berthelon, 1972.

planes de estudio tomando como base el "Vorkurs" o Taller Preliminar instaurado por la Bauhaus, y fueron dirigidas por arquitectos⁷. Ambas historias, la del medio gráfico chileno y la de las escuelas, caminaron así sin reconocerse o encontrarse, pues la primera, que debió ser asumida como precedente de la segunda, o al menos haber motivado reflexión alguna, no tuvo cabida en los planes de estudio de las universidades e institutos que impartieron docencia en el área.

Los efectos de la Bauhaus y Ulm

Esta embrionaria etapa formativo-profesional llevada a cabo por las universidades tradicionales tuvo un inicio de carácter técnico-intuitivo, destinado a

hizo en Argentina, Brasil, Cuba y Chile. En relación a la promoción de la disciplina del diseño, Bonsiepe señalaba: "Semejante a lo que había ocurrido en algunos países industrializados como Inglaterra y Alemania, instituciones públicas con características de centros de diseño dentro de ministerios de tecnología y la industria jugaron un papel importante para divulgar y promover el diseño"⁸. Bonsiepe, junto a un grupo de alumnos de la Universidad de Chile, integrado por Rodrigo Walker, Alfonso Gómez, Guillermo Capdevila y Fernando Schultz, formó un equipo de trabajo a partir de 1968, y entre 1971 y 1973 coordinó el Grupo de Diseño Industrial del Instituto de Investigaciones Tecnológicas y Corporación de Fomento de la Producción (INTEC/CORFO) para el desarrollo de productos. Además, dictó algunos seminarios y un Taller de Estudios Supervisados que



Izquierda: afiche diseñado por Carlos Muñoz en 1969.



Derecha: cartel conmemorativo realizado por la oficina de Vicente Larrea, 1971.

permitió a alumnos de otras universidades y diseñadores en ejercicio aproximarse a una estrategia de diseño en la industria, tomando en cuenta la disociación que existía entre la actividad estudiantil y el mundo empresarial.

Uno de los logros fundamentales de Bonsiepe radica en haber otorgado un sentido moderno a la disciplina del diseño, mediante una estructura teórica y una orientación local al currículum formativo de las nacientes escuelas chilenas. Para Bonsiepe el diseño es la "intervención concreta en la realidad para inventar, desarrollar y producir artefactos"⁹ y es "en primer, en segundo y en tercer lugar diseño, y no arte"¹⁰. Una disciplina nueva que no debe ser entendida erróneamente como una "forma de maquillaje, cuya finalidad es dar algunos retoques epidérmicos a los productos industriales de nuestra civilización"¹¹. Dicho distanciamiento del campo artístico, fundamental para entender el diseño chileno a partir de la década siguiente, pondría definitivamente en crisis la noción de "arte aplicado a la industria" tantos años imperante en el medio local, en un contexto educacional dirigido principalmente por artistas sin mayor vinculación respecto a lo que a esa altura ya constituía la práctica real del diseño.

Mientras Bonsiepe intentó conceptualizar y racionalizar una metodología de diseño en un medio que se había caracterizado por la ausencia de un discurso al respecto, se hicieron sentir con fuerza algunos fenómenos externos puntuales, que afectaron en

cierta medida a la generación de diseñadores jóvenes formada en el período. Por un lado, la llegada de una bibliografía esporádica pero accesible, permitió contactar a alumnos y profesores con obras especializadas como *Principios de psicología de la forma* de Kurt Koffka, *El Lenguaje de la Visión* de Gyorgi Kepes y *Diseño de la Periferia* del mismo Bonsiepe. Esta nueva modalidad de información puso de relieve la importancia de una educación visual moderna, ampliada por el desarrollo de las artes gráficas, la fotografía, el cine y la televisión.

Influencia de la gráfica cubana y el Pop estadounidense

La época de "la imaginación al poder" y el Movimiento de Mayo del 68 en Francia, situó al diseño nacional en un escenario de múltiples desafíos, en medio de un contexto social donde los afiches y el mural político comenzaron a tomarse el espacio público. Los dibujos del diseñador e ilustrador alemán Heinz Edelmann para el film *El Submarino Amarillo* en 1966, se transformaron en un referente casi obligado para toda una generación de ilustradores y diseñadores chilenos. Si esta animación fue una "síntesis icónica y sensualizada de los ideales románticos y la utopía arcádica de los años sesenta"¹², los carteles hippies de esos años se alimentaron de la imaginaria contemporánea (cómic, ciencia-ficción, graffiti, etc.) y ciertos estilos del pasado como el Art Nouveau y el simbolismo europeo, dando origen a lo



Imagen distintiva de las Brigadas Ramona Parra, realizada por la oficina Larrea en 1971. El trabajo brigadista encontró su referente más inmediato en los titulares de prensa de la época, que operaban como catalizadores de la opinión pública en los diversos sectores políticos y sociales del país. Si bien no existió un estudio profundo de los caracteres empleados en las consignas murales, el trazado de la letra fue determinado por las habilidades de los brigadistas y el ancho de la brocha, en un contexto de muy rápida ejecución.

que se llamó la “postermanía”. Si bien este tipo de carteles de moda, de formas caleidoscópicas y con claras referencias a la psicodelia y el Op Art, tuvieron una relativa influencia en los diseñadores del país, abrieron una importante brecha que permitió la comercialización de posters con los diseños estadounidenses al estilo de Peter Max o Víctor Moscoso y las fotografías de The Beatles, Angela Davis, Bob Dylan y el Che Guevara. A esta vertiente más comercial se sumó el cartelismo cubano, con una dualidad inspirada en Occidente para su estilo y en los países del Este para su mensaje. A las frecuentes citas a la publicidad comercial se sumó la utilización del trazo grueso, cuyo máximo antecedente fue el conocido afiche del Primero de Mayo soviético, realizado en 1965 por el cartelista Jefim Cwik: un puño cerrado de líneas pesadas y oscuras, cercano al trabajo de Celestino Piatti.

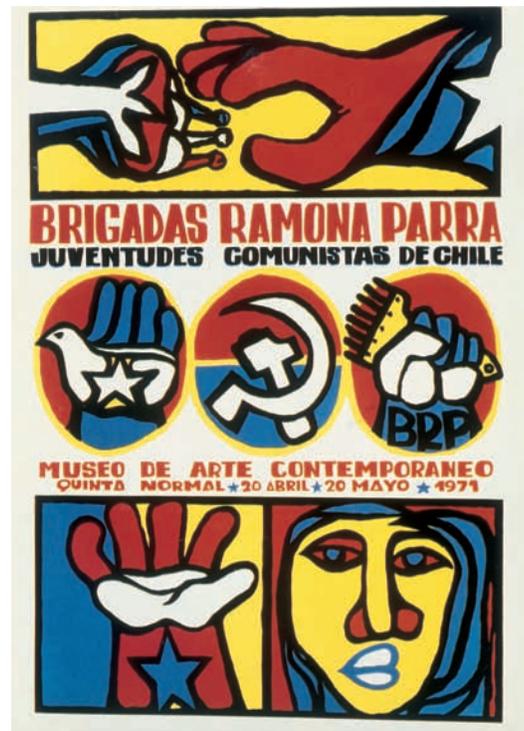
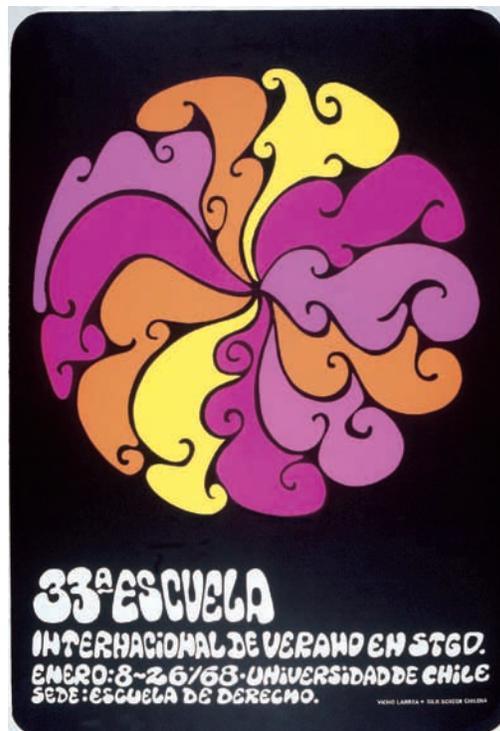
El diseño enfocado como una práctica cultural y educativa

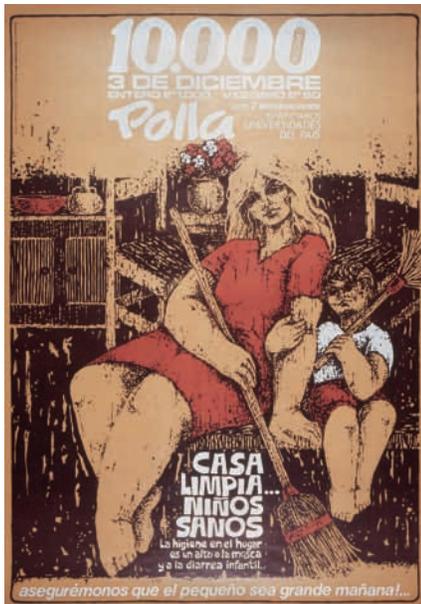
Los sucesos políticos y sociales que marcaron la transición de los años 60 a la década siguiente, llevaron al país a una conducción política y económica

que transformó al Estado en el motor principal del desarrollo nacional, generando las condiciones para que un amplio sector del diseño gráfico se abocara a una numerosa y particular producción, accesible al gran público y directamente involucrada en la modificación del contexto social. Es importante señalar que, a diferencia del diseño industrial, donde sí existieron políticas gubernamentales de fomento, en el diseño gráfico no ocurrió la misma situación, pudiendo encontrar gran parte de su desarrollo en las relaciones generadas con los agentes culturales del período, en particular la música y el movimiento de la Nueva Canción Chilena.

La política estatista del nuevo Gobierno, empeñada en su identificación con las masas, favoreció la proliferación de carteles, el desarrollo de la industria editorial y la práctica del muralismo de brigadas como Ramona Parra, Inti Peredo y Elmo Catalán, cuya publicidad política como finalidad práctica se desmarcó del ámbito de las artes visuales para transformarse en un grafismo urbano y popular que se fundió con el lenguaje de la ciudad, de avisos luminosos, letreros y afiches en serie. De este modo, la calle se transformó en el escenario de los procesos y cambios de las fuerzas políticas en pugna.

Izquierda: afiche diseñado por Vicente Larrea e impreso mediante serigrafía, 1968. Esta pieza constituye una muestra del influjo que tuvo en el medio local la gráfica hippie durante el período. Derecha: cartel diseñado por Alejandro González para una exposición de las Brigadas Ramona Parra, 1971. El mural político encontró una importante referencia en el cartel cubano y la iconografía soviética, generando una singular propuesta que ocupó los elementos formales de Occidente y los contenidos de las naciones del Este.





El trabajo realizado por Waldo González y Mario Quiroz para la Polla Chilena de Beneficencia tuvo amplia repercusión en el medio local entre 1971 y 1973, e intentó vincular ciertos aspectos de la gráfica de consumo con metodologías inherentes a la educación popular. Al respecto, es importante señalar que durante los 50 y 60, la difusión de Polla estuvo en manos de dibujantes publicitarios o ilustradores que le confirieron un tamiz menos comprometido con el entorno social, dejando entrever ciertos rasgos de la publicidad local como el ingenio y el rescate de algunos “chilenismos”. En relación a las características formales del trabajo de González, podemos señalar que éste nos remite a lenguajes en expansión durante el período, como lo fueron el grabado y el mural, así también a una disposición de la imagen en perspectiva ascendente, recurso proveniente del cartel de cine y la propaganda de la Segunda Guerra Mundial.

De hecho, la masificación de esta iconografía política y urbana, premunida de una fuerte carga mesiánica, motivó al Régimen Militar a pintar de blanco todas las paredes una vez concluido el período socialista. Por otro lado, la orientación de las mismas políticas que abogaron por la expropiación de las grandes empresas industriales y comerciales, significó la reducción y el cierre de varias agencias de publicidad, producto de la paralización de las inversiones nacionales y extranjeras; caso emblemático de ello fue lo acontecido con J. Walter Thompson y Mc Cann Erickson en aquel momento.

En una línea de expresión llena de connotaciones latinoamericanas y arraigada en su contexto histórico y político, desarrolló su trabajo el diseñador y cartelista Waldo González. Respecto al ejercicio de su profesión, señala: “No nos considerábamos diseñadores. Éramos grafistas”. Uno de sus proyectos con mayor repercusión fue la campaña para la Polla Chilena de Beneficencia, en la que trabajó entre 1971 y 1973, obteniendo un repertorio de imágenes que desecharon los sistemas tradicionales de persuasión impuestos por la publicidad gráfica estadounidense. Por otra parte, el intento de revalorizar el cartel chileno determinó en alguna medida que González buscara, a través de la experimentación con materiales como la cerámica o el papel volantín, una

redefinición del oficio de cartelista. Si la educación popular fue uno de los tópicos recurrentes en las propuestas de Waldo González, el trabajo de Domingo Baño desarrolló un estilo más universal, aunque no por ello desprovisto de una búsqueda personal, en ocasiones matizada con una buena dosis de humor o ironía, mediante una depurada síntesis formal.

Abstracción y síntesis formal en las artes y el cartel

La tendencia a la síntesis formal y la abstracción geométrica que afectó la obra de algunos cartelistas y artistas gráficos del período, se debió en parte al influjo de tendencias cercanas al arte óptico y la práctica de una rigurosa abstracción que atravesó la primera mitad de los años 60. Lo confirma el hecho de que algunos colectivos artísticos chilenos de la época adoptaran nombres como “Signo”. La apertura de dichos circuitos hacia este tipo de tendencias generó un efecto casi violento sobre el espectador masivo, acostumbrado a la figuración clásica. De igual forma, el relevo asumido por la vertiente informalista y la versión francesa del Pop Art estadounidense se dejó sentir con fuerza a mediados de la década. No obstante, la influencia del rigor geométrico fue débil en el diseño gráfico chileno del período, si se



Imagen distintiva para el sello discográfico Dicap (Discoteca del Cantar Popular). Para realizar esta marca, Vicente Larrae se basó en la gráfica utilizada en el Festival de Woodstock, celebrado en 1969.



Logotipo diseñado por Juan Lazo para el sello Alerce. Desde 1976, esta casa discográfica dio amplia cabida a la música “no oficial” del período, en particular, al legado de la Nueva Canción Chilena y a otros intérpretes o agrupaciones que más tarde fueron identificados como el Canto Nuevo.

compara a lo realizado en medios cercanos como Argentina, donde los trabajos de Juan Carlos Distéfano y Rubén Fontana para el Instituto Torcuato Di Tella mostraban durante los 60 un avanzado manejo de la tipografía, donde resulta posible leer la influencia del racionalismo suizo.

De este modo, la producción más madura de diseñadores como el malogrado Santiago Nattino, continuo animador de concursos de afiches, se alejó de la figuración tan característica del grafismo comercial de la primera mitad del siglo XX, derivando paulatinamente hacia una mayor abstracción, observable en el diseño de afiches, logotipos y viñetas para diversas empresas. El trabajo de Nattino, quien inicialmente se desempeñó en la Casa de Moneda, debe entenderse dentro de un abanico interdisciplinario que incluyó desde la gráfica para diversos tipos de campañas hasta el diseño de displays, envases, stands y objetos tridimensionales.

La empresa de comunicaciones y servicios Ecos también participó activamente en el diseño y montaje de stands para la FISA y exposiciones, además de producir displays, etiquetas y simbologías. Este tipo de agencias se plantearon como productores y medios simultáneamente, e intentaron desmarcarse de la concepción de agencia de publicidad. En relación a la producción de stands y muestras realizada hacia la fecha, es prudente señalar que

Los hermanos Antonio y Vicente Larrea desarrollaron alrededor de 120 carátulas y 300 afiches en la transición de los años 60 y 70, junto a un equipo que también incluyó a Luis Albornoz, Ximena del Campo, Hernán Venegas y Mario Román. Izquierda: Angel Parra; *Canciones Funcionales*, 1969. Derecha: Isabel Parra, Inti-Illimani, Carmen Bunster; *Canto para una semilla*, 1973. Esta última carátula, ilustrada por Luis Albornoz, se inspiró en los grabados de *La Lira Popular*, realizados a fines del siglo XIX.



preocupaciones actuales como la señalética estaban presentes, pero lejos del rigor y la documentación que revisten en la actualidad.

Búsqueda de una identidad propia en el diseño gráfico

Un diseñador que mantuvo una postura crítica frente al tipo de educación que se estaba entregando a los comunicadores visuales, antes y después de la Reforma Universitaria, fue Vicente Larrea. Al igual que José Messina y Francisco Moreno, Larrea inició una extensa labor, al tiempo que cuestionaba la enseñanza académica por carecer de un marco teórico mayor y de una práctica rigurosa.

Larrea inició su trabajo junto a una primera generación de diseñadores que legitimó su quehacer en un contexto académico donde las directrices de la enseñanza eran manejadas por artistas y profesionales motivados desde otras disciplinas, alejadas del medio real donde se desarrollaba el diseño chileno. Lo anterior generó una postura bastante radical por parte de un sector de diseñadores que se agrupó en torno a la figura de Gui Bonsiepe, con una clara tendencia racionalista. Por otro lado, los diseñadores gráficos menos cercanos a las teorías de Bonsiepe y la Escuela de Ulm tuvieron en los trabajos de Larrea una importante referencia. Este diseñador



Izquierda: afiche de Luis Albornoz y Vicente Larrea donde confluyen la imaginaria de Walt Disney y la situación social de la época, 1972. Derecha: portada de revista *Plan*, realizada por Alejandro González, director artístico de las BRP, 1972.

estableció su propia oficina en 1967 y siete años después formó Larrea Publicidad. Junto a Antonio Larrea, Luis Albornoz, Mario Román y Ximena del Campo desarrolló un considerable volumen de proyectos vinculados al campo cultural y empresarial, siendo los afiches, las carátulas de discos y las marcas sus trabajos más conocidos.

En un período donde no se manejaron recursos particulares sino que aportes del Estado, predominaron los afiches de carácter cultural, educativo y político, dejando en un segundo plano la promoción de productos de consumo. El sello característico de la oficina Larrea, con colores llamativos, trazo grueso de contorno irregular y fondos degradados generó una suerte de “escuela”, en un momento de búsqueda y recuperación de las raíces latinoamericanas por medio de la música, el cine y la literatura. El diseñador Hernán Venegas recibió parte de la disciplina que propició Larrea, cuya metodología no fue compartida por los sectores académicos de la vieja escuela, más proclives a la teoría que a la práctica real del diseño gráfico.

La producción inicial de Venegas y otros diseñadores como Jorge Lillo, Juan Lazo, Patricio Andrade y Carlos Muñoz, evidenció una clara sintonía con las imágenes producidas por la oficina de Larrea,

apreciable especialmente en el diseño de marcas, cuyo denominador común fueron las formas redondeadas de contornos gruesos y las tipografías bold, de fuerte carga expresiva. Otro referente del período son algunas de las carátulas de discos diseñadas por Luis Albornoz, que utilizaron letras y dibujos inspirados en los grabados de *La Lira Popular* que circularon en el país a fines del siglo XIX. El mismo Albornoz, como colaborador estable en la oficina de Vicente Larrea, fijó muchas imágenes en el recuerdo de la generación que inauguró la década de los 70. Tal es el caso de varias fundas de discos pertenecientes al movimiento de la Nueva Canción Chilena, de un incuestionable poder evocativo, y algunos afiches y logotipos para empresas, productos y medios de comunicación que gozaron de una gran difusión en el ámbito nacional.

Gracias a la credibilidad obtenida en un medio empresarial reacio a confiar su imagen de identidad a una profesión todavía en proceso de reconocimiento, Larrea y su equipo lograron estabilizar el diseño de algunas marcas que por décadas venían sufriendo alteraciones debido a su extemporaneidad y mala resolución. Una característica general de estos primeros logotipos fue la adopción de formas y contornos redondeados y llenos, alejados de la dureza de las rectas tan características del racionalismo



La Editora Nacional Quimantú fue implementada con la infraestructura de los talleres de Editorial Zig-Zag. Desde 1971 y hasta el declive de la Unidad Popular, esta empresa estatal inició una intensa actividad al servicio del desarrollo cultural de Chile, en un período donde el cliente ya no era el sector privado sino el Estado. Además de proyectar una línea editorial, Quimantú estableció departamentos de diseño y publicidad para sistematizar criterios de diagramación y generar redes de circulación de libros y revistas en todos los sectores del país.

QUILAPAYÚN
inti-illimani

Izquierda: logotipos para los grupos musicales Quilapayún e Inti-Illimani, diseñados por la oficina Larrea en 1968 y 1970, respectivamente. Las letras gruesas y asimétricas, características en los trabajos de Vicente Larrea y Luis Albornoz, fueron inspiradas por el trabajo del diseñador judío lituano Ben Shahn.

Derecha: portada de libro correspondiente a una de las colecciones lanzadas por la Editora Nacional Quimantú, 1972.

estadounidense y el diseño tipográfico suizo. Como agencia de diseño gráfico, la de Vicente Larrea debe ser considerada pionera en nuestro medio, al igual que Messina y Moreno.

La primera generación de diseñadores egresados tras la Reforma Universitaria experimentó el resultado de las transformaciones sociales y culturales acontecidas desde la segunda mitad de los 60, pudiendo desempeñarse sin grandes problemas en áreas como el desarrollo de imagen corporativa para empresas, diseño editorial, desarrollo de productos e incluso en otros circuitos menos ligados al diseño gráfico propiamente tal, como el humor gráfico. En el área de las marcas, por ejemplo, se puede apreciar un significativo proceso en búsqueda de soluciones profesionales al problema del cliente, no sólo desde el punto de vista formal sino también técnico, a través de un desarrollo conceptual y proyectual que debió adaptarse a las limitantes tecnológicas y los problemas de impresión propios de un mercado todavía en vías de desarrollo, comparado al de países vecinos como Argentina. La marca, un producto ahora encargado a diseñadores o agencias de publicidad, generó en forma gradual resultados inusualmente coherentes tanto en el desarrollo de isotipos como de logotipos, cuya expresión icónica y tipográfica más acorde al producto, sentó las bases de una producción que históricamente había sido entregada a grafistas o aficionados provenientes de otras disciplinas.

Por otra parte, la conformación de ciertos sectores del diseño gráfico representados por los trabajos del equipo de Vicente Larrea o los carteles de Waldo González, generó una tendencia más regionalista, con una fisonomía cercana a la tradición visual de Latinoamérica, que adaptó rasgos del cartelismo cubano, el mural político y algunos aspectos del Pop



de la época. Otras referencias podemos encontrarlas en la estética de Walt Disney, los afiches del suizo Celestino Piatti y el Realismo Social del judío lituano Ben Shahn. Influido por los trabajos de este último, Larrea desarrolló un estilo tipográfico caracterizado por gruesos bloques de contorno irregular, que aplicó en variados encargos como alternativa a los estándares de tipografía que por aquel entonces representaban los caracteres metálicos, la fotocomposición y la letra transferible.

El diseño editorial como un proyecto estatal

En 1971 la Empresa Editora Zig-Zag, máximo exponente de la industria gráfica chilena, fue intervenida por el Gobierno y sus talleres traspasados a propiedad estatal, convirtiéndose en la Editora Nacional Quimantú. La nueva empresa realizó una masiva e inédita producción, destinada a los sectores más populares del país. Si bien la política central de Quimantú afectó a las casas editoriales del sector privado (Lord Cochrane, Nascimento, etc.), en contrapartida obtuvo una enorme difusión producto de los elevadísimos tirajes de cada serie. De esta época son las colecciones populares de formatos apaisados y gruesos títulos en caracteres condensados como *Nosotros los Chilenos*, la serie más emblemática de la editorial, y los recordados Minilibros, con tirajes semanales de 80.000 a 120.000 ejemplares por título.

El “boom” editorial de Quimantú abarcó el período comprendido entre 1971 y 1973, agrupando a un importante contingente de diseñadores, ilustradores y editores que dieron vida a revistas como *Onda*, *Mayoría*, *La Quinta Rueda*, *La Chiva* y *La Firme*, entre otras. En las dos últimas participaron los hermanos Alberto y Jorge Vivanco. El primero trabajó como editor periodístico de Quimantú y Jorge, junto a

José Palomo, Eduardo de la Barra y Hernán Vidal (Hervi), abrieron nuevos rumbos en la historieta y la ilustración editorial chilena. Hernán Vidal, que había trabajado en el diseño de la *Revista del Domingo* de *El Mercurio*, pasó a Quimantú y se encargó de la dirección de arte de diversos proyectos y la realización de algunas historietas lanzadas entonces al mercado. También se le encargó el diseño de la revista *Paloma*, publicación de gran tiraje que se estructuró sobre la base de un lenguaje gráfico muy sencillo y popular, de colores cálidos y lúdicos que buscaba competir en su segmento con la revista *Paula*, proyecto impulsado por Roberto Edwards desde la editorial Lord Cochrane. Por otra parte, la revista *Onda* se concibió como una publicación juvenil que recogió el fuerte colorido de la moda pop y una estética de revista contracultural, donde el diseñador Carlos Rojas desarrolló una línea de portadas impresas en negativo o solarizado, con tipografías que remitían a los alfabetos ornamentales en madera característicos de la segunda mitad del siglo XIX, los que fueron revalidados por la gráfica hippie y también por su inclusión en catálogos de letras transferibles.

Cabrochico fue una publicación infantil de Quimantú que gozó de un apreciable impacto y en ella colaboró como ilustrador y portadista el argentino Oscar Conti (Oski), en un período donde la historieta ilustrada intentó representar los grandes objetivos



Dos títulos dibujados por Carlos Zúñiga para la revista *Ritmo*, 1971.

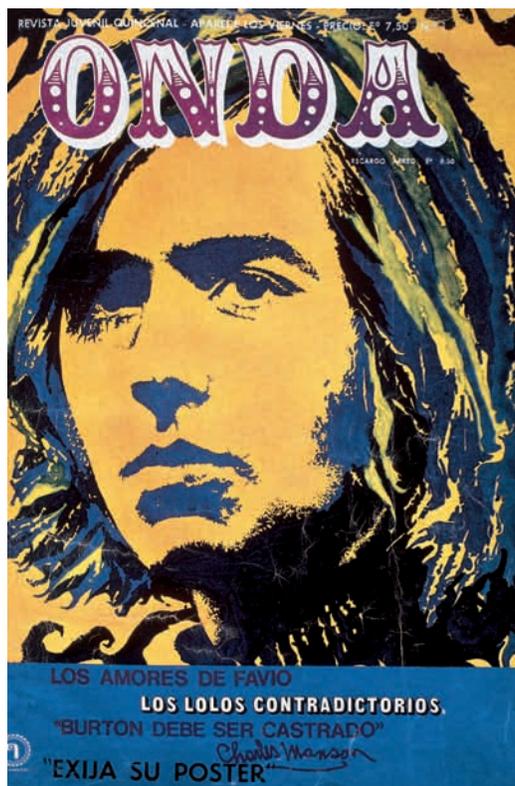
políticos y educacionales a través de imágenes claras y simples. La utilización de la ilustración con fines educativos fue una tendencia característica que se hizo extensiva a todas las publicaciones nacidas bajo el alero de Quimantú, debiendo adaptarse los proyectos editoriales a esta nueva modalidad en el género.

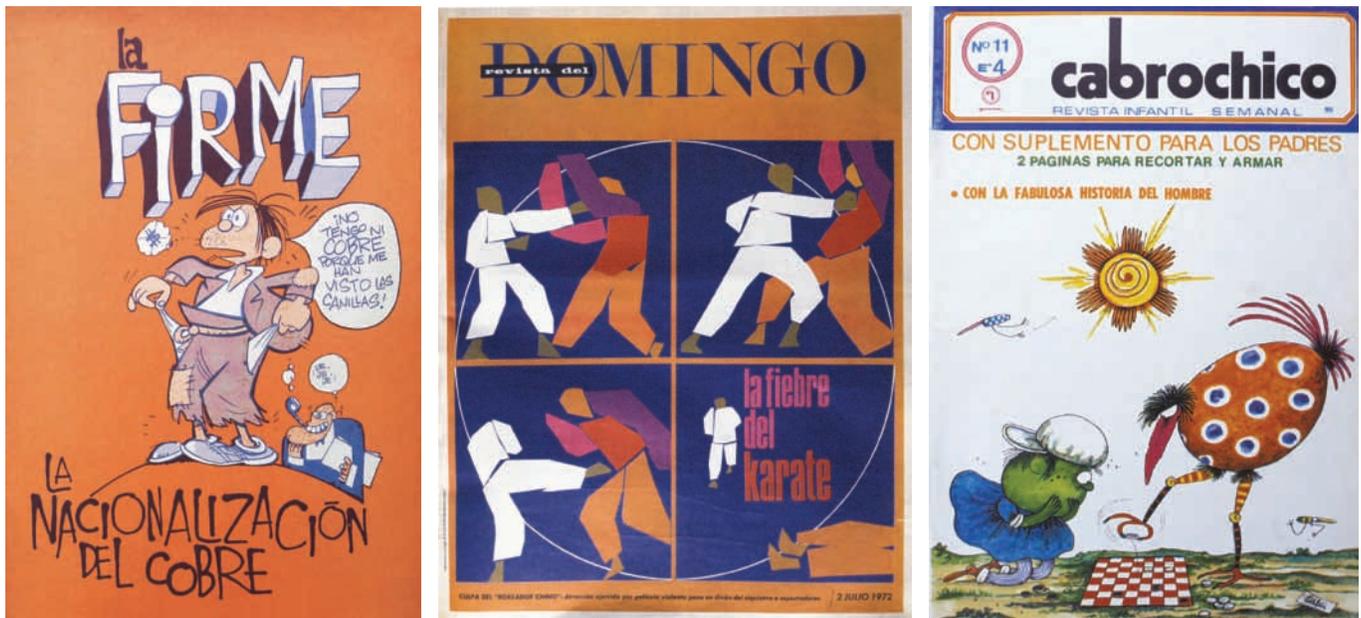
En una línea editorial opuesta a la de Quimantú, Renzo Pechenino (Lukas) despachó sus viñetas desde *El Mercurio*, *La Segunda* y *La Estrella de Valparaíso*, coincidiendo con otros ilustradores más alineados con las políticas editoriales provenientes del parque impresor privado.

Tan prolífico como el de Hernán Vidal y Renzo Pechenino resultó el trabajo desarrollado por el ilustrador Fernando Krahn, tanto en Chile como en el extranjero. En los años 60 publicó en *Ercilla* sus conocidos "Dramagramas" y entre 1969 y 1973 se

Izquierda: portada de Carlos Rojas para revista *Onda*, 1971. Esta publicación acuñó una imagería donde las referencias a la sicodelia y el Pop estadounidense se procesaron con técnicas propias del período como el alto contraste y el solarizado.

Derecha: dibujo de Renzo Pechenino (Lukas).





Izquierda: ilustración de Alberto Vivanco para el primer número de *La Firme*, revista de historietas destinada a la educación popular, 1971. Centro: portada diseñada por Hernán Vidal (Hervi) para el suplemento *Revista del Domingo* del diario *El Mercurio*, 1972. Derecha: ilustración para la revista infantil *Cabrochico*, realizada por el dibujante argentino Oscar Conti (Oski), 1971.

transformó en uno de los ilustradores más originales del período, al no comprometer todo su trabajo con la contingencia, lo que otorgaba a su obra un sentido atemporal. Por otro lado, las ilustraciones y proyectos asociados a la gráfica editorial que venían desarrollando Nelson Lagos y Ricardo Güiraldes, deben consignarse como interesantes muestras de la visualidad de la época.

A su vez, las casas editoriales privadas se erigieron en forma parcial como alternativa al proyecto de Quimantú. Lord Cochrane se transformó en la gran competencia de la editora estatal, dedicada básicamente a la producción de etiquetas y envases, editando además algunas revistas como la recordada publicación infantil *Mampato*, donde desarrollaron su trabajo los ilustradores Eduardo Armstrong, Themo Lobos y Vittorio di Girolamo, entre otros.

Por otro lado, Zig-Zag, la empresa de mayor tradición en el medio editorial, se concentró en la publicación de revistas informativas, historietas y textos de estudio cuya producción fue encargada desde entonces a proveedores externos. Editorial Universitaria lanzó nuevos títulos, generando un espacio que dio cabida a variados proyectos que, bajo la colección Cormorán o el propio sello de la editorial, rescataron parte de nuestras tradiciones e iconografías populares. Mauricio Amster se encargó en aquel período de proyectar las ediciones junto a otros colaboradores como el tipógrafo polaco Mariano Rawicz, antiguo conocido de Amster en el panorama

del diseño español, ligado a artistas comerciales conectados con la izquierda y las vanguardias europeas de los años 30. A su vez, las Ediciones Universitarias de Valparaíso, a través de su colección El Rescate, incentivaron la edición de temáticas relacionadas con la recuperación y la revisión del patrimonio visual chileno.

El proyecto de Quimantú, que se propuso integrar la cultura impresa a un segmento popular por medio de la masificación de los hábitos de lectura, se vio abortado por el Golpe Militar ocurrido en 1973. Una vez reestructurada la empresa, adoptó el nombre de Editora Nacional Gabriela Mistral, reduciendo los tirajes y heredando los formatos de Quimantú con sus títulos en Univers condensada y Stencil. Lamentablemente, la indefinición en la línea editorial desperfiló una producción que finalmente derivó al rubro de las etiquetas, envases y revistas para terceros a fines de los años 70. Además, una vez instaurado el Régimen Militar en 1973, surgieron una serie de libros al alero de este nuevo sello editorial que intentaron difundir las nuevas políticas del Gobierno, tanto en el país como en el exterior. La idea de estas publicaciones era entregar la imagen de un país tranquilo, seguro y unido, ajeno a los vaivenes del Gobierno precedente. Sin embargo, resulta curioso que esta visión sesgada de país haya sido vehiculada a través de una dirección de arte cercana a los lineamientos de Quimantú, a lo que se sumó la negación sistemática de los diseñadores, fotógrafos y redactores a aparecer en los créditos de estos impresos.



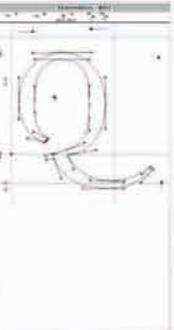
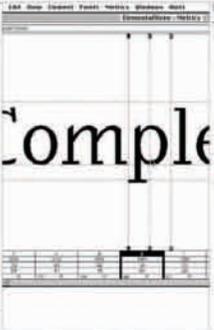
Isotipo de Radio Magallanes, vigente durante los inicios de los años 70.

09

¿
@



Accidental



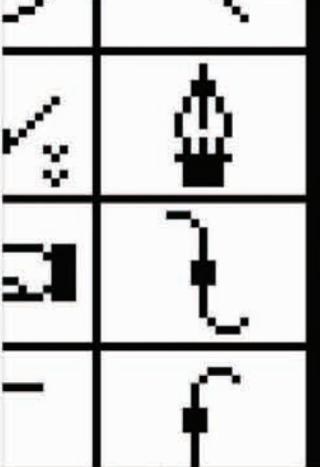
Santiago de Chile

PostScript Type 1

Bitmap, 36 p/in

Kerning

Hinting



e

Francis

ú ñ

€ ¨

g

Esquina lateral izquierda, exploramos la disposición de apuntes de apuntes.

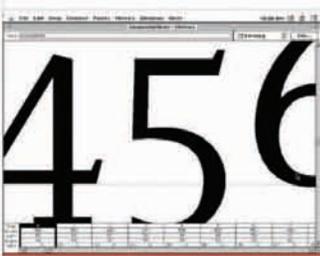
12 pt. 100 pt.

g

Esquina lateral izquierda, exploramos la disposición de apuntes de apuntes.

12 pt. 100 pt.

g



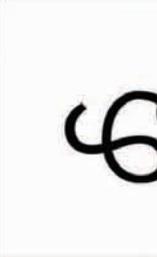
m

m

Sans

Script

rr:r



ELEMENTAL

Tipografía chilena de Pancho Gálvez

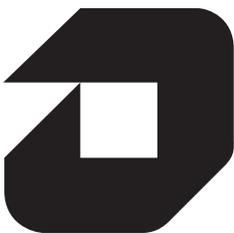
Vino del Mes, Abril, 2009. Trazo en "Francis Script", www.informacion.com.cl

Capítulo 9

Un nuevo escenario para el diseño gráfico en Chile

Orientaciones de la disciplina durante la segunda mitad de los años 70

El grupo de diseñadores gráficos que comenzó a operar con posterioridad al Gobierno del Presidente Salvador Allende, se diversificó en dos polos claramente opuestos, pero no por eso incompatibles. Un sector, más interesado en la labor académica y educacional, optó por la enseñanza del diseño en centros universitarios de la capital y provincias. Otros profesionales optaron por formar sus propios estudios, desarrollando asesorías para empresas. Este último conglomerado inició su trabajo a mediados de la década, algún tiempo después del Golpe Militar, suceso que afectó radicalmente una práctica del diseño más enraizada con el contexto social y la educación popular.



Arriba: isotipo para empresa abastecedora, diseñado por Jorge Lillo en la agencia Publiart, 1975.

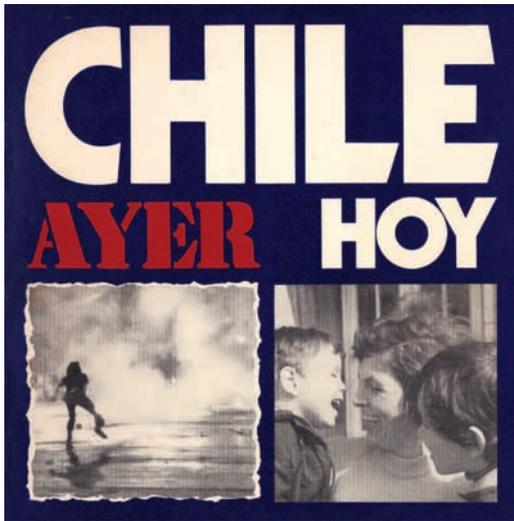
Izquierda: afiche diseñado por Rodrigo Ramírez para el lanzamiento de la tipografía Elemental, primer tipo de texto realizado en Chile, 2001.

Los lineamientos programáticos que definieron el quehacer de la primera generación de diseñadores profesionales, se concentraron en la solución de problemas en áreas de interés general como la educación, salud y vivienda, a través de un enfoque orientado a satisfacer necesidades básicas en un país subdesarrollado como Chile. Sin embargo, a mediados de los 70, estas directrices comenzaron a variar radicalmente, debido a la importación creciente de productos, los problemas de comercialización de la producción nacional en el mercado interno y los nuevos aires propulsados por la competencia y el “merchandising”. De esta manera, el diseño gráfico chileno se encaminó progresivamente hacia una nueva modalidad productiva, en un ámbito de economía neoliberal restringido en sus lenguajes expresivos, fenómeno que se vio representado en gran medida por la neutralidad ideológica que

adoptaron varias agencias de publicidad, en especial aquellas cuya permanencia estuvo en entredicho durante el régimen socialista. En el escenario descrito, el diseño gráfico y la producción derivada de éste legitimaron su presencia en el medio nacional, sintonizando con las políticas de gobierno imperantes, que asociaron cualquier tipo de discurso de reivindicación latinoamericanista con un postulado de izquierda, contrario a la modernización del país, y que apelando a un reiterado “llamado al orden”, se proponían llevar a cabo la “reconstrucción nacional”.

El acelerado crecimiento de la televisión y la escasa promoción de actividades culturales, fueron claros agentes neutralizadores de la práctica del afiche en el país durante la segunda mitad de la década. La realización de este tipo de piezas durante el período puede consignarse casi como una anécdota. Sin embargo, a pesar de ello pueden notarse algunos cambios respecto a la producción de carteles: un mayor grado de abstracción, al alcance de un público masivo, y un uso más frecuente de la fotografía, debido a los avances de la impresión offset. No debemos olvidar que la fotografía estuvo prácticamente ausente en la producción de afiches de las décadas anteriores a los años 60, siendo José Guillén, Juan Martínez, Domingo Baño, Waldo González y el equipo de Vicente Larrea los autores de algunas de estas emblemáticas piezas gráficas.

La publicidad de marcas y productos de consumo, que a comienzos de los 70 había disminuido su producción en favor de una modalidad comunicacional de sesgo populista, inició una lenta recuperación a medida que avanzó la década. Las agencias transnacionales que dejaron de funcionar durante la



Arriba: portada de libro impreso en la Editora Nacional Gabriela Mistral, 1974. Las publicaciones aparecidas bajo este sello editorial heredaron algunos aspectos formales de Quimantú como la línea gráfica y el uso de ciertas tipografías (Kabel, Stencil y Univers). Derecha: anuncio de la colección Nosotros los Chilenos, en su nueva época, 1974.



Arriba: isotipo de la Editora Nacional Gabriela Mistral. Dicha entidad, surgida tras el ocaso de Quimantú, operó entre 1974 y 1982, año en que fue cerrada de manera definitiva. Las dificultades en su administración por parte de privados, sumadas al desinterés gubernamental en la edición, fueron factores decisivos en el final del que fuera uno de los principales centros de producción editorial a nivel sudamericano.

Unidad Popular, se reinstalaron en el país e iniciaron una fuerte competencia con las agencias nacionales que habían superado la escasez de clientes durante el período socialista. Estas oficinas encontraron en el nuevo protagonismo del consumidor un escenario adecuado para la promoción masiva de productos y servicios, generando una arremetida de la publicidad local. A partir de 1974 tuvieron importante presencia oficinas como Cenit, Heres, Matte y Méndez, Publiart, Sertec, Sur Publicidad y Yelmo, entre otras. Así como algunas grandes editoriales incorporaron departamentos de diseño, agencias ya consolidadas en el medio consideraron la inclusión de jóvenes diseñadores universitarios en sus equipos de trabajo.

Un factor importante dentro del “boom” de la publicidad en Chile fue el desarrollo de comerciales para televisión en animación gráfica, que tuvieron su complemento en el numeroso avisaje presente en diarios y revistas. Tal fue el caso de las campañas realizadas por algunas entidades estatales como la Municipalidad de Santiago, orientada a preservar un

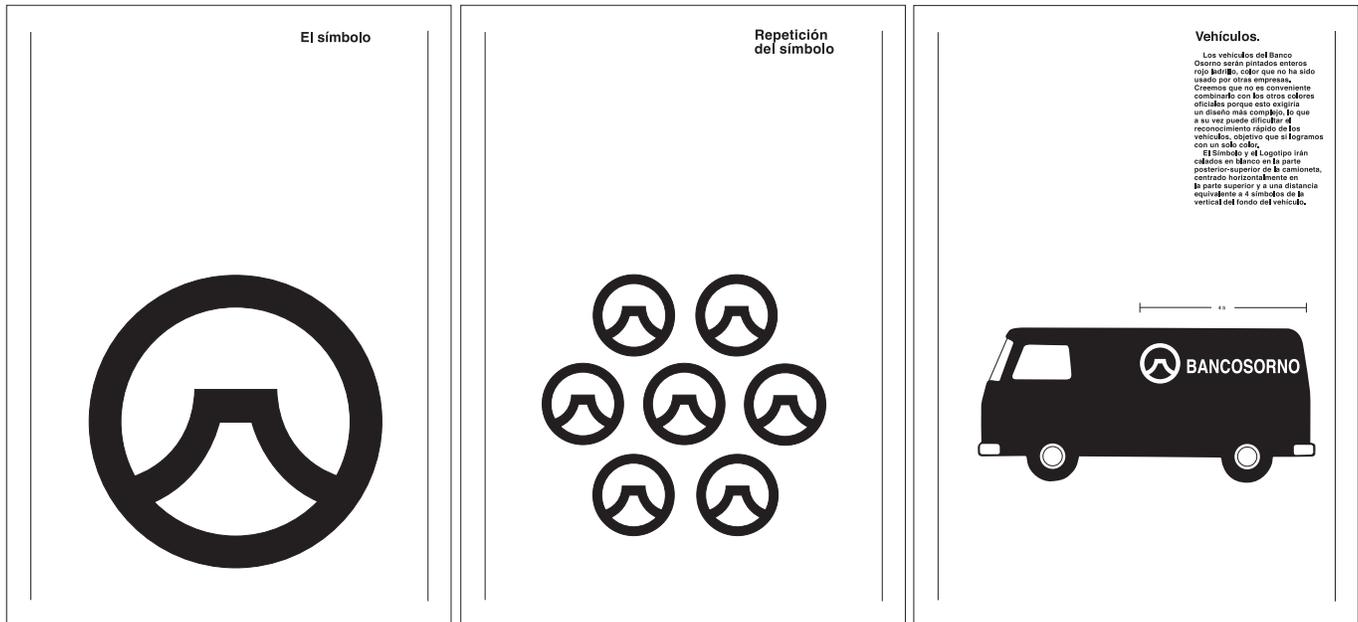
entorno limpio, y de la campaña “Un amigo en su camino” lanzada por el Comité Nacional de Educación de Tránsito, que tuvo por objeto la prevención de accidentes. El sector privado también apeló a esta modalidad comunicacional, destacando la vistosa campaña que tuvo por motivo difundir los beneficios que aportaría el nuevo sistema previsional implementado a comienzos de los 80.

La herencia racionalista: primeros proyectos de imagen corporativa

El período comprendido por la segunda mitad de los años 80 se caracterizó por una progresiva reactivación económica y el predominio del sector empresarial en las políticas de desarrollo nacional. Ello implicó en Chile un nuevo escenario para el desarrollo de la imagen corporativa. A la sistematización del diseño de imágenes de identidad, se sumó el estudio de los sistemas picto-tipográficos con propósitos básicamente sociales, tendientes a la creación de

Entre 1975 y 1976, la Universidad de Valparaíso contrató al diseñador alemán Olaf Leu, con el fin de desarrollar un proyecto de investigación para la imagen institucional de Lan Chile. El resultado final retomó algunos elementos simbólicos como el copihue, el cóndor y la estrella.





Páginas interiores del manual de normas gráficas para el Banco Osorno, desarrollado por Juan Carlos Berthelon en 1977.

lenguajes visuales accesibles a un receptor heterogéneo. Para los diseñadores que se inclinaron por la señalización e identificación de servicios y productos con un carácter tecnológico, el legado de la Escuela de Ulm, el trabajo de Otl Aicher y las experiencias de los precursores del Movimiento Isotipo como Otto Neurath, los alentaron a iniciar una vasta producción de signos gráficos comprensibles para cualquier ciudadano.

Este creciente interés por los procesos metodológicos y la elección racional de formas y significados en los programas de diseño para las empresas, incentivaron a algunos sectores académicos a generar proyectos de estudio específicos en el área de la simbología gráfica. Una experiencia pionera fue el Taller de Proyectos Aplicados que Gui Bonsiepe llevó a cabo junto a un grupo de diseñadores de la Universidad Católica, desarrollando un sistema de símbolos para ser utilizados en el edificio destinado a la UNCTAD III, actual Edificio Diego Portales.

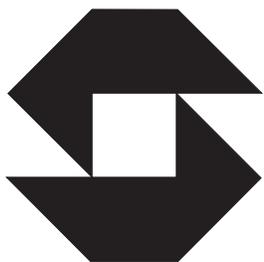
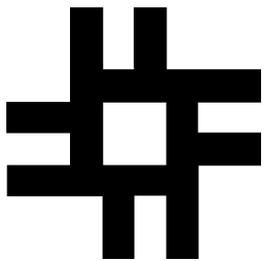
Entre 1975 y 1976, la Universidad de Valparaíso llevó a cabo un proyecto de investigación para la imagen institucional de Lan Chile, para lo cual se contrató al diseñador alemán Olaf Leu. La investigación de los sistemas de identificación gráficos motivó la traída del profesional europeo, con el objeto de procurar

un marco teórico de apoyo en el estudio de la comunicación visual, aplicado al diseño integral de la imagen de instituciones. En el proyecto participaron tanto alumnos como profesores, obteniéndose una gama de resultados que retomaron algunos elementos simbólicos permanentes como el copihue, el cóndor y la estrella.

La simbología desarrollada por Otl Aicher en 1972 para la señalización de los Juegos Olímpicos de Munich, ejerció una fuerte influencia en casi todo el mundo y sus pictogramas se ocuparon masivamente como principio para nuevos sistemas de señalización y en la elaboración de iconografía temática para diarios y revistas.

Tomando como base la simbología de los Juegos Olímpicos de Tokyo 64 y Munich 72, Juan Carlos Berthelon y Rodrigo Ampuero —diseñador chileno que participó del equipo creativo encargado de los Juegos Olímpicos de Munich—, realizaron ese mismo año un trabajo metodológico y racional de identidad corporativa para los Juegos Panamericanos Santiago 75, evento que finalmente no se llevó a cabo por las circunstancias políticas del período. Cinco años después, Berthelon desarrolló un Manual Corporativo de Normas Gráficas para el Banco Osorno, iniciando un amplio repertorio de proyectos similares.

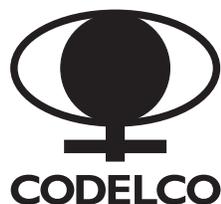
Rodrigo Walker fundó su propia agencia en 1976, luego de ser instado a dejar el Departamento de Diseño de la Universidad de Chile por razones políticas. El diseñador, que se formara en cercanía a Gui Bonsiepe, realizó uno de los embrionarios aportes



Arriba: isotipos diseñados por Juan Carlos Berthelon para Financiera Fusa y Banco de Santiago, en 1976 y 1978, respectivamente.

Derecha: rediseño de logotipo para la empresa Fensa, realizado por Rodrigo Walker en el año 1976.



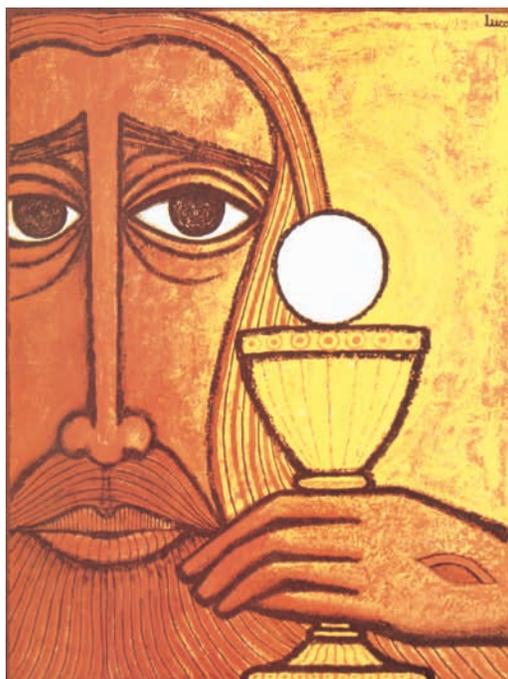


Izquierda: isotipo para Manufacturas de Metal Sociedad Anónima, diseñado por Jorge Lillo, 1980. Centro: isotipo para Banco O'Higgins, diseñado por Raúl Menjibar, 1980. Al respecto, cabe destacar la lograda transición que se obtiene entre las formas menos rígidas, propias de la década anterior, y un lenguaje corporativo contemporáneo que juega con las iniciales del Banco y la "seguridad" que entrega una institución sólida. Derecha: logotipo para la Corporación del Cobre. Este último es uno de los pocos realizados durante el Régimen Militar que ha resistido el paso del tiempo, al distanciarse del oficialismo que caracterizó a la imaginaria desarrollada en el período. Su data aproximada es de mediados de los años 70.

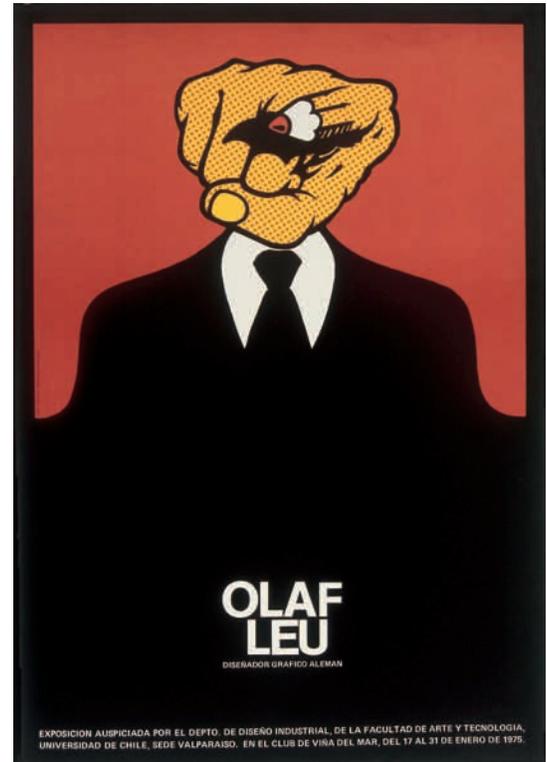
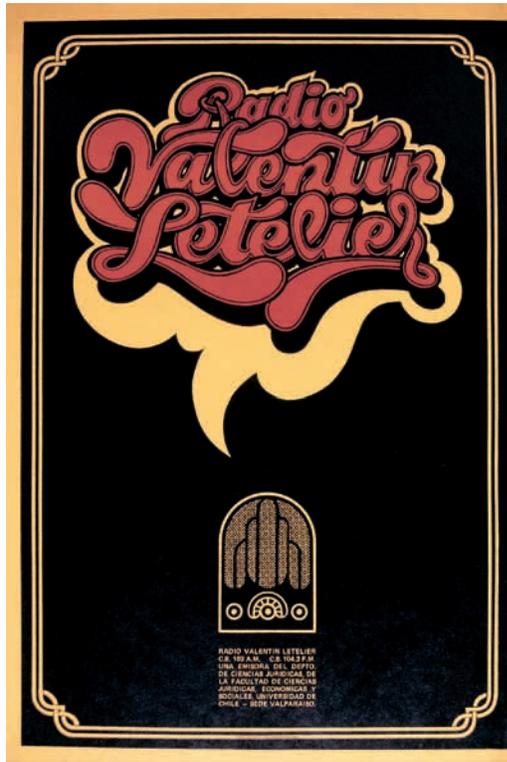
al hasta entonces desconocido campo de la imagen corporativa en el país. El mismo año, Walker rediseñó la imagen de identidad de la empresa Fensa, realizando los primeros manuales de identidad para ser usados en el área gráfica y de productos. Para dicho encargo, utilizó una metodología proyectual destinada a enfrentar de manera sistemática las distintas etapas del proceso. Este tipo de trabajos, orientados a la solución de problemas de comunicación e identidad corporativa, permitió sentar las bases para un enfoque más racional y técnico a los problemas surgidos a raíz de la creciente demanda por la identificación de empresas y productos, en medio de la reorientación de la economía impulsada

por el Régimen Militar, donde tras el intento socialista de fortalecer al Estado como motor del desarrollo nacional, el nuevo gobierno otorgaba dicho protagonismo al sector privado y la "libre empresa", de la que pasaron a formar parte varias agencias nuevas.

Una de las características de la producción de este período fue la búsqueda de un orden y una lógica muy emparentados con la Nueva Objetividad, propulsada por los centros académicos y los diseñadores suizos. La incorporación del método proyectual, en oposición al ejercicio intuitivo impulsado por la subjetividad estética o pictórica, generó una visualidad de claro enfoque racionalista, comprobable



Tres imágenes características del período. Izquierda: aviso publicitario para la Campaña "Un amigo en su camino", publicado por la empresa Consultores de Comunicación Creativa, 1974. Centro: ilustración de Alfonso Luco para XI Congreso Eucarístico Chileno llevado a cabo en 1980. Derecha: cabezal de revista *Qué Pasa*, diseñado por Vittorio di Girolamo. Inicios década de los 70.



Afiches diseñados por Oscar Ríos en 1974 y 1975, respectivamente. En tiempos donde el cartel chileno redujo su presencia, Ríos, arquitecto vinculado a la docencia del diseño por largos años, desarrolló esta clase de propuestas donde son recurrentes las citas a la historia de la gráfica, del arte o del cartelismo propiamente tal.

en el diseño de numerosas marcas desarrolladas para bancos y empresas privadas. A pesar de la innegable influencia de la escuela suiza y el área más ecléctica y purista del diseño estadounidense, el sector renovado del naciente diseño gráfico chileno de mediados de los 70 buscó soluciones a objetivos precisos, evitando emparentarse de forma evidente con alguna tendencia estilística o ideológica. En ese sentido, la introducción y el uso sistemático de la grilla o retícula, práctica destinada a la organización matemática de elementos sobre un espacio o formato determinado, propició una forma de hacer diseño en la diagramación de revistas, la realización de marcas o la creación de afiches. Esta situación pudo dar lugar a una iconografía que, por encima de su denotación, puede ser leída como síntoma del período: una gráfica institucional desarrollada para entidades estatales y privadas a través de módulos, bordes regulares y formas cerradas.

Si bien este tipo de racionalismo generó una mejor percepción de la disciplina por parte de los clientes, además de una evidente y sistemática profesionalización del medio, su excesivo apego a los preceptos del "menos es más", pregonados por Bonsiepe y la escuela suiza, alejó definitivamente al diseño gráfico chileno de una producción que en los primeros años

70 había encontrado una orientación de raigambre popular, más proclive a la identificación con las raíces latinoamericanas que con el legado de la Bauhaus y Ulm. El mismo Bonsiepe señaló en su momento: "La identidad del diseño latinoamericano no está escondida en el pasado, sino que hay que crearla, pues no existe"¹. Estemos de acuerdo o no con la afirmación del diseñador alemán, es un hecho que una buena parte del diseño chileno que se fue profesionalizando sistemáticamente desde fines de los 70, evitó la revitalización de códigos regionales o la búsqueda de soluciones a partir de elementos de la cultura popular o de raíz prehispánica, producto de la sinonimia con que el Régimen Militar interpretó la relación entre "izquierda" y "popular", descartando la tradición visual latinoamericana en el diseño gráfico durante este período.

Renovación del diseño editorial

La fuerte tradición europea y la clara organización tipográfica que introdujo Mauricio Amster durante el tramo que va de los años 40 a los 70, no siempre fue reconocida o al menos tomada en cuenta por la nueva generación de diseñadores gráficos más cercanos a la práctica editorial. Factor importante en la



Isotipo diseñado por Mario Fonseca para Editorial Andina, 1974. Esta imagen, que cita la iconografía precolombina, pero actualizada según los códigos formales de la época, involucró conceptos como el traspaso de información, el tratamiento positivo-negativo y la impresión en papel.



Arriba: afiche para la promoción turística diseñado por Allan Browne y Víctor Sartori, 1971.

Abajo: portada del libro *Valparaíso*, ilustrado por el pintor Sergio Rojas, 1992.



débil proyección de los conocimientos de Amster en el medio, fue su escasa vinculación con las primeras escuelas de diseño que operaron desde fines de los 60, e incluso con la Escuela de Artes Aplicadas, dependiente de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Chile. La última entidad señalada pudo ser el lugar perfecto para la labor docente de Amster, mas no tuvo mayor contacto con el tipógrafo, quien en cambio fue uno de los fundadores de la Escuela de Periodismo en la misma casa de estudios y trabajó para la editorial de la universidad entre 1950 y 1980².

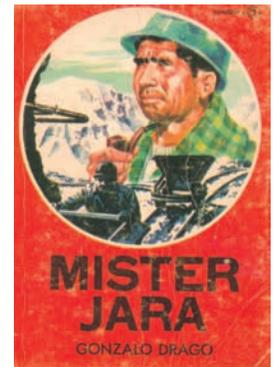
La falta de información sobre diseño tipográfico, la escasez de familias en los centros de fotocomposición de textos y la repetición de las mismas fuentes de linotipias y monotipias en las imprentas, generó el uso y abuso de algunas familias como Baskerville y Bodoni en los años 60 y Helvética en los 70 y 80. Sin embargo, esta falta de actualización o de medios, si se quiere, no fue impedimento para una práctica editorial que tras el deceso de Mauricio Amster en 1980, debió enfrentar nuevos desafíos no sólo de carácter profesional, sino también relacionados con los enfoques de las políticas editoriales. Si publicaciones periódicas como *Graphis* o *Communication Arts* se transformaron en bibliografía recurrente para el conjunto de oficinas de diseño formadas entre mediados de los 70 y principios de los 80, el conocimiento tipográfico tuvo sus referentes en traducciones al español de textos emblemáticos de la escuela suiza, como *Sistemas de Retículas* de Josef Müller Brockmann, o el *Manual de Diseño Tipográfico* de Emil Ruder.

La producción de libros al servicio de la promoción de productos y la expansión que generó su consumo por esta nueva modalidad en el mercado chileno, fue uno de los síntomas más claros de las políticas económicas que rigieron los derroteros del diseño editorial. Se trató más que nada de un fenómeno de masificación del libro a través de su distribución gratuita en función promocional. En el caso de la Editora Nacional Gabriela Mistral, el uso de diseños y formatos heredados de Quimantú y la heterogeneidad en los lineamientos de las publicaciones evidenciaron la ausencia de políticas claras, desperfilando los aspectos inherentes al diseño gráfico. En tal sentido, esta ausencia de estrategia generó una dirección editorial totalmente divergente a la que propusieron casas editoriales como Nascimento y Universitaria en el período anterior al Golpe Militar, donde el diseño gráfico tuvo activa participación en el desarrollo de colecciones claramente definidas por formatos, colores, cubiertas y diagramación de páginas interiores.



Arriba: portada de libro de poesía diseñada por Mauricio Amster, 1971.

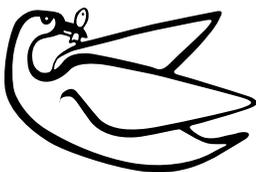
Abajo: *Mister Jara*, publicación salida bajo el alero de Quimantú como parte de la colección Minilibros. Su diseño fue realizado por Renato Andrade (Nato), 1973.





Arriba: portada de libro diseñada por Alejandro Rodríguez Musso, que recurre al uso del alto contraste y la aplicación de colores saturados, 1972.

Abajo: sello de la colección Cormorán, publicada por Editorial Universitaria y marca distintiva de las Ediciones Universitarias de Valparaíso. Inicios década de los 70.



CORMORAN



A pesar de la estandarización del diseño de libros y revistas en el país, a consecuencia de la producción masiva de principios de los 80, fueron los proyectos privados o de menor escala los que acuñaron una nueva modalidad de abordar el diseño editorial. En Valparaíso, a fines de la década anterior, se realizaron numerosas ediciones proyectadas por diseñadores, escritores y poetas que constituyeron interesantes propuestas tanto en el soporte como en la estructura gráfica para obras de bajo tiraje. La presencia de editores más audaces motivó la creación de publicaciones cuya aparición tuvo una importante repercusión en el diseño de colecciones y nuevas líneas de edición. En dicho contexto, cabe mencionar a Ediciones Universitarias de Valparaíso, Editorial Cuatro Vientos y Editorial Vertiente. El culto por una “ciudad que se mira a sí misma” y una arraigada influencia poética proyectada desde los centros académicos y representada por la vertiente nerudiana y huidobriana, generó una concepción muy abierta del diseño, con diversos puntos de vista, y una clara opción por la “no geometría”, reconocible en la producción de afiches, libros y folletos, que de alguna manera pudo constituir una alternativa a la excesiva racionalización del diseño gráfico durante el período.

Por otro lado, un sector de este nuevo contingente de diseñadores porteños recibió la influencia de la Bauhaus y sus relevos posteriores. Algunos de ellos,

como Eduardo Vargas, quien estudió en la Escuela de Ulm con Max Bill, ampliaron sus conocimientos en centros académicos extranjeros más consolidados.

A principios de los años 70, un grupo de diseñadores porteños, entre ellos Allan Browne, propulsó la revalorización de la imagen en el libro a través de un tratamiento visual, ya no tan sólo en el plano documental sino también “como elemento que define un contexto o sintetiza alguna idea, constituyéndose así en un verdadero complemento del contenido de la obra”³. En una línea más experimental, el mismo Browne, junto a diseñadores como Alejandro Rodríguez Musso, encontraron en las sobreimpresiones, los descalces y las sobras de imprenta una nueva modalidad gráfica denominada entonces como “repintes”. Este recurso alternativo, obtenido a través del “lenguaje de las máquinas”⁴, les proporcionó material referencial cuyas pruebas dieron origen a libros, revistas, afiches y folletos. La búsqueda de una expresión no convencional motivó a los diseñadores avezados en Valparaíso a desarrollar diversas piezas gráficas de promoción de la ciudad, las que tuvieron una importante referencia en la irregular arquitectura porteña y la poesía de Neruda.

Ya entrados los años 80, las grandes editoriales de las décadas anteriores como Nascimento y Universitaria, encontraron un importante relevo en las líneas de edición generadas por los centros académicos y la iniciativa privada de un sector que vio en la producción editorial un mercado factible para una producción más depurada y de mejor calidad. En efecto, desde dichos establecimientos, algunos profesionales plantearon una renovación en el diseño de las publicaciones; es el caso, entre otros, de las diseñadoras Pepa Fonca y Ximena Ulibarri, quienes privilegiaron un respeto por los caracteres tipográficos clásicos, pero agregando una carga expresiva y gestual a proyectos diversos, desde afiches hasta libros de cuidada edición. Respecto al trabajo de Ulibarri, es importante mencionar el aporte al desarrollo de memorias corporativas para empresas de diversos rubros, que tuvo sus inicios en los años 80, alcanzando su máximo desarrollo durante la segunda mitad de la década siguiente.

Cabe señalar también que las artes visuales y la práctica del diseño editorial tuvieron en la autoedición un punto de encuentro, sustentada en el ascenso de nuevos procedimientos tecnológicos como la fotocomposición y la fotocopia, erigiéndose en complemento documental de la obra, o incluso superando la importancia de ésta. La clausura de los espacios abiertos a toda propuesta con sentido crítico y la escasez de recursos motivaron a distintos



Izquierda: portada de la revista *Comunicación*, diseñada por Alex González, 1978. A pesar de su especialización en el área de las comunicaciones corporativas, González también incursionó en este tipo de propuestas editoriales donde se hace evidente el parentesco con el afiche polaco.

Derecha: afiche realizado por Hernán Venegas para Congreso Latinoamericano de Publicidad, 1977.



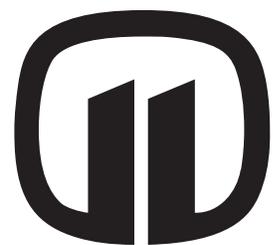
artistas a asumir el rol de improvisados editores. Por otro lado, el acercamiento de la publicidad a las prácticas artísticas generó una amalgama que recurrió al uso de caracteres tipográficos como la Stencil, y a matrices icónicas derivadas de los diseños y marcas de productos de consumo. Las formas de autoedición mencionadas tuvieron su inicio en la segunda mitad de los años 70, para declinar a lo largo de la década siguiente, cuando la progresiva recuperación de espacios y el acceso a mayores recursos para la producción de sus obras, llevaron a los artistas a desvincularse cada vez más de la producción editorial, siendo derivada como encargo a las distintas agencias de diseño.

La expansión de las agencias de diseño durante los años 80

La modernización del país y la diversificación de los mercados amplió los espectros operativos del diseño gráfico, lo que se vio reflejado en la aparición de nuevas publicaciones, una mayor circulación de afiches y un creciente interés de las empresas por mejorar su imagen corporativa. Pese a la recesión económica que afectó al país desde 1982 y el desafortunado cierre del Departamento de Diseño de la Universidad de Chile en 1981, algunos diseñadores con visión empresarial instalaron sus propias agencias, con el propósito de brindar servicios en el campo de la imagen gráfica aplicada.

Durante la segunda mitad de la década de los 70 y especialmente en los años 80, se produjo un cambio perceptible en la enfatización de los elementos externos de las empresas e instituciones. Una fuerte influencia del entorno económico del país y, como suele ser habitual, la invasión de parámetros externos, en particular aquellos provenientes de Estados Unidos, generaron una cierta explosión mediática en un momento donde las empresas comenzaron a profesionalizar sus propias herramientas de promoción. Si bien todavía resulta aventurado hablar de un conocimiento y un diseño sistemático de programas de identidad visual en el país, no es menos cierto que ya existían algunos casos de bancos y entidades privadas que comenzaron a atribuir a la imagen el valor estratégico que tiene hoy en día. Sin ir más lejos, la tardanza en la aplicación o renovación de una identidad corporativa estable hay que atribuirla en buena medida al carácter conservador del empresariado chileno.

Por otra parte, la adopción de un lenguaje de formas constructivas y geométricas tuvo su complemento en el reiterado empleo de caracteres tipográficos como Helvética y Univers. El hecho que el diseñador Vicente Larrea prohibiese el uso de la tipografía Helvética en los encargos realizados por su oficina durante el período, puede tomarse como una señal inequívoca de la homogeneización de una buena parte del diseño gráfico chileno, que se abocó a una producción desvinculada de las referencias locales,



Logotipo para Teleonce, Universidad de Chile Televisión, diseñado por Luis Albornoz en el año 1979.



Arriba: logotipo del Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile realizado por Robinson Palma en 1990.

Abajo: isotipo del Colegio de Publicistas de Chile, diseñado por Hernán Venegas.



para situarse en un tramado visual de aire cosmopolita y moderno. Esta suerte de “helvetización” acuñó pautas y normativas de claridad y precisión en un lenguaje universal que, si en algunos casos arrojó muy buenos resultados en la identificación de empresas, por contraparte, se acercó en demasía al diseño de conocidas marcas salidas de los estudios de figuras legendarias del diseño estadounidense como Paul Rand o Chermayeff & Geismar.

Si en la época de las primeras marcas diseñadas por la oficina de Larrea existió un predominio del trazo manual y el contorno irregular, en este período primó una clara objetividad y un acentuado rigor geométrico, cuya facción “moderna” acusó un abuso de líneas y rectas y una reiterada tendencia a la figuración abstracta. La modalidad operativa de las agencias de diseño y comunicación surgidas en este período, reflejó la necesidad de una práctica interdisciplinaria y de trabajo en equipo que se desligó paulatinamente de la producción artística, más cercana al ejercicio autoral. Un buen ejemplo de ello lo constituyó la empresa Diseñadores Asociados, fundada en 1980 por Álex González y Mario Fonseca, que se especializó en comunicaciones corporativas tanto para el desarrollo de la imagen de empresas e instituciones, como para la presentación y difusión de sus productos y servicios.

El crecimiento de las comunicaciones en el país y un mayor grado de exigencia de los clientes obligó a

las agencias a involucrar distintos especialistas para el desarrollo y producción de los encargos, derivando a una concepción del diseño que acuñó como definición emblemática la de “servicio integral”. Este perfil bien puede aplicarse a empresas surgidas a mediados de la década como MV Diseño o Proyectos Corporativos, las que orientaron sus estrategias a las exigencias de un nuevo mercado que simultáneamente hacía sentir la presencia del diseño como factor integrador y valor agregado.

Proyección y racionalización del diseño en Chile

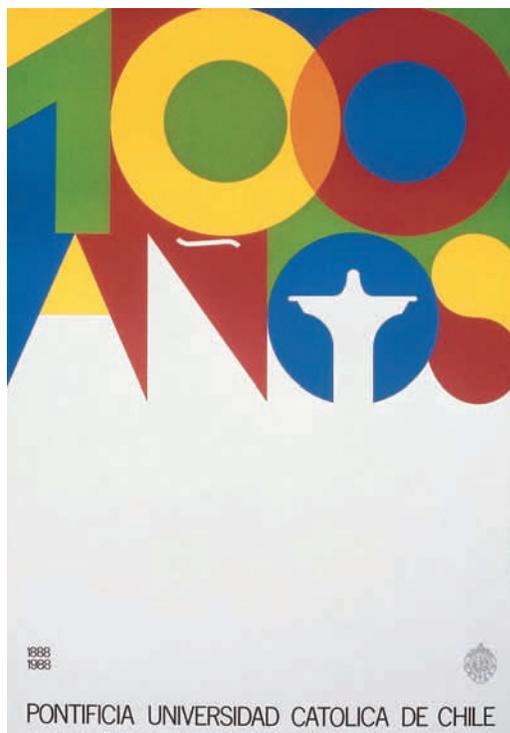
El ciclo que abarcó la segunda mitad de los años 80 propició una mayor difusión de la actividad desde el frente académico. Esta inquietud por las proyecciones de la disciplina motivó que en 1984 se fundara la Asociación de Diseñadores Profesionales, dos años más tarde reorganizada como el Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile, cuyos principales objetivos fueron impulsar el perfeccionamiento profesional, brindar servicios a la comunidad y promover un desarrollo metodológico de la actividad.

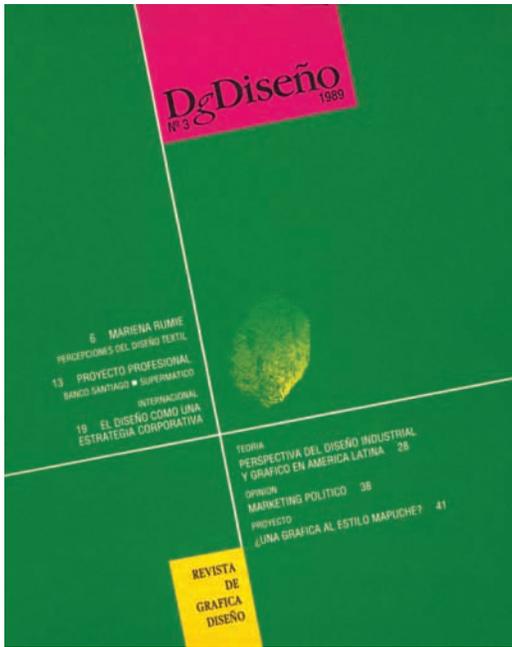
En Antofagasta y otras ciudades del norte, las actividades de divulgación y el trabajo académico sentaron un buen precedente, destacando además el aporte de algunos diseñadores gráficos al rubro de la minería por medio de folletos, revistas y marcas.

Dos trabajos realizados por el diseñador Rodrigo Mizala.

Izquierda: afiche para la conmemoración del Centenario de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 1988.

Derecha: imagen gráfica para el Bicentenario de la ciudad de Valparaíso, 1986.





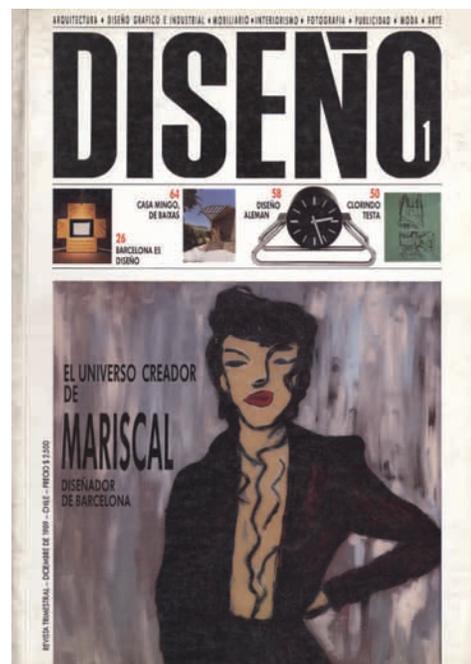
Portada de la revista *Dg Diseño*, 1989. Los diseñadores José Korn y Alejandro Rodríguez Musso estuvieron a cargo de la dirección y la edición de este medio especializado.

En el otro extremo del país las experiencias han sido distintas, tomando en cuenta que el habitante del sur posee una cultura visual distinta a la del entorno urbano. En relación a ello, uno de los grandes desafíos en lugares como la Novena Región ha sido adaptar los códigos lingüísticos a lenguajes autóctonos, cuyos elementos iconográficos han debido ampliar su dimensión original, en un contexto donde los símbolos habituales de información pública no han sido lo suficientemente claros. A pesar de ello, los Parques Nacionales de la zona sur constituyen un potencial campo para el diseño de simbologías gráficas y proyectos de señalética.

Por otra parte, la aparición de publicaciones ligadas al campo de las comunicaciones sociales y el diseño como la pionera *Comunicación*, iniciativa del diseñador Álex González aparecida en 1978, y algunas revistas de la siguiente década como *Guía Gráfica*, dirigida por Jorge Soto Veragua, y *Dg Diseño*, por José Korn, estimularon y dieron a conocer el trabajo de diseñadores nacionales y extranjeros, estableciendo nuevas relaciones y vínculos que fomentaron la discusión y el desarrollo de exposiciones anuales como la ExpoDiseño y el Congreso Internacional Diseño y Desarrollo Regional, llevado a cabo en 1990 en Chillán. El año anterior contempló el lanzamiento de la revista *Diseño*, proyecto del diseñador Hernán Garfías que a través de una edición emparentada con la gráfica editorial suiza, dio tribuna a lo largo de

una década al desarrollo y la evolución internacional del diseño gráfico y otras disciplinas afines.

La inquietud generada a fines de los 80 por el desarrollo de publicaciones especializadas y la realización de los eventos antes mencionados, motivaron a la Escuela de Diseño de la Universidad Católica a organizar la Primera Bienal de Diseño en 1991, certamen que tuvo por objetivo “Instaurar un ámbito de encuentro con el diseño, para profesionales, académicos, industriales, usuarios en general y autoridades a cargo de las políticas de desarrollo del País”⁵; al tiempo que el evento constituía una instancia para “... visualizar globalmente los parámetros de evolución del diseño nacional, tanto en relación a los requerimientos de la modernización del país como su revisión en referencia al contexto internacional”⁶, en palabras de la docente Isabel Baixas. Dos años más tarde, tuvo lugar la segunda versión del evento, cuyo interés principal fue “... crear las instancias de reflexión y acción entre los diversos sectores, para consolidar tanto la integración del buen diseño en el proceso productivo, como la difusión de los valores y el significado cualitativo del diseño para el público en general, contribuyendo de este modo al fortalecimiento de nuestro desarrollo y cultura nacional.”⁷ La Segunda Bienal tuvo el valor de recoger la inquietud generalizada que produjo en el medio local la masificación a la que se encaminaba la gráfica digital, donde resulta pertinente citar parte de la conferencia dictada en el marco del evento por la diseñadora inglesa Sheena Calvert: “... la exagerada preocupación con la tecnología para la



Compañía de Teléfonos de Chile

Arriba: logotipo del Banco de Crédito e Inversiones diseñado por José Miguel Arcos, 1991.

Centro: marca para Empresa de Telecomunicaciones de Chile, realizada por la oficina Diseñadores Asociados.

Abajo: imagen corporativa para empresa de telefonía, diseñada por la agencia Proyectos Corporativos, 1990.

Portada del primer número de revista *Diseño*, 1989.



Afiches para compañía de teatro La Troppa, realizados por el colectivo Bloc Diseño en 1990 y 1998, respectivamente.

educación en diseño, nos está llevando, según mi opinión, hacia terrenos peligrosos. Los estudiantes parecen hipnotizados por estas nuevas tecnologías y no tienen capacidad para entender y criticar las complejas implicancias de la tecnología, tienen un lenguaje disponible pero no tienen el contexto.”⁸

En octubre de 1996 tuvo lugar la Tercera Bial, que apelando al slogan “Diversidad: un lenguaje universal”, retomaba objetivos de las anteriores versiones, como la necesidad de estrechar lazos entre el mundo académico y empresarial, y también “contribuir a la consolidación de la cultura del buen diseño en el país”⁹. Si bien la muestra logró superar en términos de organización a lo realizado en 1991 y 1994, no han existido acuerdos posteriores entre las escuelas y el mundo profesional en torno a una nueva realización del certamen. Como dato importante, la escasez de trabajos presentados al concurso de sitios web realizado en el marco de la última Bial, permite constatar que por entonces los medios digitales todavía registraban un incipiente desarrollo en Chile.

Los años 90 y la incorporación de la gráfica digital

La paulatina introducción del computador en las agencias de diseño y publicidad a fines de los años 80, significó una transformación importante en el

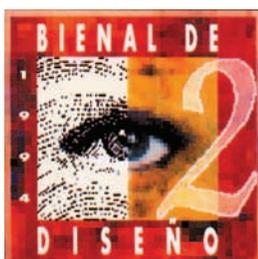
medio, redibujando un nuevo mapa en los modos de hacer y pensar los encargos o proyectos. Si en la década mencionada se fue incorporando lentamente la tecnología de punta, en los años 90 se convirtió en una herramienta imprescindible. Síntomas inequívocos de esta transformación operativa fueron el deceso definitivo de la letra transferible y la fotocomposición por encargo, donde los factores de disminución de los tiempos de producción dependieron cada vez más de la adquisición de software y hardware de alta calidad. De esta manera, la variable tecnológica empleada para optimizar el tiempo en el desarrollo del proyecto se transformó en un factor esencial. A diferencia de los bocetos o maquetas, confeccionadas manualmente en las décadas precedentes, se pudieron efectuar las modificaciones que el cliente estimara necesarias directamente en la pantalla del computador, digitalizar imágenes a través de medios magnéticos de alta densidad o imprimir un boceto muy cercano a lo que sería el producto, reemplazando el lápiz y el papel por un “mouse” y una pantalla.

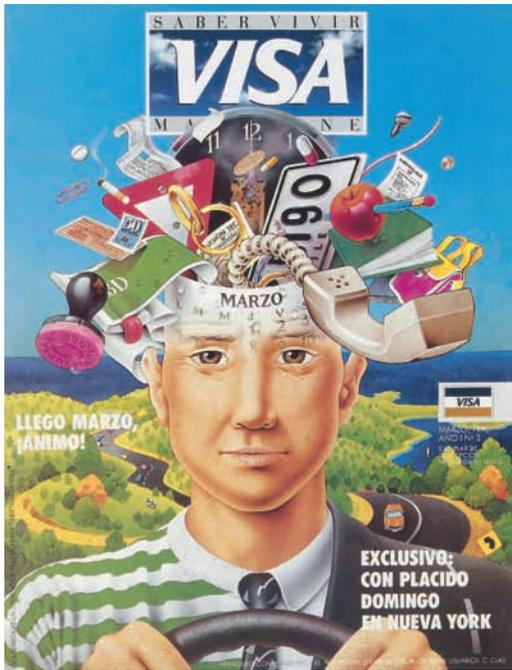
La cristalización de un cierto estilo ligado a la irrupción de la nueva cultura digital y el acceso masivo a esta nueva herramienta permitieron, por un lado, generar una inédita modalidad de autoedición o “desktop publishing”, y por otro, el ascenso de una serie de arrebatos tipográficos que respondieron a modas de rápida caducidad. Entre ellas, puede mencionarse la extendida práctica de estrechar y

EXPO DISEÑO

Arriba: imagen de la Expo-Diseño, cuya primera versión se efectuó dentro del marco de la Expográfica 89.

Abajo: imagen realizada por Paula Celedón para la Segunda Bial de Diseño, 1994.

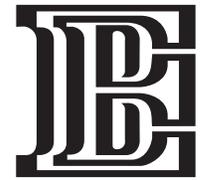




Portada de revista para promoción de tarjeta de crédito, 1990. Ilustración de Benjamín Diéguez. El aerógrafo, medio muy valorado en el medio gráfico por varias décadas, mantuvo plena vigencia hasta principios de los 90.

ensanchar los tipos, deformando el equilibrio de sus rasgos verticales y horizontales, y la utilización de una gran variedad de caracteres al mismo tiempo, como si la abundancia de ellos hubiese estado proscribida desde los tiempos de Gutenberg.

La fase final de la década de los 80 y los inicios de la siguiente, generaron el ambiente y los espacios que permitieron la aparición de las revistas de las "tarjetas de crédito", signo inequívoco de las nuevas estrategias de marketing, orientadas a la promoción de productos de consumo mediante canales de difusión y una relación constante con el público destinatario. La elaboración de proyectos de diseño "consolidado", hechos a la medida de un público cuyos hábitos han sido detectados, y la renovación estilística de algunas publicaciones clásicas como *Paula*, al abandonar los caracteres tipográficos de la Bauhaus en sus cubiertas, sintetizaron los aires de modernización editorial en una época en la que ya se estaba hablando de "postmodernidad" como una paradoja del futuro anterior, lo que se vio reflejado en un mercado eclecticismo que combinó, sin ningún tipo de prejuicio, la nostalgia de la fotografía color sepia con grandes títulos condensados o expandidos hasta el límite de su legibilidad.



Arriba: isotipo para el Banco de A. Edwards, diseñado por la oficina Walker Diseño, 1988.

Abajo: imagen de identidad realizada por Guillermo Tejeda para representar a Chile en la Expo-Sevilla de 1992.



Las publicaciones independientes del período generaron un amalgama entre el trabajo manual y los primeros pasos de la autoedición digital en Chile. Izquierda: portada de la revista *Pluma y Pincel*, 1986. La dirección de arte estuvo a cargo de la pintora Patricia Israel. Derecha: portada del periódico *Noreste*, cuya primera versión fue diseñada por Beltrán Mena, 1990.

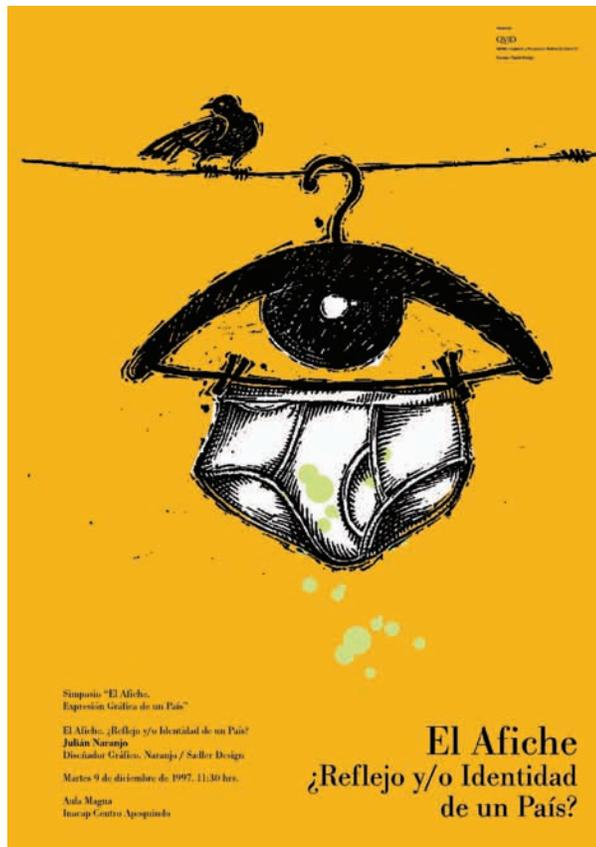




Marcas diseñadas por Julián Naranjo para Taller Uno, servicio de fototécnica y marca de cerveza, ambas del año 1991.



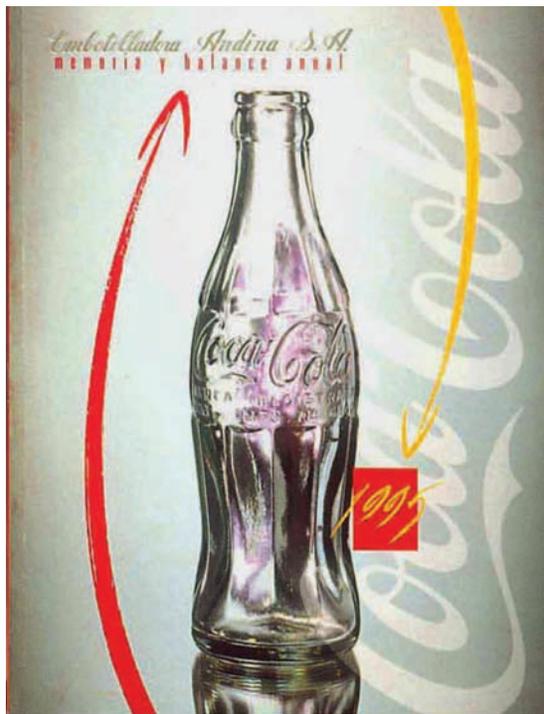
Dos trabajos realizados por el diseñador Julián Naranjo. Arriba: imagen para el calendario Zanders 1991, que retoma el legado de la estética precolombina y el uso del contorno grueso e irregular. Abajo: afiche para un evento sobre gráfica chilena, 1997.



Nuevos referentes para la disciplina

Entre el término del Régimen Militar y el advenimiento de una democracia que abogaba por la construcción de un nuevo orden político sobre el sistema económico levantado por el régimen anterior, arribaron al país algunos diseñadores chilenos con experiencia en los mercados de Europa y Estados Unidos. Julián Naranjo, quien trajo consigo la herencia de Milton Glaser, Seymour Chwast y la gráfica japonesa, desarrolló un nutrido repertorio de imágenes que en algunos casos adoptaron un perfil cosmopolita, y en otros, se apoyaron en un discurso lleno de citas y referencias a nuestro patrimonio visual, contribuyendo, sin lugar a dudas, a elevar el nivel del medio nacional.

Guillermo Tejeda, otro de los emigrados que regresó procedente de Barcelona, agregó a un entorno bastante estandarizado la frescura de un trazo heredero de la escuela catalana. La imagen gráfica diseñada para la Expo Sevilla en 1992 marcó una instancia destacable, tomando en cuenta que la denominación simbólica del país, que incluyó el diseño, la arquitectura y la plástica, desplazó a la poesía de Pablo Neruda y Gabriela Mistral en el ejercicio de dicha representación. Si el período del Régimen Militar se había caracterizado por un excesivo rigor geométrico



Izquierda: afiche de Guillermo Tejeda para Concierto de Amnistía Internacional, 1990. Esta pieza manifiesta la revalidación del trazo en un medio gráfico que durante los últimos 15 años se había abocado a una producción que tuvo en la gráfica suiza un importante referente.

Derecha: en el área de las memorias para empresas, Ximena Ulibarri integra la gestualidad del trazo al contexto de la normatividad corporativa.

en el diseño gráfico chileno, el trabajo de Tejeda y Naranjo contribuyó a la revalidación del trazo manual, rasgo que había tenido importante presencia a comienzos de los años 70, recordando los trabajos de Waldo González y la oficina de Vicente Larrea.

Por otro lado, el diseñador gráfico José Neira recogió la influencia del racionalismo suizo de los años 50 y la Escuela de Diseño de Basilea, incorporándose con una propuesta visual que puso especial énfasis en el planteamiento tipográfico, factor comúnmente poco desarrollado en el medio chileno. Así, la puesta en escena de una visualidad propia a través de distintas piezas de diseño gráfico (libros, folletos, envases, etc.), articuló un instancia de acceso a la modernidad que se constituyó en una importante referencia a la hora de comprobar la creciente participación de las comunicaciones visuales en el medio nacional.

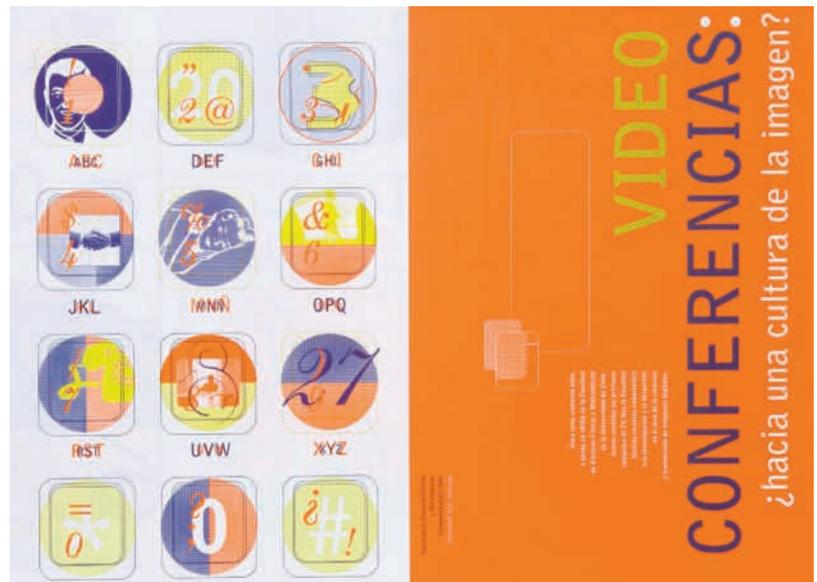
Como fue dicho anteriormente, la institucionalización de memorias corporativas, no sólo como un espacio para dar cuenta de los estados financieros de las empresas, sino también como una forma de entregar una imagen atractiva de éstas, generó a fines de los años 90 un notable despliegue de propuestas. Al respecto, es importante mencionar el trabajo de Ximena Ulibarri para Embotelladora Andina, las memorias de Julián Naranjo para Chilquinta y los proyectos de la oficinas Imax o Lungenstrass & Ureta, donde la incorporación de folias, cuños, barnices y troqueles encontró un interesante punto de intersección entre experimentación y diseño,

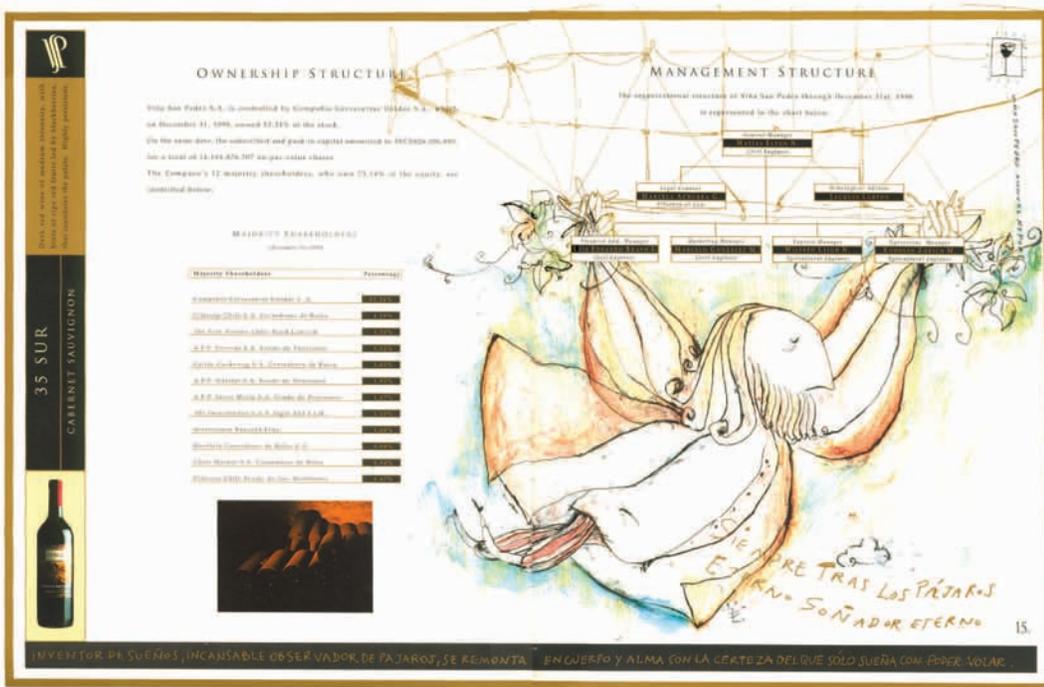


Dos trabajos realizados en la oficina Tesis, del diseñador José Neira.

Izquierda: imagen vectorial para brochure de unidad académica universitaria, 2001.

Abajo: folleto desplegable diseñado para ciclo de video conferencias, 1999.





Izquierda: páginas interiores de memoria anual para Viña San Pedro. Diseño de Pablo Lungens-trass y Ximena Ureta, 1998.

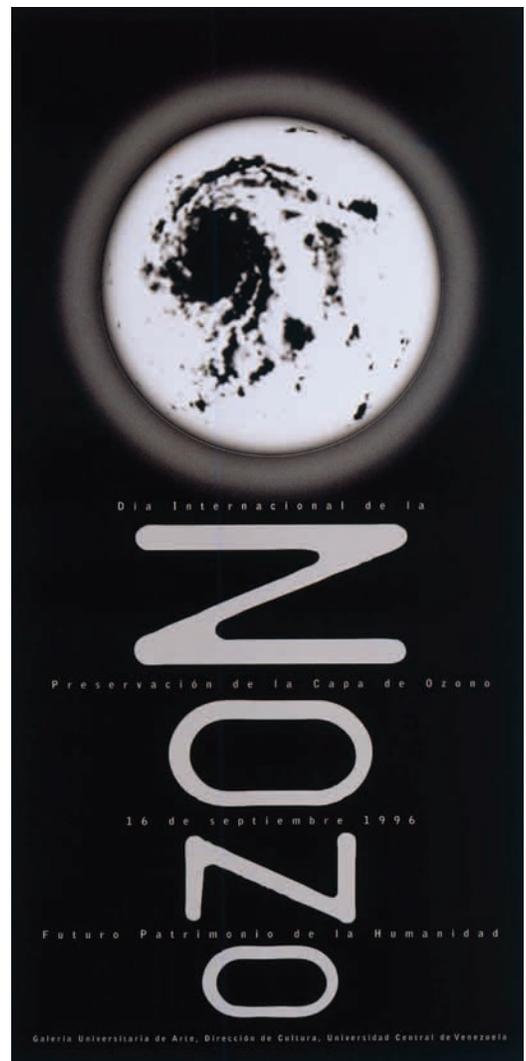
Abajo: afiche diseñado por Ximena Ulibarri para difusión de política ambiental, 1996.

dejando entrever referencias tan diversas como el trabajo del diseñador David Carson, aproximaciones a la gráfica suiza o ilustraciones cercanas al lenguaje del pintor Joan Miró. En tal sentido, la vasta producción desarrollada en este tipo de edición corporativa significaría una extensa enumeración de agencias y memorias impresas con resultados disímiles.

Si bien el número de oficinas de diseño se multiplicó durante la segunda mitad de los 90, el aporte puntual de diseñadores gráficos como Matías Del Río, en imagen de producto, Gonzalo Castillo, quien aborda la disciplina desde la perspectiva corporativa, o Rodrigo Mizala desde el ámbito publicitario, generó enfoques diversos que abogaron por una visualidad de raigambre helvética o cercana a una gestualidad expresiva, obtenida a través de brochazos como en los difundidos afiches de Mizala. En tal sentido, la revalidación del trazo antes mencionada, la influencia del afiche polaco y de colectivos gráficos europeos como Grapus, sumada a la revisión de referentes iconográficos postergados durante las décadas precedentes, cobraron presencia en algunos trabajos emblemáticos de la época como los afiches producidos por el colectivo Bloc Diseño para la compañía de teatro La Troppa. El punto de inflexión, si así se le puede llamar, lo marcó el Escudo Nacional realizado por Diseñadores Asociados para el segundo Gobierno de la Concertación, cuya reinterpretación gestual molestó a un sector que vio en esta imagen moderna e informal un deterioro de la simbología nacional. Como proyección reciente de tal debate, cabe mencionar la imagen implementada



Arriba y abajo: ilustración de Robinson Palma e imagen de identidad realizada por Guillermo Cáceres.





BancoEstado

Izquierda: Escudo Nacional para la identificación de la Secretaría General de Gobierno del período presidencial de Eduardo Frei Ruiz-Tagle. Fue encargado al estudio Diseñadores Asociados, 1994. Centro: imagen corporativa del tercer Gobierno de la Concertación, 2000. Derecha: rediseño de la imagen de identidad de BancoEstado, desarrollado por la agencia Imax, 2001.

por el Gobierno siguiente, una abstracción geométrica de la bandera chilena, lo que fue visto como un atentado a las tradiciones al desplazar la presencia del Escudo Nacional en la imagen oficial de país.

Por otro lado, Mizala y otros comunicadores como el diseñador Juan Martínez y el publicista Raúl Menjíbar, quienes en los 80 desarrollaron importantes aportes a áreas del diseño como el afiche y la imagen corporativa, se abocaron a la instalación de agencias de publicidad que marcaron un precedente para el desarrollo de dicha disciplina en el país a través de empresas como Porta y Prolam. Por otra parte, la década siguiente y el siglo entrante han visto nacer y desaparecer numerosas agencias de diseño pequeñas y medianas. Algunas han logrado consolidarse en un medio cada vez más exigente, que no sólo ha tomado en cuenta la calidad del diseño, sino también aspectos inherentes a la valorización de una actividad que ha estado supeditada directamente a los medios digitales y su evolución.

Proyecciones recientes del diseño gráfico chileno

Al referirnos a los momentos más cercanos en esta revisión histórica del diseño gráfico chileno, es importante considerar la iconografía o gráfica popular como un referente ineludible de nuestro patrimonio visual, que a pesar de su condición precaria y transitoria, ha podido generar ciertas interrogantes al ámbito académico y la práctica profesional.

Históricamente, y con la excepción del período de la Unidad Popular, los circuitos del diseño profesional no mostraron mayor interés o comprensión por este tipo de manifestaciones anónimas y espontáneas, consideradas como expresión de la "otra cultura": distante del ámbito oficial y los grandes centros de



Izquierda: letrero de bus, cuyos códigos específicos han logrado generar una impronta visual con leyes, morfología e identidades propias, 1998.

Abajo, izquierda: letrero de local comercial, 1991.

Abajo: tipografías display realizadas por Luis Rojas y José Soto, basadas en el grafismo urbano popular de la ciudad de Santiago, 1998. Ambos diseñadores desarrollaron el sitio web www.tipografia.cl, espacio que ha contribuido a la difusión de la tipografía chilena.



ANTILLANGA
CACHITO
Emiliana
ESTACIÓN
EXPENDIO
MECHADA
PAPAS
RIPID



Arriba: dos boletos de la locomoción colectiva, vigentes desde los años 90. La emisión de este tipo de piezas gráficas se inició a fines del siglo XIX, con la aparición de los tranvías eléctricos. A partir de 1965, comenzaron a ser impresos en la Casa de Moneda y en la década de los 80, con los nuevos sistemas de contrato, se inició la competencia por imponer las marcas de los recorridos. Alejandro Inostroza y Tomás Zúñiga dibujaron parte de los más emblemáticos diseños del período.

Derecha: imagen perteneciente a una serie de íconos desarrollados a partir del grafismo reconocible en las carrocerías de buses de la locomoción colectiva. Diseño de Luis Rojas y José Soto.

producción y consumo. Esta condición reductiva del diseño gráfico operó durante varias décadas, al descartar o confundir determinadas manifestaciones de la cultura popular con otros referentes que también integran dicho espacio.

En ese sentido, la emisión de boletos de transporte público, cuya data ya supera el siglo y que alcanzó su máxima expresión durante los años 80 y primeros 90, puede considerarse una clara muestra de esta singular dicotomía. Las imágenes corporativas o simbologías de los recorridos impresas en dichos boletos, inicialmente bajo el alero de la Casa de Moneda, encontraron un armónico equivalente en los grafismos manuales desplegados sobre la carrocería de dichos medios de transporte por anónimos pintores de letras.

Curiosamente, el arraigo de este tipo de expresión local ha sido tan fuerte que los encargados del pabellón de Chile en la Expo Sevilla 92 proyectaron el interior del recinto basándose en una carta de colores registrada en el Barrio Franklin y sus calles aledañas, sector donde se pueden encontrar numerosas muestras de gráfica comercial elaborada manualmente.

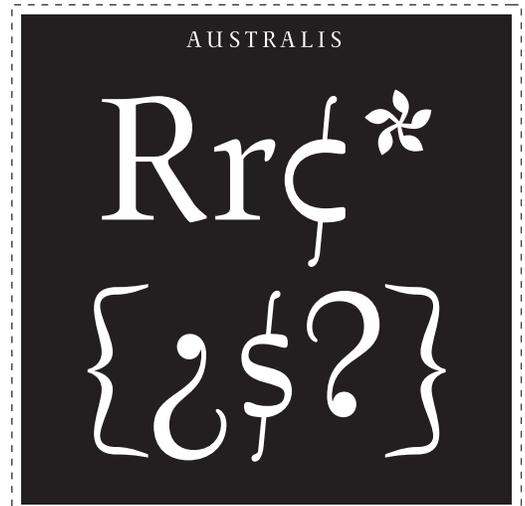
El reconocimiento de “lo popular” implica comprender que dicho mundo se articula en una diversidad donde confluyen todas las referencias culturales que han irrumpido en el contexto local, las que han sido finalmente asimiladas o interpretadas por las bases sociales. El grafismo producido en dichos espacios, que tampoco ha escapado a ciertas recurrencias formales, ha motivado un interés reciente de nuevas generaciones de diseñadores que abordaron dichos lenguajes como fuente de recreación vernacular, encauzando tales inquietudes en una práctica como el diseño tipográfico.

El perfeccionamiento de los medios digitales ha provocado una proliferación de tipografías a escala mundial, con ciclos de vida que están estrechamente ligados a sus opciones de uso y a su legibilidad. No obstante, la discusión más reciente ha reivindicado el uso de fuentes clásicas, como también el diseño de nuevos caracteres que asimilan el legado de la tradición de imprenta.



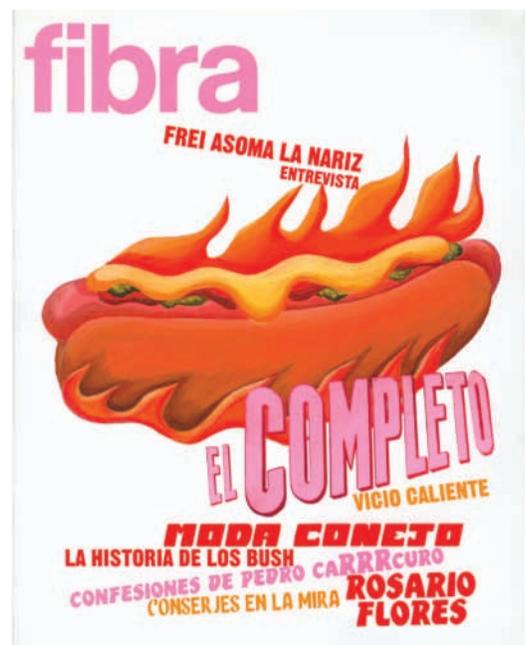
A U S T R A L I S

A B C D E F G H I J
L M N O P Q R S T
U V W X Y Z & !
({ ç \$ € * ¿ ? * η })



Arriba: tipografía Australis, diseño de Francisco Gálvez, 2002.

Abajo: portada de revista *Fibra*, que incluye textos diseñados con tipografías locales, 2003.



La democratización y el acceso a los medios digitales posibilitó el advenimiento de la tipografía “hecha en Chile” desde mediados de los 90, momento en que los estudiantes de diseño mostraron una inquietud por referentes ignorados en el ámbito académico, empleando la tipografía como una herramienta para desplazar la mirada más allá de una enseñanza donde la experiencia europea o estadounidense es generalmente “la” materia de estudio.

En el ámbito del diseño editorial, el surgimiento de revistas gratuitas y accesibles vía internet ha captado el interés de un numeroso público, dando lugar a una importante rotativa de publicaciones en los últimos años. Es el caso de las revistas *Lat 33*, *Blank* y *Fibra*, entre otras. Otra categoría han ocupado ediciones de formato pequeño, distribuidas en lugares de esparcimiento o venta de productos, adquiriendo función de agenda cultural o de eventos. Cabe señalar que dichas publicaciones han tenido una circulación importante y su dirección de arte ha optado por un diseño contemporáneo y bien resuelto. Sin embargo, y pudiendo ser revista *Fibra* la excepción a la regla, estos proyectos han evitado el riesgo de abandonar una visualidad demasiado cercana a publicaciones internacionales de similar perfil, para apostar por proyectos más representativos del contexto cultural chileno.

Curiosamente, ante la proliferación de publicaciones diversas que en algunos casos acusan una producción excesiva para el contenido real que otorgan, llama la atención la escasez y el difícil pasar de revistas

“Patúa”
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñ
 opqrstuvwxyz«&»
 0123456789;¥€\$¢f
amburgefións * changos

Fuente de texto Patúa, diseñada por Luciano Vergara como trabajo final para el Diploma en Tipografía, dictado por la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 2003.



abcdefghijklmnopnño
 pqrstuvwxyzABCDEF
 GHIJKLMNOPÑOP
 QRSUVWXYZ&@
 1234567890€|æœ?
 (fiflLßr)☞{.::!;, }@

Elemental, de Francisco Gálvez, primera fuente de texto diseñada en Chile, 2001.

especializadas en diseño y comunicación visual, y la permanencia de proyectos digitales con formato de revista, cuyo desarrollo se hizo sentir con fuerza desde mediados de los años 90.

Una práctica que adquirió notoriedad a partir de los 90 fue la autoedición surgida en circuitos ligados a la “cultura de eventos”. Podemos señalar que su principal aporte ha sido propiciar una instancia para el desarrollo del afiche en tiempos donde éste parecía declinar. Otro referente de estos circuitos ha sido el “flyer”, que por su cercanía al formato de impresos como tarjetas de presentación o volantes, ha revitalizado en algún grado a medios como la impresión tipográfica. La visualidad de las piezas gráficas en cuestión, ha apelado en forma recurrente al uso de fotografías “pirateadas” de distintos íconos de la cultura de masas, como también a una imaginaria cercana a la estética vectorial y 3D de sitios web afines al diseño y la ilustración.

Dentro de la renovación de escenario sufrida por el diseño gráfico chileno en el tiempo más reciente, vale señalar la progresiva injerencia del diseño web y de la gráfica en movimiento o “motion graphics”. Si el tramo situado entre mediados de los 80 y la primera mitad de la década siguiente contempló



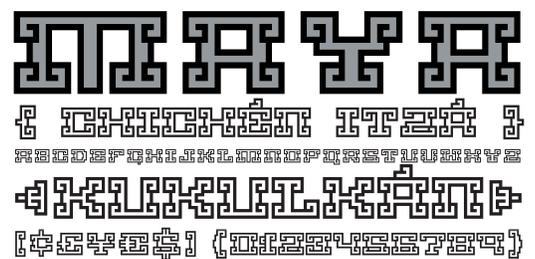
Fuente de texto Chúcaro, Juan Pablo de Gregorio, 2004.



Indo Sans, de Rodrigo Ramírez, primera familia tipográfica para texto diseñada en Chile, 2002.

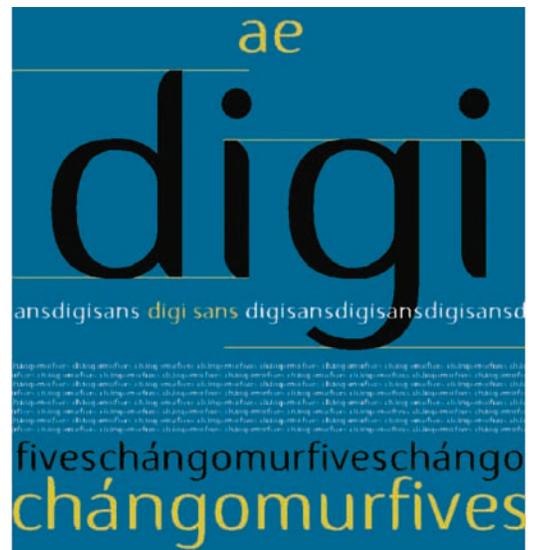
el acceso a la autoedición cuyo destino final era el soporte impreso, la etapa iniciada desde mediados de los 90 estuvo marcada por el acceso público a internet y a herramientas de producción cuyo fin era el soporte digital en sí. Lo anterior ha involucrado a una cultura de la animación gráfica propulsada por medios como el software Flash, que por su carácter vectorial, contribuyó a revalidar la ilustración desde la red. Si el dibujo pudo recobrar fuerza gracias a la web, no menos importante ha sido su revalidación en el impreso, donde un caso particular ha sido el de la prensa, que en la segunda mitad de los 90 asignó un rol fundamental al desarrollo de la infografía en los principales medios escritos del ámbito local, mientras los suplementos o ediciones complementarias de los diarios han brindado un importante espacio a una nueva generación de ilustradores locales.

Finalmente, es posible señalar el desarrollo de proyectos más orientados al cine o la televisión, gracias a medios como el video digital y los softwares de edición y postproducción. Este último espacio, que años atrás fuera dominio casi exclusivo de comunicadores audiovisuales, gente de televisión o cine, posibilita hoy la existencia de varias oficinas integradas principalmente por diseñadores.



Arriba: tipografías bitmap diseñadas por Miguel Hernández para la fundición digital Atomic Media, 2003.

Abajo: fuente de texto Digi Sans, proyecto de Caterina di Girolamo para la primera versión del Diploma en Tipografía, realizada en el año 2002.



NOTAS

Introducción de la imprenta en Europa y América

1 | Satué, Enric; *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Forma, 1988, p. 10.

2 | Martínez Baeza, Sergio; *El Libro en Chile*. Santiago, Biblioteca Nacional, 1982, p. 21.

3 | Romero de Lecea, Carlos; *Antecedentes de la Imprenta y circunstancias que favorecieron su introducción en España*. Madrid, Estudios y ensayos joyas bibliográficas, 1972, p. 219.

4 | Se pueden consignar como documentos gráficos relativos a nuestro país, los dibujos de Fray Jofré de Loayza sobre el descubrimiento accidental de Chile hecho por Magallanes y los dibujos de la costa patagónica atribuidos a Sebastián Elcano.

5 | Martínez Baeza, Sergio; "La Imprenta en América". Suplemento Quinto Centenario del Descubrimiento de América de *El Mercurio*, Santiago, 11 de enero de 1992, p. 9.

6 | *Ibid.*

7 | Satué, Enric; *op. cit.*, p. 47.

8 | *Ibid.*, pp. 55-56.

9 | Rojas Mix, Miguel; *La imagen artística de Chile*. Santiago, Universitaria, 1970, pp. 28-29.

10 | *Ibid.*, p. 43.

Capítulo I

Primeras imprentas e impresos coloniales

1 | Amunátegui, Domingo; "La primera imprenta chilena se debió a la Compañía de Jesús". *Revista Chilena de Historia y Geografía*, número 78, Santiago, 1933, p. 85.

2 | Soto Veragua, Jorge; *Breve Historia de la Imprenta y de la Industria Gráfica en Chile*. Santiago, Antártica, 1990, p. 14.

3 | Laval, Ramón; "Un incunable chileno". *Noticias Gráficas*, número 87-88, Santiago, septiembre / octubre 1910, pp. 89-92.

4 | Según el bibliógrafo Luis Montt, el "famoso fray Sebastián Díaz" (segundo principal de los Dominicos) habría encargado esa imprenta a Lima, dándose el gusto de manejarla por sí mismo.

5 | Martínez Baeza, Sergio; *El Libro en Chile*. Santiago, Biblioteca Nacional, 1982, p. 63.

6 | Soto Veragua, Jorge; *op. cit.*, pp. 17-19.

7 | Eugenio Pereira Salas hace referencia en su estudio *Juegos y alegrías coloniales* a naipes fabricados por J.C.G., iniciales que corresponderían a José Camilo Gallardo quien, después de haberse dedicado a esta artesanía, pasó al oficio de impresor.

8 | Martínez Baeza, Sergio; *op. cit.*, p. 64.

9 | *Ibid.*, p. 65.

10 | Esta Universidad ya tenía su propio sello en 1758, el que puede ser considerado como temprano precedente para las marcas locales.

11 | Villalobos, Sergio; "166 años de opinión e información". *Comunicación*, número 4, Santiago, marzo 1978, p. 47.

12 | Desde 1802 circulaba en Santiago la *Gazeta Jocosca*, periódico manuscrito probablemente realizado por algún fraile realista, que desapareció en 1815.

13 | Medina, José Toribio; prólogo en: Johnston, Samuel Burr; *Cartas de un Tipógrafo Yanqui*. Santiago, Francisco de Aguirre, 1997, p. xiv.

14 | Desde su aparición, *La Aurora de Chile* dio cabida a la publicidad por medio de pequeños avisos donde se puede constatar, entre otros, la venta de un piano y la apertura al público de una tonelería.

15 | Silva Castro, Raúl; "Los Pasquines de la Patria Vieja y la Linterna". *Revista Chilena de Historia y Geografía*, número 114, Santiago, 1949, pp. 7-8.

16 | *Ibid.*, p. 69.

17 | Montealegre, Jorge; "José Miguel Carrera ¿Mártir de los caricaturistas?". *Guía Gráfica*, número 17, Santiago, julio 1987, pp. 44-47.

18 | Villalobos, Sergio; *op. cit.*, p. 50.

19 | En discusión. Para algunos autores ciertas publicaciones vinculadas al movimiento de 1842 podrían considerarse las primeras revistas nacionales:

Revista de Valparaíso (1842) y *Anales de la Universidad de Chile* (1843), por nombrar algunas.

20 | en: Hernández, Roberto; *Los primeros pasos del Arte Tipográfico en Chile y especialmente en Valparaíso*. Valparaíso, Imprenta Victoria, 1930, p. 16.

21 | Según el Anuario de 1946, publicado por la Dirección General de Informaciones y Cultura.

22 | Feliú Cruz, Guillermo; *La imprenta durante el Gobierno de O'Higgins*. Santiago, Imprenta Universitaria, 1952, p. 63.

23 | Hernández, Roberto; *op. cit.*, p. 17.

Capítulo II

El primer gran impulso de la actividad gráfica en Chile

1 | Martínez Baeza, Sergio; *op. cit.*, p. 78.

2 | *Ibid.*, p. 79.

3 | Soto Veragua, Jorge; *op. cit.*, p. 115.

4 | Rodríguez Villegas, Hernán; *3 siglos de dibujo en Chile desde sus inicios hasta nuestros días*. Santiago, Colección Germán Vergara Donoso, 1988, p. 12.

5 | Le Dantec, Francisco; *Crónicas del viejo Valparaíso*. Ediciones Universitarias de Valparaíso, 1984, p. 224.

6 | en: *Ibid.*, p. 234.

7 | en: Hernández, Roberto; *op. cit.*, p. 20.

8 | En la década de 1840 aparecieron las primeras librerías en Chile.

9 | Figueroa, Pedro Pablo; *La Librería en Chile*. París, Librería de Garnier hermanos, 1896, p. 30.

10 | S/A (sin autor). "Prospecto". *Revista del Norte*, número 1, Copiapó, septiembre 1849, p. 3.

11 | Soto Veragua, Jorge; *op. cit.*, p. 119.

12 | *Ibid.*

13 | Rojas Mix, Miguel; *op. cit.*, p. 35.

14 | Errázuriz, Luis Hernán; *Historia de un área marginal. La enseñanza artística en Chile (1797-1993)*. Santiago, Universidad Católica de Chile, 1994, p. 55.

15 | Magallanes Moure, Manuel; "Reseña de la pintura en Chile". *Zig-Zag*, número 291, Santiago, septiembre 1910, p. 7.

16 | Errázuriz, Luis Hernán; op. cit, p. 17. El destacado es nuestro.

17 | Rodríguez Villegas, Hernán; *Fotógrafos en Chile durante el siglo XIX*. Santiago, Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico, 2001, p. 19.

18 | Encina, Francisco Antonio y Castedo, Leopoldo; *Resumen de la Historia de Chile, Tomo II*. Santiago, Zig-Zag, 1972, pp. 1047-1048.

19 | Rodríguez Villegas, Hernán; op. cit, p. 20.

20 | Gross, Patricio; De Ramón, Armando y Vial, Enrique; *Imagen ambiental de Santiago*. Santiago, Universidad Católica de Chile, 1984, p. 12.

21 | Rodríguez Villegas, Hernán; op. cit, p. 34.

22 | en: Godoy Urzúa, Hernán; *La cultura chilena*. Santiago, Universitaria, 1984, p. 345.

23 | Gross, Patricio; De Ramón, Armando y Vial, Enrique; op. cit, p. 13.

24 | Ibid.

25 | Rodríguez Villegas, Hernán; op. cit, p. 60.

Capítulo III

El avance de la cultura impresa y los primeros ilustradores nacionales

1 | Godoy Urzúa, Hernán; op. cit, pp. 412-413.

2 | S/A; "Imprenta de Julio Belín i Compañía". *La Crónica*, número 1, Santiago, enero 1849, p. 7.

3 | S/A; "Aprendices". *La Crónica*, número 2, Santiago, febrero 1849, p. 6.

4 | Z.I.R.; "La Atenas del Pacífico". *La Sifide*, número 2, Santiago, diciembre 1850, p. 13.

5 | Hernández, Roberto; op. cit, p. 19.

6 | Encina y Castedo; op. cit, p. 1218.

7 | Satué, Enric; op. cit, p. 70.

8 | S/A; Sin título. *El Correo Literario*, número 1, Santiago, julio 1858, p. 1.

9 | S/A; Sin título. *El Correo Literario*, número 7, Santiago, agosto 1858, p. 73.

10 | Blanco, José Miguel; "Dibujantes i grabadores". *El Taller Ilustrado*, número 17, Santiago, noviembre 1885, p. 2.

11 | Historieta protagonizada por dos niños traviesos y malignos que tras perpetrar sus fechorías, terminan en un molino comidos por las gallinas.

12 | S/A; "Prospecto de La Ilustración". *La Ilustración*, número 1, Santiago, septiembre 1871, p. 16.

13 | De Ávila Martel, Alamiro; *Diez grabados populares chilenos*. Santiago, Universitaria, 1973, p. 5.

14 | Ibid.

15 | Waissbluth, Verónica; "Gráfica Urbana Popular: Insignias de Identidad". Suplemento Artes y Letras de *El Mercurio*, Santiago, 4 de enero de 1998, p. E4.

16 | Ramos Ochotorena, Manuel; "La Imprenta en Chile". *Revista Tipográfica*, número 1, Santiago, enero 1893, p. 15.

17 | Ibid.

18 | En el siglo XVII apareció el tipo elzeviriano, dibujado por Christoffe Van Dyck, según encargo de la dinastía de libreros e impresores Elzevir.

19 | Blanco, José Miguel; "A la prensa, a nuestros amigos aficionados al arte". *El Taller Ilustrado*, número 1, Santiago, julio 1885, p. 2.

20 | S/A; "El Taller Ilustrado (Editorial de El Mercurio)". *El Taller Ilustrado*, número 5, Santiago, agosto 1885, p. 2.

21 | Ramos Ochotorena, Manuel; op. cit, p. 17.

22 | Atria, Jorge Octavio; "La tipografía y los tipógrafos en Chile". *Revista Tipográfica*, número 4, Santiago, agosto 1893, p. 37.

Capítulo IV

Fin de siglo y Modernismo

1 | Satué, Enric; op. cit, p. 103.

2 | en: Godoy Urzúa, Hernán; op. cit, p. 416.

3 | Lavados Jingú, Manuel; "El Arte Tipográfico en Chile". *La Ilustración Tipográfica*, número 16, Valparaíso, marzo 1888, p. 2.

4 | Rodríguez Villegas, Hernán; *3 siglos de dibujo en Chile desde sus inicios hasta nuestros días*. Santiago, Colección Germán Vergara Donoso, 1988, p. 27.

5 | Rodríguez Villegas, Hernán; "Luis Fernando Rojas: Ilustrador de la Historia de Chile". Suplemento Artes y Letras de *El Mercurio*, Santiago, 7 de julio de 1986, p. E7.

6 | Ibid.

Capítulo V

Las revistas ilustradas y los inicios del cartelismo en Chile

1 | S/A; "Los affiches". *Chile Ilustrado*, número 1, Santiago, mayo 1902, p. 16.

2 | Ibid.

3 | *Boletín de Leyes y Decretos*, Libro LXV, Tomo II, 1896, pp. 327-337.

4 | S/A; "Prospecto". *Instantáneas*, Santiago, número 1, abril 1900, p. 2.

5 | Tapia Rojas, R; Sin título. *El Arte Industrial*, número 2, Santiago, mayo 1905, p. 3.

6 | Bofill, Carlos; "La Publicidad en Chile". *Medio Siglo de Zig-Zag*. Santiago, Zig-Zag, 1955, p. 383.

7 | Ibid.

8 | Edwards, Agustín; "El Nacimiento de Zig-Zag". *Zig-Zag*, número 1966, marzo 1935, s/p.

9 | Montealegre, Jorge; *Von Pilsener. Primer personaje de la historieta chilena*. Santiago, Asterión, 1993, p. 18.

10 | Contardi, José y de la Huerta, Ángel; "A nuestros lectores". *La Polar*, número 1, Punta Arenas, febrero 1905, p. 7.

11 | Brandan, Alberto e Hidalgo, Armando; "En pocas líneas". *Caras y Caretas*, número 1, Iquique, agosto 1910, p. 2.

12 | Campos Harriet, Fernando; *Concepción en la primera mitad del siglo XX*. Santiago, Museo Histórico Nacional, 1985, p. 29.

13 | Fuenzalida, Héctor; *El pintor Isaías Cabezón*. Colección Artistas Chilenos. Santiago, Facultad de Bellas Artes Universidad de Chile, 1961, pp. 20-21.

14 | *Ibid.*, p. 22.

15 | *Ibid.*

Capítulo VI

Primeros signos del arte utilitario en Chile

1 | Pérez, Fernando y García-Huidobro, Cecilia; "El Bauhaus o cómo aprender a ver". *Revista Universitaria*, número 24, Santiago, segunda entrega 1988, p. 64.

2 | Romera, Antonio; *Carlos Hermsilla*. Santiago, Universitaria, 1959, p. 15.

3 | León de la Barra, Alfonso; "Estrada Gómez". *Chile Magazine*, número 20, Santiago, febrero 1923, p. 222.

4 | Lavín, Carlos; "Luis Meléndez: An artist of fairyland". *Chile Magazine*, número 14, Santiago, agosto 1922, p. 61.

5 | Decoradores y vitrinistas alternaron esas labores con trabajos en el área gráfica. En el caso de Luis Meléndez, se pueden mencionar los decorados murales que hizo para el Hotel Carrera.

6 | Perotti, José; "Las Artes Aplicadas en Chile". *Revista de Arte*, número 4, Santiago, marzo 1935, p. 7.

7 | Letelier, Jorge; "Las artes gráficas". *Revista de Arte*, número 12, Santiago, 1936, p. 41.

8 | E.G.O; "La reforma en la Escuela de Bellas Artes". *Revista de Arte*, número 1, Santiago, 1928, pp. 3-5.

9 | Richón-Brunet, Ricardo; "La Escuela de Artes Aplicadas y su porvenir". *Revista de Arte*, número 19-20, Santiago, 1938, pp. 15-20.

10 | Universidad de Chile; *Reglamento de la Escuela de Artes Aplicadas*. Santiago, 1936, p. 3.

11 | Perotti, José; op. cit., p. 8.

12 | Godoy, Alejandro; *Historia del Afiche Chileno*. Santiago, Universidad Arcis, 1992, pp. 26-28.

13 | Bofill, Carlos; op. cit., p. 383.

14 | R.D.D; "Movimiento artístico nacional. Affiches". *Revista de Arte*, número 3, Santiago, octubre/noviembre 1934, p. 51.

15 | Godoy, Alejandro; op. cit., p. 22.

16 | Romera, Antonio; "Situación de Camilo Mori". *El Mercurio*, Santiago, 6 de octubre de 1974, p. A2.

17 | S/A; "Coré, la fábula como dibujo". *Mundo Diners Club*, número 42, Santiago, mayo 1986, p. 63.

18 | Lihn, Enrique; "Coré un poeta visual". *La Castaña*, número 6, Santiago, invierno 1986, pp. 4-7.

19 | Mellado, Justo Pastor; "De Sevilla a Sevilla". *Diseño*, número 12, Santiago, marzo/abril 1992, p. 127.

20 | *Ibid.*

Capítulo VII

La influencia estadounidense y la ampliación del mercado gráfico

1 | Romera, Antonio. "Exposición del cartel". *La Nación*, Santiago, 2 de noviembre de 1944, p. 3.

2 | A.C; "El libro, su pasión". *Hoy*, número 138, Santiago, marzo 1980, p. 48.

3 | Piwonka, Alberto; "Josef Albers: retrato y recuerdo de una visita". *Revista Universitaria*, número 24, Santiago, segunda entrega 1988, p. 60.

4 | en: Lobos León, Sylvia; *El Afiche (Licenciatura en Artes Aplicadas mención Grabado)*. Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Bellas Artes, 1978, p. 34.

5 | Jofré, Manuel; *Las historietas en Chile (1895-1973)*. Santiago, Ceneca, 1986, p. 20.

Capítulo VIII

El diseño como una forma de modernidad

1 | Soto Veragua, Jorge; op. cit., p. 411.

2 | en: Martínez, Jaime (editor); *Así lo vio Zig-Zag*. Santiago, Zig-Zag, 1980, p. 284.

3 | El artista mexicano David Alfaro Siqueiros vino a Chile e intentó fortalecer al muralismo local, sin hallar una respuesta clara y organizada.

4 | Korn, José; "Jorge Lillo Valenzuela". *Guía Gráfica*, número 10, Santiago, marzo/abril 1986, p. 18.

5 | Korn, José; "Carlos Zúñiga Llanos, simplemente Carolo". *Guía Gráfica*, número 8, Santiago, noviembre/diciembre 1985, p. 16.

6 | Álvarez, Pedro y Castillo, Eduardo; "Notas sobre la tipografía en Chile". *Tipográfica*, número 58, Buenos Aires, octubre/noviembre 2003, p. 27.

7 | *Ibid.*

8 | Bonsiepe, Gui; "Perspectivas del Diseño Industrial y Gráfico en América Latina". *Dg Diseño*, número 3, Santiago, noviembre 1989, p. 29.

9 | *Ibid.*, p. 33.

10 | *Ibid.*, p. 32.

11 | *Ibid.*, p. 31.

10 | Satué, Enric; op. cit., p. 323.

Capítulo IX

Un nuevo escenario para el diseño gráfico en Chile

1 | Bonsiepe, Gui; op. cit., p. 35.

2 | Álvarez, Pedro y Castillo, Eduardo; op. cit., p. 27.

3 | Rodríguez Musso, Alejandro; "Consideraciones sobre el libro". *Guía Gráfica*, número 16, Santiago, junio 1987, p. 21.

4 | Denominación empleada por Allan Browne.

5 | S/A; "Introducción". *Catálogo I Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Universidad Católica de Chile, 1991, p. 5.

6 | Baixas, Isabel; Sin título. *Catálogo I Bienal...*, p. 9.

7 | S/A; "Introducción". *Catálogo II Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Universidad Católica de Chile, 1994, p. 7.

8 | Calvert, Sheena; "La retórica de la tecnología en la enseñanza del diseño". *Catálogo II Bienal...*, p. 65.

9 | Parra, Jaime; "3ra Bienal de Diseño 1996. Significado para el Diseño Chileno". *Diseño*, número 38, Santiago, julio 1996, p. 14.

ÍNDICE CRONOLÓGICO

1748. El sacerdote jesuita Carlos Haimhausen trae a Chile algunos técnicos europeos concededores de las artes y oficios en el viejo mundo, como también una serie de cajas con materiales para imprimir. No existe certeza respecto al funcionamiento de dicha imprenta en territorio nacional. Algunos historiadores sostienen que ésta pudo pasar a poder de la Universidad de San Felipe; otros plantean que habría sido trasladada a Argentina o Ecuador. La orden religiosa a la que perteneció fue expulsada de Chile en 1767.

1748. Llega a Chile el tallador español Manuel de Ortega y Balmaceda. En Santiago, comienzan a circular algunos grabados y esquelas de convite.

1776. Es impreso por obra de un tipógrafo aún desconocido, *El Modo de Ganar el Jubileo Santo*, modesto cuadernillo de oración compuesto por ocho páginas. Existen indicios de la producción de naipes y otros impresos con anterioridad a la fecha señalada, mas las dificultades en comprobar la data y procedencia de tales testimonios gráficos han significado la vigencia atribuida al *Jubileo* respecto al inicio de la imprenta en Chile.

1787. Surge en Santiago un nuevo taller de impresión que distintos historiadores han atribuido a José de Rezábal y Ugarte, magistrado de la Real Audiencia en Chile. En dicho taller fue realizado el primer impreso chileno en incorporar texto e imagen. La viñeta, un clisé xilográfico, sería descrita por el historiador José Toribio Medina como un “tosco diseño en madera de un catafalco”.

1801. Es impreso en la Universidad de San Felipe el primer trabajo que registra el nombre del impresor: el chileno José Camilo Gallardo. Dicho tipógrafo fue uno de los primeros en realizar trabajos de 74 y 90 páginas, a comienzos del siglo XIX.

1811. Mateo Arnaldo Hövel, comerciante sueco-norteamericano, trae desde Estados Unidos una imprenta, objeto que le había sido encargado por la Primera Junta de Gobierno. A bordo de la fragata Galloway vienen también tres tipógrafos estadounidenses contratados para operar la imprenta gubernamental: Samuel Burr Johnston, Guillermo H. Burbidge y Simón Garrison.

1812. Aparece el primer periódico nacional: *La Aurora de Chile*. La impresión estuvo a cargo de los tipógrafos estadounidenses; la redacción y dirección correspondió a Fray Camilo Henríquez.

1812. Se imprime por primera vez un libro en Chile: *Carta de un americano al español*.

1812. En el número 27 de la *Aurora*, un lector se dirige al editor en los siguientes términos “Muy señor mío: he observado el gran empeño que se tiene en publicar con repetición por carteles impresos, y en sus gazetas los progresos, y como cosa nueva el feliz resultado de la vacuna, del que estábamos de antemano suficientemente impuestos...”

1812. El tipógrafo estadounidense Samuel Burr Johnston señala en una de sus cartas: “el estado de las letras en este país es muy mísero, estando casi todo el saber relegado a los eclesiásticos”.

1813. El día 6 de abril, cinco días después de la aparición del último número de *La Aurora de Chile* se publica *El Monitor Araucano*, considerado el segundo periódico chileno. Los primeros números son impresos por Burr Johnston y Garrison; luego en forma breve la impresión del periódico es asumida por Manuel José Gandarillas, secretario del Cabildo, para más tarde quedar a cargo de José Camilo Gallardo, quien incorpora varios aprendices, expandiendo así la práctica de la tipografía en Chile. La última aparición del *Monitor*, su ejemplar 183, tiene por fecha el 23 de Julio de 1814.

1814. La imprenta traída a Chile por la Primera Junta de Gobierno pasa a poder de la corona durante el período de la Reconquista, el que se extenderá hasta comienzos de 1817. José Camilo Gallardo, quien en rigor era partidario de la causa española, es el principal impresor de este período, realizando numerosos impresos de carácter político y religioso.

1815. Casimiro Marcó del Pont ordena pegar en las calles santiaguinas una serie de bandos (hojas impresas sólo con texto), donde se demandaba la captura vivo o muerto de Manuel Rodríguez.

1818. José Camilo Gallardo es apartado de la imprenta gubernamental por su abierta simpatía a la corona y los servicios prestados a Mariano Osorio durante la reconquista. En su lugar, es designado Pedro Cabezas, antiguo aprendiz de Gallardo.

1820. Lord Thomas Cochrane introduce en Chile la primera prensa litográfica.

1822. Fray Camilo Henríquez funda *El Mercurio de Chile*, publicación que de acuerdo a la mayor elaboración de contenidos y artículos más

extensos, ha sido catalogada por distintos historiadores como la primera revista chilena.

1823. La viajera inglesa Mary Graham señala en su diario con fecha 3 de enero: “Hoy armé la prensa litográfica, en la carpa de Lord Cochrane, para imprimir la siguiente proclama a los chilenos, que espero tener lista mañana...”.

1827. El impresor Pedro Félix Vicuña y su colaborador Ignacio Silva Medina se unen al tipógrafo estadounidense Tomás G. Wells para dar inicio al periódico de habla castellana con más años de circulación permanente: *El Mercurio de Valparaíso*.

1830. Surge en Santiago *El Araucano*, periódico oficial del Gobierno.

1832. El inmigrante francés Armando Roger ofrece sus servicios como encuadernador y litógrafo.

1834. Llega al puerto de Valparaíso el pintor y dibujante alemán Juan Mauricio Rugendas.

1834. Es dictada la Ley de Imprenta, la cual establece el derecho a la propiedad intelectual y la obligación de depositar en la Biblioteca Nacional dos copias de todo impreso a realizar.

1837. Surge en Santiago la Imprenta y Litografía del Estado.

1838. Se instalala el taller de encuadernación de Isidoro Combet.

1838. En Valparaíso es publicado el *Álbum de trajes y costumbres chilenas* que incluye dibujos de distintos personajes típicos del Chile de entonces, realizados por Juan Mauricio Rugendas. La reproducción en litografía de dichos dibujos fue realizada por el francés Jean Baptiste Lebas.

1839. Llega a Chile el editor, tipógrafo e impresor Manuel Rivadeneyra, proveniente de España. Permanece en el país durante algunos años, lapso en que otorga a la edición de *El Araucano* y *El Mercurio* una calidad inusual para la época.

1840. Surge en Valparaíso la Litografía Porter, primer establecimiento de este tipo en el puerto.

1842. Manuel Rivadeneyra inicia la publicación de la revista *El Museo de Ambas Américas*, mediante la cual pretendía dar nuevos impulsos a la actividad editorial en Chile. Respecto a ello, el impresor dirá por entonces: “Ya es llegado el momento de dar

en el país un grande y nuevo impulso a la prensa, saliendo del limitado círculo del folleto o periódico.” Durante el mismo año y con anterioridad a la publicación señalada, había surgido en el puerto la *Revista de Valparaíso*, también publicada por Rivadeneyra.

1842. Santiago se transforma en importante foco para la actividad intelectual en el continente americano. Por entonces destaca el aporte extranjero de personajes como Andrés Bello, y el talento de jóvenes chilenos como Miguel Luis Amunátegui o José Victorino Lastarria. En dicho contexto surge *El Semanario de Santiago*.

1843. Guillermo Helsby abre en Valparaíso una tienda donde ofrece retratos por daguerrotipo. En octubre del mismo año, el artista francés J. P. Daviette funda en Santiago otro local similar.

1844. En Talca surge *El Alfa*, periódico cuya aparición se traduce en gran acontecimiento para la ciudad.

1844. Claudio Gay, destacado naturalista, inicia en París su *Historia Física y Política de Chile*, obra culminada en 1865. Dicho trabajo, realizado con fondos del Estado chileno, incorpora una serie de dibujos litografiados, donde destacan los que abordan el tema indígena.

1846. Surge en Santiago la publicación *Anales de la Universidad de Chile*, cuya existencia se prolongaría por más de un siglo.

1846. Juan Bautista Alberdi publica en el *Manual del Escritor* una lista donde señala que a la fecha en Chile se han publicado un total de 206 periódicos y revistas.

1847. En *El Mercurio de Valparaíso* es publicado un aviso que ofrece al público retratos por daguerrotipo.

1848. Llega a Chile el impresor francés Julio Belín, quien prontamente forma su propio establecimiento gráfico: Belín y Compañía. Entre sus trabajos cabe señalar la publicación *La Crónica* y al periódico *El Álbum*.

1849. Bajo el gobierno del Presidente Manuel Bulnes, es fundada la Academia de Pintura, entidad que más tarde se convertirá en la Escuela de Bellas Artes. Como director, es nombrado el pintor italiano Alejandro Cicarelli.

1849. También bajo el gobierno de Bulnes y a instancias de la Sociedad Nacional de Agricultura, es abierta la Escuela de Artes y Oficios, establecimiento orientado hacia el desarrollo científico y tecnológico en el medio nacional. Las clases se distribuyen en cuatro talleres: carpintería, herrería, fundición y mecánica.

1851. Se introduce en Chile el sistema denominado calotipia, uno de los pasos hacia la fotografía moderna. Surge entonces una pugna entre quienes trabajaban con daguerrotipos y los partidarios de este nuevo sistema, que a diferencia del anterior permitía obtener varias copias.

1853. José Santos Tornero, a la fecha propietario de los talleres de *El Mercurio* en Valparaíso, introduce en el país la primera máquina mecánica en la industria gráfica chilena.

1853. Victorino Laínez, tipógrafo limeño nacido en 1799 y antiguo miembro de La Sociedad de la Igualdad, funda el 18 de septiembre la Sociedad Tipográfica de Santiago, entidad pionera de la organización sindical en Chile. En dicha colectividad participaron tanto operarios como dueños de talleres. Entre sus fundadores está Jacinto Núñez, destacado impulsor de ediciones ilustradas en el medio local. Los tipógrafos de Valparaíso fundarán su propia sociedad dos años después.

1853. Comienzan a circular las primeras estampillas en Chile.

1854. Narciso Desmadryl, dibujante y grabador de nacionalidad francesa, quien había arribado a Chile en 1845, publica el libro *Galería Nacional de Hombres Célebres de Chile*. La edición, ilustrada y dirigida por el francés, contó con la participación de los literatos más destacados del país y fue revisada por Miguel Luis Amunátegui. Dicho proyecto puede ser considerado la primera edición de lujo realizada en territorio nacional.

1854. Según el censo oficial de este año, Santiago cuenta con 82 personas que trabajan como tipógrafos, mientras que en el puerto la cifra es de 77 personas. En Valparaíso, los litógrafos son 10, mientras la capital no registra presencia de ellos.

1855. Juan Pablo Urzúa, joven periodista, funda *El Ferrocarril*, periódico que durante sus cuatro décadas de vida ganará amplio prestigio en la prensa nacional y latinoamericana como portavoz del pensamiento laico.

1858. Surge en Santiago *El Correo Literario*, publicación semanal ilustrada que aportará de manera significativa al desarrollo de la caricatura en Chile. Sus primeras ilustraciones fueron realizadas por el pintor Antonio Smith. Con anterioridad, Smith había asistido a la Academia de Pintura y ejercido el oficio de fotógrafo.

1861. El fotógrafo chileno William Oliver inicia el registro de una serie de imágenes en Santiago, Valparaíso y la minería del salitre en el norte de Chile. A la fecha, la fotografía ya ha consolidado su presencia en el medio nacional.

1861. Comienzan a utilizarse fotografías en publicaciones como el libro *La Provincia de Valdivia: los Araucanos*, de Paul Treutler.

1862. Es fundado en Valparaíso el periódico *La Unión Liberal*, uno de los pioneros en integrar texto e ilustraciones satíricas que representaban la mirada irónica de los porteños hacia la vida santiaguina.

1864. Nuevamente en los talleres de *El Mercurio* en Valparaíso, es introducido un gran adelanto para la industria gráfica chilena: la primera rotativa a vapor. Dicha tecnología significó la evolución de los tirajes a miles de ejemplares, lo que remite a los inicios de la comunicación masiva en Chile.

1867. Surgen en Santiago dos nuevos periódicos de caricaturas: *El Charivari* y *La Linterna del Diablo*.

1869. La Sociedad Tipográfica de Socorros Mutuos es refundada como Sociedad Unión de los Tipógrafos. La nueva estructuración de la entidad toma distancia de la agitación política que había afectado su funcionamiento durante los años anteriores.

1871. Surgen nuevas publicaciones ilustradas: *El Instructor*, *La Ilustración* y *El Correo de la Exposición*, entre otras. Dichas publicaciones se mostraron reacias a la participación de ilustradores locales, empleando principalmente material foráneo. Una excepción es el caso de Luis Fernando Rojas, quien realiza trabajos para *El Correo de la Exposición*. Otro aspecto marcado de dicha etapa será la exclusión y el menosprecio hacia la cultura popular.

1871. Se inicia la emisión de las primeras tarjetas postales en Chile.

1872. Tiene lugar en Santiago y Valparaíso la primera gran huelga, organizada por los tipógrafos.

1872. Recaredo Santos Tornero, hijo de José Santos Tornero, quien había comprado la Imprenta de El Mercurio en 1842, publica *Chile Ilustrado*, libro de fino trabajo editorial que agrupaba una colección de 200 grabados en madera realizados a partir de fotografías, más diez litografías a dos colores, donde se entregaban distintas vistas de Chile. Dicho trabajo fue editado en Valparaíso, pero su impresión fue encargada a la Imprenta Hispano Americana de París.

1874. Benjamín Vicuña Mackenna edita el *Álbum del Santa Lucía*, profusamente ilustrado con fotografías.

1875. Se establece en Chile la primera fábrica de papel.

1876. El impresor Guillermo Helfmann, quien había llegado a Chile poco tiempo atrás, lanza el periódico *The Chilean Times*, donde pondría en práctica los procesos de impresión más avanzados para la época. Dicho trabajo fue realizado en el establecimiento que fundó el alemán: Imprenta Universo.

1879. La viña Cousiño Macul encarga al taller del litógrafo francés Pedro Cadot un afiche para promocionar sus vinos. Tal encargo constituye uno de los antecedentes para el desarrollo posterior del afiche en Chile.

1879. La Imprenta Gutenberg introduce los primeros tipos elzevirianos en el país.

1880. Siguiendo el modelo de los álbumes de Emilio Garreaud, el francés Félix Leblanc da a conocer el álbum *Vistas de Chile*.

1885. Hacia la fecha, tiene lugar una significativa producción de periódicos impresos a una sola hoja, que recogen la obra de distintos poetas populares escrita en décimas, una estructura literaria proveniente de la tradición española. Para ilustrar dichos poemas, el pliego incorpora distintas ilustraciones realizadas en xilografía bajo un oficio que difiere del academicismo reconocible en los impresos representativos de la élite local. Las *Liras Populares*, como se llamó a estos impresos, tenían por principal temática el mundo rural, y contrastaba su propuesta ante las publicaciones ciudadanas, esmeradas en ser fiel reflejo de lo sucedido en lugares más europeizados.

1886. La Sociedad de Fomento Fabril crea la primera Escuela de Dibujo. En ésta se dictaron cursos de dibujo lineal y dibujo ornamental.

1888. El editor español Rafael Jover, a la fecha dueño de la Imprenta Cervantes, publica el texto *Corrección de Pruebas de Imprenta*, pionero aporte al desarrollo tipográfico en Chile, y a una mejoría de la relación entre autores, redactores y cajistas, caracterizada entonces por un desorden generalizado. Cuatro años antes, Jover había lanzado el periódico cultural *La Lectura*, que puso en práctica una cuidadosa elaboración de contenidos, acompañados de grabados a gran formato.

1892. El artista italiano Ángel Cresta instala en Santiago un taller donde se ofrecen servicios de fotograbado.

1892. Aparece en la capital la *Revista Tipográfica*, fundada por Manuel Ramos Ochotorena. Dicha publicación mensual estaba dedicada a la difusión de los adelantos técnicos en las artes gráficas y la imprenta.

1892. Inicia sus actividades la casa Brand y Cía, primera gran importadora de materiales para las artes gráficas. Más tarde, se transformó en Lühr Paye y Cía, publicando además la revista *Noticias Gráficas*. Director de esta publicación fue también Manuel Ramos.

1893. En un número de la *Revista Tipográfica* editado en dicho año, Jorge Atria señala: "... En la época presente la tipografía comienza a manifestarse con vigor, estimulada por el número considerable de producciones literarias que se dan a las prensas, especialmente de Santiago y Valparaíso...".

1894. Con proximidad a la Exposición Industrial celebrada en la Quinta Normal durante dicho año, se efectúan pruebas con el proceso de reproducción en medios tonos (fotograbado). Como introductores de éste, se señala a Guillermo Helfmann en Valparaíso y a Félix Leblanc en Santiago.

1897. Surge en Santiago la revista *El Payaso*, primera revista chilena ilustrada mediante fotograbado. El ingreso de dicha técnica facilita la progresiva expansión de la fotografía en las distintas publicaciones del medio local, afectando el desarrollo de la ilustración encargada hasta ese entonces a dibujantes y artistas gráficos.

1897. También en la capital hace aparición *La Lira Chilena*, revista dirigida por el editor Samuel Fernández Montalva que recogerá en sus páginas el ambiente cultural generado por el cambio de siglo. En dicha publicación destaca la labor de los

dibujantes Luis Fernando Rojas, Alejandro Fauré y Emilio Dupré, quienes fueron precursores en el ámbito local de la "redacción artística" en medios impresos, un rol que preludiva la labor más tarde conocida como dirección de arte.

1900. Agustín Edwards, a la fecha propietario de *El Mercurio de Valparaíso*, inicia la publicación del mismo medio en la capital, que pasará a ser el diario chileno de mayor importancia a partir del siglo XX.

1902. Aparece la revista *Chile Ilustrado*. En su primer número, la publicación señalaba: "Corresponde a la Imprenta Barcelona el honor de haber sido el primer establecimiento industrial de Chile que ha abierto un concurso de afiches para premiar los esfuerzos del arte a favor de la industria...".

1902. Guillermo Helfmann lanza en Valparaíso la revista *Sucesos*, una propuesta bastante adelantada para el medio editorial de la época. Dicha publicación incorporó un importante conglomerado de fotógrafos, litógrafos, ilustradores y tipógrafos, desatacando la presencia de la imagen fotográfica a través de sus páginas.

1905. Aparece el primer número de la revista *Zig-Zag*, primera publicación ilustrada impresa en tricromía y papel satinado. El lanzamiento de dicha revista es todo un suceso, donde se encarga a Estados Unidos la impresión de cien mil afiches promocionales que difunden el lanzamiento por todo el territorio nacional. Numerosos suplementos pregonan su aparición y miles de ejemplares son vendidos en poco tiempo.

1905. La revista *El Arte Industrial*, una publicación surgida como iniciativa de un grupo de arquitectos, impresores, ingenieros y profesores de la Escuela de Artes y Oficios, señalaba hacia la fecha: "... Si a un pintor de letras, por ejemplo, se le pide la confección de un rótulo para zapatería o librería, etc., en nuestra Revista encontrará, si es constante suscriptor, diferentes clases de estilos de caracteres modernos y los escudos correspondientes que sirven de emblema a aquellos establecimientos...".

1906. Surge La Sudamérica, primera oficina de avisos comerciales, precedente temprano de las futuras agencias de publicidad.

1907. Como una entidad subordinada a la Academia de Bellas Artes, surge en Santiago la Escuela de Artes Decorativas, antecedente inmediato de la Escuela de Artes Aplicadas.

En rigor, Artes Decorativas comprendía algunos cursos dictados en la Academia de Bellas Artes que, hasta el año 1927 funcionarán como estudios complementarios de arquitectura.

1908. Surge *El Peneca*, revista destinada al público infantil que por más de medio siglo logró un importante arraigo en varias generaciones de niños chilenos. En ella tuvo especial participación el ilustrador Mario Silva Ossa (Coré), quien realizó numerosas portadas para la publicación.

1909. Aparece *Selecta*, publicación de destacado trabajo editorial orientada a la difusión del arte.

1910. Hace su aparición *Familia*, revista para el hogar que constituye un referente emblemático de la "belle époque" chilena.

1916. La Federación de Estudiantes de Chile (FECh) convoca al primer concurso de afiches para promover la fiesta de la Primavera. El ganador es Otto Georgi, artista vinculado a la Generación del Trece, quien había realizado a la fecha varios encargos de índole comercial. Durante los tres años siguientes el ganador del certamen será el pintor Isaías Cabezón, que también había incursionado en el grafismo publicitario. En ambos es posible señalar la influencia del pintor francés Henri de Toulouse Lautrec, considerado junto a Jules Chéret como uno de los precursores del cartel moderno.

1917. Surgen en Santiago dos publicaciones representativas de la actividad intelectual generada en la capital hacia entonces: *Los Diez* y *Revista de Artes y Letras*. En la realización de portadas para estos medios, participan Isaías Cabezón y Otto Georgi.

1921. Los obreros gráficos logran consolidar una organización nacional: la FOICh (Federación Obrera de la Imprenta de Chile). Integrada por los sindicatos de tendencia anarquista, será una de las primeras entidades obreras de Chile en pactar contratos colectivos de trabajo.

1927. A partir de este año y bajo la dirección en Bellas Artes del pintor y músico Carlos Isamitt, el pequeño grupo de cursos conocido como la Escuela de Artes Decorativas pasará a conformar la Escuela de Artes Aplicadas.

1928. Carlos Bofill abre en Santiago la primera "oficina de publicidad". A la fecha, el medio nacional sólo reconocía a agencias de avisos comerciales como lo más cercano en el rubro.

1928. Isaías Cabezón dicta en las dependencias de la Academia de Bellas Artes un curso de afiche y composición decorativa. Entre sus alumnos destacaron Héctor Cáceres, Marcial Lema e Inés Puyó. El curso no tiene una apreciación favorable entre los grupos más conservadores de Bellas Artes, reacios a lo que consideraban un "arte menor".

1928. La Escuela de Artes Aplicadas abandona las dependencias de la Facultad detrás del Museo de Bellas Artes, para trasladarse a una casona ubicada en la calle Arturo Prat, próxima a Avenida Matta.

1928. La Academia de Bellas Artes es clausurada tras el salón oficial del mismo año. El Ministro de Educación e Instrucción Pública, Pablo Ramírez, envía a París a un grupo de 30 artistas becados por el Gobierno: entre ellos se encuentran Isaías Cabezón, Jorge Letelier, Camilo Mori y Julio Ortiz de Zárate. De algunos alumnos que también fueron becados cabe señalar a Héctor Cáceres, Armando Lira, Rafael Alberto López, Oscar Millán e Inés Puyó. La misión de dichos artistas, además de un perfeccionamiento individual, tenía el objeto de asimilar distintas técnicas de artes aplicadas, como la litografía y el grabado en madera y metal, los que pudieran traducirse en nuevos progresos a la gráfica nacional.

1929. La Academia de Bellas Artes es incorporada a la Universidad de Chile, conformando la Facultad de Ciencias y Artes Aplicadas junto al Conservatorio Nacional de Música y la Escuela de Artes Aplicadas.

1930. José Perotti asume la dirección de la Escuela de Artes Aplicadas, cuya misión será entregar una instrucción artística orientada hacia sus posibilidades de industrialización y aplicación a la vida cotidiana.

1930. La expansión de la fotografía y las mejoras técnicas en los sistemas de reproducción, determinan que a lo largo de esta década el fotomontaje gane un terreno importante dentro de la comunicación impresa. No obstante, en el cartel el dibujo seguirá teniendo un amplio protagonismo y no será sino hasta la masificación de la serigrafía durante la década del 60 que la foto cobrará una participación primordial en el afiche chileno.

1931. Jorge Délano Frederick (Coke) funda la revista *Topaze*, publicación de humor gráfico y político. Algunos personajes destacados de Coke serán La Desideria, El Profesor Topaze y Juan Verdejo. Paralelamente al trabajo de Délano, destacará el ilustrador Mario Silva Ossa (Coré), quien dejará su

personal impronta en las cubiertas de *El Peneca*, las ilustraciones para cuentos infantiles y el difundido *Silabario Hispanoamericano*.

1931. Ana Cortés, artista que había sido becada a Francia, asume la dirección del curso de afiche en la Escuela de Artes Aplicadas, recobrando así el espacio que en 1928 ocupó Isaías Cabezón en la Academia de Bellas Artes. Si bien la artista nunca diseñó propaganda impresa, su aporte pudo radicar en la orientación que entregó a la primera generación de cartelistas egresados de Artes Aplicadas. Entre ellos cabe señalar a Luis Oviedo, Santiago Nattino, Lupercio Arancibia, Osvaldo Salas, Arturo Adriasola, Fernando Ibarra, Carlos Sagredo, Eusebio Riquelme y Luis Troncoso. Ya a mediados de los 30, dichos grafistas desarrollarán un amplio trabajo en la comunicación impresa.

1934. Es publicada la *Revista de Arte* de la Universidad de Chile, dando cabida a profesores y alumnos de Artes Aplicadas. Dicha publicación tenía ya un primer y único número lanzado en 1928, poco antes de la reestructuración. Su nueva época se prolongó hasta 1939, reapareciendo con menor fuerza en 1955.

1936. Con motivo de la Guerra Civil Española, arriba a Chile una cantidad significativa de afiches del bando republicano referidos al conflicto. La importancia de tales referencias pudo verse reflejada en los afiches que la izquierda chilena realizará por entonces. Entre los autores de dichos afiches destacan Mario Corvalán (KOR) y Fernando Marcos. Los afiches republicanos serán el puente de los conceptos gráficos de la vanguardia rusa hacia Latinoamérica, dada la influencia cultural de la Unión Soviética sobre el bando republicano.

1939. Llega a Chile el Winnipeg, modesto carguero donde Pablo Neruda, en ejercicio de su misión diplomática en Europa, consigue embarcar a un numeroso grupo de exiliados tras el fin de la Guerra Civil Española, los que significarán un valioso aporte a la vida cultural del país. Algunos de ellos son el tipógrafo polaco Mauricio Amster, el editor Arturo Soria, el historiador Leopoldo Castedo y los pintores José Balmes y Roser Bru.

1939. Producto de la Segunda Guerra Mundial, llegan también a Chile varios artistas extranjeros que significarán una importante contribución al desarrollo de la gráfica chilena. Entre ellos Giulio di Girolamo, italiano; Kitty Goldmann, austríaca; Francisco Otta, checo. También a causa de la guerra, se ve obligado a permanecer en Chile el

alemán Günther Rausch, quien muy joven había destacado como talentoso dibujante publicitario en los inicios del régimen nazi.

1940. Es fundada a instancias de la Asociación de Impresores de Chile (ASIMPRES), la Escuela Nacional de Artes Gráficas. Dicho establecimiento que funcionará como escuela industrial, tenía el objetivo de formar a las nuevas generaciones de técnicos para la industria gráfica chilena.

1940. Francisco Otta realiza un serie de afiches para la Shell que constituyen en el medio nacional un temprano ejemplo de las campañas publicitarias modernas. Al año siguiente realizará en la Escuela de Artes Gráficas una de las primeras exposiciones dedicada al cartel en Chile.

1942. Camilo Mori, quien aparte de su labor como pintor había desarrollado gran cantidad de encargos comerciales, obtiene una mención honrosa en el concurso de afiches "Un hemisferio Unido", realizado en el Museo de Arte Moderno de Nueva York.

1944. Se instala en Chile J. Walter Thompson, dando inicio a la instalación de agencias publicitarias transnacionales en el país.

1944. El 30 de octubre se presenta en la Casa Central de la Universidad de Chile la "Primera Exposición del Cartel", organizada por la Unión de Cartelistas de Chile. El evento que agrupó a afichistas como Camilo Mori, Giulio di Girólamo, Kitty Goldmann, Francisco Otta, Santiago Nattino, Fernando Ibarra, Osvaldo Salas y Luis Oviedo, tenía por finalidad principal la organización de un gremio, iniciativa que no prosperó mayormente. El logo de la agrupación fue realizado por Luis Troncoso Ossandón. Como presidente de ésta fue electo Camilo Mori.

1947. Santiago Nattino es distinguido con una mención honrosa en un concurso de logotipos convocado por la Organización de las Naciones Unidas. Dicho certamen involucra la participación de numerosos diseñadores de todo el mundo. En Chile, por esos años, se hablaba más de grafismo que de diseño gráfico.

1949. La Revista *Okey* publica la primera tira cómica de Condorito, el personaje más famoso de la historieta chilena y uno de los más célebres a nivel latinoamericano.

1950. Es publicada en forma clandestina la primera edición del *Canto General*, una de las máximas

obras de Pablo Neruda. En la realización de dicho trabajo participaron impresores, tipógrafos y encuadernadores que en distintos lugares y etapas llevaron a cabo el proyecto, el cual fue ilustrado con grabados del artista José Venturelli.

1953. Joseph Albers, ex docente de la Bauhaus, es invitado a Chile por la Escuela de Arquitectura de la Universidad Católica. En dicho lugar dictará cursos de diseño básico con la colaboración del arquitecto chileno Alberto Piwonka.

1954. Mauricio Amster publica la primera edición de *Técnicas Gráficas*, manual orientado a la cultura y práctica de la tipografía en el medio nacional. Dicho trabajo, reeditado en varias ocasiones, se convertiría por largos años en referencia de consulta permanente para toda una generación de impresores, artistas gráficos y los primeros diseñadores en el medio nacional.

1959. Es fundada la Escuela de Arte de la Universidad Católica. La elaboración del currículum de dicho establecimiento es llevada a cabo por Josef Albers y el arquitecto Alberto Piwonka. Por aquel entonces, Albers se desempeñaba como director en el Departamento de Arte de la Universidad de Yale, modelo que adoptaría el establecimiento chileno.

1959. Tienen lugar las primeras transmisiones experimentales de televisión en Chile. Tres años más tarde, la realización del Campeonato Mundial de Fútbol, consolidaría la presencia de dicho medio en el país, masivo a partir de la década siguiente.

1962. Litografía Marinetti introduce en Chile la primera máquina offset para imprimir a cuatro colores en forma simultánea. Ya en los años 30, Zig-Zag había traído al país los primeros ejemplos de esta tecnología para impresión a uno y dos colores. No obstante, será recién hacia la segunda mitad de los 70 que este sistema desplazará en forma definitiva a la impresión tipográfica.

1963. José Messina y Francisco Moreno, egresados de la Escuela de Artes Aplicadas, establecen la primera oficina de diseño propiamente tal en Chile: "Messina y Moreno".

1967. Surge en la Escuela de Arte de la Universidad Católica un taller de diseño, constituido entonces como una especialidad más de dicha escuela.

1967. Influenciado por el fenómeno hippie en la costa oeste de Estados Unidos, el país vive un auge de la cultura visual, reconocible en la expansión

del afiche, o "poster", según la denominación estadounidense. Destacan también las tiendas dedicadas a su comercialización, como la de los artistas Patricia Israel y Guillermo Núñez. El antiguo cartel proveniente de Artes Aplicadas, con abierta dependencia de la pintura, da paso a coloridas imágenes con amplias zonas de tintas planas, y una importante participación de la fotografía en alto contraste dispuesta a gran formato. Del mismo modo, el dibujo revitaliza su participación en el afiche, donde la influencia de la gráfica cubana será otro precedente de importancia, legible ello en los contornos irregulares y gruesos trazos de negro. Hacia tal período, resulta posible destacar los trabajos de Santiago Nattino, José Messina, Francisco Moreno, Waldo González, Domingo Baño, Luis Oviedo, Patricia Israel, y la primera época de los hermanos Vicente y Antonio Larrea.

1967. A partir de este año y hasta 1973, el estudio de Vicente Larrea, integrado además por Luis Albornoz, Ximena del Campo, Mario Román y sus hermanos Maricruz y Antonio, llegará a desarrollar más de 300 afiches y alrededor de 150 carátulas discográficas, transformándose en un referente ineludible del período en cuestión, y también para la historia del diseño gráfico en Chile.

1967. La Escuela de Artes Aplicadas desaparece tras la Reforma Universitaria, siendo reestructurada como el Departamento de Diseño de la Universidad de Chile. Del mismo modo, el nuevo departamento abandona las antiguas dependencias de Artes Aplicadas en el barrio Avenida Matta, para trasladarse al sector de Cerrillos, lugar que ocupará hasta 1976.

1967. En la Escuela de Arte de la Universidad Católica surge como una especialidad el Taller de Diseño, que incorporaba las asignaturas de diseño gráfico y diseño textil. Entre los docentes del Taller de Diseño se encuentran Alberto Piwonka, Raimundo Infante, Luis Moreno, Stephan Löbel, Sergio Silva y Norman Calabrese. Con posterioridad, dicho taller pasaría a depender de la Escuela de Arquitectura.

1968. Nace el Círculo de Publicistas de Chile.

1969. Enviado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), llega el diseñador alemán Gui Bonsiepe, quien hasta el cierre de la Escuela de Ulm en 1968, había realizado allí una importante labor docente. De su labor profesional en Chile, destaca la participación en el Instituto de Investigaciones Tecnológicas (INTEC), dependiente de la CORFO,

donde trabajará entre 1971 y septiembre de 1973 junto a un grupo de estudiantes de la Universidad de Chile que, tras complejas negociaciones, habían conseguido estudiar con el alemán fuera de la escuela, pero validando dichos cursos. Sus nombres: Alfonso Gómez, Rodrigo Walker, Guillermo Capdevila y Fernando Schultz.

1971. La Empresa Editora Zig-Zag, máxima fuerza editorial a nivel nacional, y una de las mayores a nivel sudamericano, es intervenida por el Estado, para posteriormente ser incorporada al área social de la economía, un proyecto de la UP orientado a convertir un grupo numeroso de entidades productivas en propiedad estatal. A partir de febrero, la entidad es rebautizada como Editora Nacional Quimantú, voz mapudungún que significa “sol del saber”. Entre las publicaciones de Quimantú cabe destacar a *Cabrochico*, *Paloma*, *Onda*, *La Firme*, *La Chiva*, más la colecciones Minilibros y Nosotros los Chilenos. Entre 1971 y 1972 la Editora Nacional llegará a publicar alrededor de 12 millones de libros. Entre los colaboradores de Quimantú se encuentran los hermanos Alberto y Jorge Vivanco, José Palomo, Eduardo de la Barra y Hernán Vidal.

1971. En el marco propiciado por el Gobierno de la Unidad Popular, el grafista Waldo González, egresado de Artes Aplicadas en 1957, inicia una serie de afiches para Polla Chilena de Beneficencia, desarrollando un imaginario orientado a las bases sociales. Según González, hacia entonces se buscó aprovechar el distanciamiento de los cánones culturales señalados por la gráfica de consumo estadounidense, y entregar un mensaje que permitiera establecer “un diálogo más cercano entre gobernantes y gobernados”.

1971. Allan Browne, arquitecto y diseñador, impulsa desde las Ediciones Universitarias de Valparaíso una propuesta gráfica que, además de un entronque en el paisaje y la tradición del puerto, incorpora un interés por los errores de imprenta como los descalces y sobreimpresiones, los que serán traducidos a un lenguaje que caracterizará al trabajo de dicha casa editorial.

1972. Inspirados en la gráfica de los Juegos Olímpicos Munich 72, Rodrigo Ampuero y Juan Carlos Berthelon realizan la imagen para los Juegos Panamericanos Santiago 1975. Por razones políticas, el país no fue sede del evento.

1973. La Editora Nacional es rebautizada por el Régimen Militar como Editora Nacional Gabriela Mistral.

1973. La totalidad de los medios impresos identificados con el Régimen Socialista son clausurados, sufriendo además la confiscación de sus bienes y el despido de su personal.

1974. La reactivación de los capitales estancados a comienzos de los 70 y la abierta orientación hacia el consumo como opción fundamental de la economía impulsada por el Régimen Militar, determinan una explosión del mercado publicitario en nuestro país. Las agencias estadounidenses como J. Walter Thompson o Mc Cann Erickson reestablecen plenamente su labor. Aparecen una gran cantidad de agencias o estudios nuevos, y diseñadores como Vicente Larrea y Rodrigo Walker amplían su actividad al rubro de la impresión.

1975. El diseñador alemán Olaf Leu es contratado por la Universidad de Valparaíso para desarrollar un proyecto para la imagen institucional de Lan Chile. Entre los profesores nacionales que colaboraron en el proyecto se encuentra el arquitecto Oscar Ríos.

1976. La Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile es reconocida como entidad independiente. Con anterioridad a la fecha, el diseño sólo había tenido presencia en dicha casa de estudios como una especialidad de la Escuela de Arte, y más tarde, como grupo de cursos dependientes de la Escuela de Arquitectura.

1976. Aparece la única edición de la revista *Manuscritos*, primera publicación no oficial lanzada durante el Régimen Militar, editada por el Departamento de Estudios Humanísticos (DEH) de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile.

1976. Algunos profesores del Departamento de Diseño de la Universidad de Chile son instados a abandonar el plantel por razones políticas. Será el caso de Rodrigo Walker, quien al dejar la universidad formará su propia empresa, Walker Diseño, dedicándose a proyectos del área industrial y gráfica.

1976. Rodrigo Walker y Michael Weiss rediseñan la identidad corporativa de la empresa Fensa, realizando para ello uno de los primeros manuales de identidad para aplicaciones gráficas y productos del que se tiene noticia en el medio nacional.

1977. Juan Carlos Berthelon desarrolla la imagen corporativa y el manual de normas gráficas para el Banco Osorno, otro proyecto pionero de identidad visual en Chile.

1978. Álex González publica la revista *Comunicación*, la cual buscaba agrupar el interés de publicistas, fotógrafos, diseñadores e ilustradores. Si bien la vida de dicho medio fue breve, cabe destacar la calidad de sus artículos, los que asignaron importancia a temas como la evolución de las marcas o la historia de la televisión en Chile.

1978. Se incorpora de forma masiva la televisión a color en Chile, lo que consolida definitivamente la supremacía de este medio de comunicación social en el país.

1980. Álex González y Mario Fonseca fundan la agencia Diseñadores Asociados. Dicha oficina se relaciona con una nueva etapa en el diseño gráfico chileno, donde la autoría o las tendencias demasiado reconocibles serán desplazadas por la identidad corporativa y la difusión de productos y servicios.

1980. Fallece Mauricio Amster. Tras la muerte del tipógrafo, sus enseñanzas se ven debilitadas ante la ausencia de cualquier sucesor o discípulo cercano que pudiera darles proyección en el medio.

1981. La Universidad de Chile es intervenida por el Régimen Militar con el pretexto de brindar una mayor autonomía a sus sedes regionales. En Santiago, el Departamento de Diseño es desplazado junto a otras carreras hacia una nueva entidad: el Instituto Profesional de Santiago. En Valparaíso, la sede regional que incluye la carrera de diseño es reestructurada como la Universidad de Valparaíso.

1982. Tras una prolongada crisis, la Editora Nacional Gabriela Mistral es rematada por el Estado, dando fin a la más grande casa editorial en la Historia de Chile. El material de archivo se dispersa y numerosos impresos son vendidos al kilo para la fabricación de otros productos.

1984. Se funda en Santiago la Asociación de Diseñadores Profesionales, entidad que buscó organizar a quienes se desempeñaban en el medio profesional y generar un desarrollo más programado de la disciplina. Dos años más tarde, la organización es reestructurada como el Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile.

1984. Apple lanza al mercado el Macintosh, equipo destinado a la producción gráfica, cuya interfaz amistosa contrastaba con las características operativas de los equipos lanzados por IBM algunos años atrás. No obstante, dicho proceso, que en Estados Unidos o Europa entraba en curso durante

los años 80, tendría en nuestro país una aceptación creciente a principios de la década de los 90.

1989. Surge en Santiago la revista *Diseño*, medio que durante una década de vida buscó reunir a la arquitectura, el arte, y el diseño en sus distintas especialidades. Dicha publicación, que ocupó un lugar vacante por largos años en el ámbito local, desaparecería a fines de los años 90.

1991. Se efectúa en Santiago de Chile la Primera Bienal de Diseño. El evento buscó generar un encuentro entre el ámbito académico y el profesional, además de promover la relación con el mundo empresarial y el público. Entre las visitas extranjeras, cabe señalar la presencia de Gui Bonsiepe (Alemania), Ricardo Blanco (Argentina) y Michael Manwaring (Estados Unidos).

1994. El Instituto Profesional de Santiago (IPS) pasa a constituir la Universidad Tecnológica Metropolitana. La anterior modificación sella definitivamente la posibilidad de que la carrera de diseño retorne a su casa de estudios original: la Universidad de Chile.

1994. Se lleva a cabo en Santiago la Segunda Bienal de Diseño. A diferencia del primer evento, la segunda bienal tuvo por motivación central la orientación del diseño hacia los procesos industriales de producción, además de las ya sabidas intenciones de difusión al público general. Entre los invitados internacionales al evento es posible mencionar a Alessandro Mendini (Italia), Javier Mariscal (España), Sheena Calvert (Irlanda), Colin Bryce (Escocia) y Ramón Benedito (España).

1995. A la fecha, la gráfica computacional que hiciera un tímido ingreso a Chile a mediados de los 80, ampliando su presencia a comienzos de los 90, ha extendido plenamente su influjo sobre el diseño gráfico en Chile. A fines de la década, el desarrollo de impresos cederá terreno ante la producción de sitios web y la incursión del diseñador en otros soportes como el video y la animación. No obstante, la nueva y creciente disponibilidad de recursos técnicos implicaría un descenso en la calidad gráfica a nivel nacional, además de una excesiva influencia según la estética o tendencia de turno.

1996. La Universidad de Chile reabre la Carrera de Diseño con menciones en Comunicación Visual e Industrial.

1996. Se realiza en Santiago la Tercera Bienal de Diseño. El evento, de carácter similar a las dos

bienales anteriores, tiene como gran atractivo la visita del diseñador estadounidense David Carson, quien finalmente pospone su venida para el mes de diciembre, donde realiza una charla en el Museo de Bellas Artes, como también un workshop a algunos alumnos de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica de Chile.

1998. José Soto y Luis Rojas, alumnos egresados de la Escuela de Diseño de la Universidad Tecnológica Metropolitana, dan inicio al sitio web www.tipografia.cl, espacio que en los últimos años ha contribuido a la difusión de la tipografía digital y los proyectos afines realizados en Chile.

2001. El diseñador Francisco Gálvez presenta la tipografía Elemental, primera fuente para lectura de texto realizada en Chile. Al año siguiente, es premiado con la Medalla de Oro en el Concurso Morisawa, Japón, máximo certamen de diseño tipográfico a nivel mundial, obteniendo tal reconocimiento por el diseño de la tipografía Australis.

2002. El diseñador Rodrigo Ramírez realiza la presentación de la tipografía Indo Sans, primera familia tipográfica para texto diseñada en el país. Al año siguiente firma un contrato con la fundación inglesa Union Fonts para distribuir la tipografía Digna, empleada en las páginas de este libro.

2002. El diseñador de tipografías para pantalla Miguel Hernández es contratado por la fundación digital Atomic Media, transformándose en el primer chileno en comercializar sus fuentes a nivel internacional.

2003. A la fecha el país contabiliza la existencia de numerosas escuelas que imparten la carrera de diseño en sus distintas especialidades: ambientes, gráfico, industrial, textil, vestuario y mobiliario, distribuidas en universidades estatales, universidades privadas, institutos y centros de formación técnica.

2004. La creciente injerencia de la gráfica digital y en movimiento, ha permitido la proliferación de sitios web con fines e interfases diversas. Una de estas variables ha sido la creación de portales y servicios destinados a dar soluciones integrales en internet. Tal es el caso de empresas como cybercenter.cl, que a la fecha registra el desarrollo de más de 200 sitios web. También han sido importantes los espacios destinados a grupos de usuarios de softwares gráficos como mmug.cl, quienes se han especializado en el apoyo on-line

para el desarrollo web y la entrega de contenidos, incorporando entrevistas a los diseñadores Hillman Curtis, Joshua Davis y Jeffrey Veen, al igual que otros sitios como plazagrafica.cl. En el área motion graphics, merece destacarse el trabajo de oficinas integradas principalmente por diseñadores entre las que se puede mencionar a Bidet, Pong, Vértigo, Portable, y empresas dedicadas a la realización de películas como Chileanimación S. A.

2004. Francisco Gálvez publica el libro *Educación Tipográfica*, esfuerzo editorial donde compila varios años de labor docente y profesional. Dicha publicación es realizada gracias al apoyo de la Universidad Diego Portales.

2004. Durante el mes de abril se realiza la Primera Bienal Letras Latinas, organizada por la revista argentina Tipográfica (tpG). El certamen, destinado a la difusión de los proyectos tipográficos generados en la zona, contempla su realización simultánea en cuatro sedes: Argentina, Brasil, México y Chile. El envío chileno a la muestra consta de 32 trabajos, lo que da cuenta del creciente interés por esta área del diseño a nivel nacional.

ÍNDICE ONOMÁSTICO

Medio nacional

Afichistas:

Adriasola, Arturo *107, 110*
Arancibia, Lupercio *103, 105, 110*
Bórquez, Julio *115, 116, 117*
Brüggen, Herta *115*
Cárdenas, Derfilia *110*
Cifuentes, Edmundo *115, 116, 129*
Cornejo, Eladio *115*
Cortés, Julio *115*
Corvalán, Mario *109*
Crestá, Berta *115*
Chaín, Olga *115*
di Girolamo, Giulio *115, 117*
Fauré, Alejandro *71, 74, 75, 76, 77, 79, 83, 92*
Goldmann, Kitty *109, 113, 115, 122*
González, Waldo *125, 127, 136, 139, 143, 156*
Guillén, José *143*
Ibarra, Fernando *108, 110*
Luco, Alfonso *129, 146*
Marcos, Fernando *109*
Martínez, Nicolás *110*
Mushkin, Samuel *115*
Nattino, Santiago *103, 115, 116, 125, 128, 129, 137*
Otta, Francisco *113, 115, 116, 120, 123*
Ovalle, Orlando *110*
Oviedo, Luis *114, 115, 117, 129*
Palacios, José María *115*
Reyes Mozó, Alberto *115*
Riquelme, Eusebio *110*
Sagredo, Carlos *110, 115*
Salas, Osvaldo *115*
Sauré, Georges *110, 114*
Troncoso, Luis *110, 114, 115, 117*

Arquitectos:

Brunet de Baines, Claude *46*
Dávila Carson, Roberto *91*
Galván, Ventura *101, 130*
Infante, Raimundo *132*
Larraín, Sergio *95, 108, 122*
Mesa Campbell, René *101, 113*
Moreno, Luis *132*
Piwonka, Alberto *122, 132*
Ríos, Oscar *147*
Sartori, Víctor *148*
Smith Solar, Josué *74, 84*
Valdebenito, Sandalio *132*
Valdivieso, Mario *122*

Artistas:

Antúñez, Nemesio *115*
Aravena, Florentino *96*

Arias, Virginio *96, 100*
Balmes, José *113*
Barrios, Gracia *103*
Bianchi, Juan *47*
Bontá, Marco Aurelio *101*
Boyer, Pedro *46*
Cabezón, Isaías *91, 92, 93, 100, 101, 102, 108, 110*
Cáceres, Héctor *110*
Carreño, Mario *115, 122*
Carrillo, José *32, 46*
Cicarelli, Alejandro *46, 47*
Cortés, Ana *101, 108, 110*
Charton de Treville, Ernesto *25, 46*
Chateau, Eugenio *96*
De Dominicis, Romano *102*
De Gubernatis, Conde Angelo *96*
Del Carril, Delia *115*
Desjardins, Adolfo *38*
Domenicone, Camilo *38*
Dupré, Próspero *69*
Gana, Antonio *47*
Georgi, Otto *92, 93, 96*
Gil de Castro, José *46*
González, Alejandro *135, 138*
González, Simón *96*
Herbert *38*
Hermosilla, Carlos *98*
Isamitt, Carlos *101*
Israel, Patricia *154*
Jara, Víctor *131*
Jarpa, Onofre *59*
Jenny, Henrich *38*
Kirbach, Ernesto *47*
Krause, Robert *25*
Lauterbach, Werner *132*
Lema, Marcial *101, 102*
Letelier, Jorge *100*
Letelier, Valentín *96*
Lira, Armando *101*
Lira, Pedro *46, 59*
Lobos, Pedro *111*
López, Rafael Alberto *101*
Meléndez, Luis *91, 92, 98, 99*
Millán, Oscar *101*
Monvoisin, Raimundo *38, 39, 46*
Mori, Camilo *95, 100, 103, 108, 110, 115*
Olmos, Pedro *111*
Ortiz de Zárate, Julio *100*
Ortiz de Zárate, Manuel *100*
Palacios, Manuel *46*
Perotti, José *100, 101, 102*
Petit, Henriette *100*
Petri, Martín *25*
Pinedo, Maruja *124*
Poblete, Aída *124*
Puyó, Inés *101*

Richon-Brunet, Ricardo *91*
Rugendas, Juan Mauricio *25, 39, 45*
Scholtbach, Hans *132*
Searle, John *38*
Seghers, Alejandro *47*
Smith, Antonio *47, 58, 59*
Solario *68*
Subirats, Ramón *98*
Toral, Mario *128*
Vargas Rozas, Luis *100*
Venturelli, José *115*
Vilches, Eduardo *122*
Wood, Charles *30, 38, 39, 47*
Zegers, José *47*

Autores:

Alberdi, Juan Bautista *45*
Amunátegui, Domingo *31*
Amunátegui, Miguel Luis *42, 44, 46, 47*
Arenas, Braulio *97*
Barros Arana, Diego *23, 57*
Bello, Andrés *42, 45*
Boullion *54*
Castedo, Leopoldo *119*
D'Urville, Dumont *24*
de Ávila Martel, Alamiro *63*
De Oña, Pedro *18, 19*
De Salas, Manuel *25, 30*
Domeyko, Ignacio *45, 54*
Egaña, Juan *26*
Encina, Francisco Antonio *119*
Errázuriz, Luis Hernán *46, 47*
Feliú Cruz, Guillermo *32*
Figueroa, Pedro Pablo *43*
Fuenzalida, Héctor *92, 93*
Gay, Claudio *25, 44, 45*
Godoy Urzúa, Hernán *53*
Graham, Mary *24, 31*
Gutiérrez, Abel *98*
Gutiérrez, José Ignacio *24, 25*
Hernández, Roberto *33*
Huidobro, Vicente *92, 95*
Lastarria, José Victorino *42*
Lavados Jingú, Manuel *73*
Laval, Ramón *23*
Lavín, Carlos *99*
Le Dantec, Francisco *40*
León de la Barra, Alfonso *99*
Lihn, Enrique *111*
Magallanes Moure, Manuel *47*
Martínez Baeza, Sergio *24, 37*
Medina, José Toribio *24, 27, 28*
Mellado, Justo Pastor *111*
Mistral, Gabriela *99, 155*
Molina, Juan Ignacio *27*
Montealegre, Jorge *88*

Montt, Luis 23
Neruda, Pablo 93, 99, 111, 113, 119, 121, 128, 149, 155
Pereira Salas, Eugenio 49
Pérez Rosales, Vicente 41, 54, 55, 56
Philippi, Rodolfo Amando 45
Pissis, Amado 67
Poeppig, Eduardo 25
Ramos Ochotorena, Manuel 73
Ried, Alberto 111
Rodríguez Villegas, Hernán 38, 48, 51
Rojas Mix, Miguel 19, 45
Romera, Antonio 98, 110, 111, 115
Sabella, Andrés 111
Silva Castro, Raúl 28, 31
Solano Pérez, Francisco 37
Treutler, Paul 51
Vicuña Mackenna, Benjamín 41, 56, 64, 65, 67
Villalobos, Sergio 25, 31

Autoridades:

Allende, Salvador 143
Balmaceda, José Manuel 71
Bulnes, Manuel 47
Carrera, José Miguel 28, 30
Cochrane, Lord Thomas 31
Frei Montalva, Eduardo 124
Frei Ruiz-Tagle, Eduardo 158
Freire, Ramón 33
Haimhausen, Carlos 23
Ibáñez del Campo, Carlos 99
Marcó del Pont, Casimiro 28
Montt, Manuel 58, 59
O'Higgins, Bernardo 30, 31, 32, 35, 51
Pérez, José Joaquín 59
Pinto, Francisco Antonio 45
Portales, Diego 37
Prat, Arturo 77
Ramírez, Pablo 100, 101
Rosales, Francisco Javier 48

Comerciantes:

Barros, Diego Antonio 29
Chessi, Mateo 31
de Lastarria, José Miguel 24
Hövel, Mateo Arnaldo 26

Dibujantes, ilustradores:

Álvarez, Emilio 91
Allendes, Ernesto 86
Andrade, Renato 148
Arévalo, Julio 98, 99
Armstrong, Eduardo 141
Barbier, Walter 91
Basterrica, Benito 59, 60, 68
Blanco, José Miguel 68
Bozo, Julio 88

Bustos, Alfredo 91, 98, 103
Caradeux, Juan María 68, 69
Castro Rivera 84
Conti, Oscar 140, 141
Silva Ossa, Mario 91, 95, 110, 111
Cox, Nataniel 88
De la Barra, Eduardo 130, 140
Délano Frederick, Jorge 110, 111
di Girolamo, Vittorio 128, 141, 146
Diéguez, Benjamín 154
Dufresne, Paul 88
Dupré, Emilio 75, 83, 87, 88
Eguren 91
Estrada Gómez 98, 99
Fernández, Carlos 84, 99
Fernández, Cristóbal 84
Figueroa, Raúl 86
Fisher, Harrinson 99
Fonck, Oscar 122
Font, Luis Enrich 127
Foradori, José 83, 85, 88, 92
Gálvez, Juan 99
Gandarillas, Manuel José 28, 45
González, Juan Francisco (hijo) 98
Gschwender, Lilly 124
Guerra, Manuel 91
Guerrero, Calixto 75
Güiraldes, Ricardo 141
Gutiérrez, Luis 83
Guzmán, Clodomiro 59, 60, 61, 68
Hernández, Héctor 83
Huneeus, Ramón 88
Inostroza, Alejandro 159
Jara, Froilán 83
Krahn, Fernando 140
Lagos, Nelson 141
Larrea, Eguren 91
Líquido Transparente, José 30
Lobos, Themo 141
Mariny 91
Martín, Juan 83, 86, 87, 88
Meléndez, Luis 91, 92, 98, 99
Münzer 84
Muñoz, Homero 103
Myers 84
Oliver 91
Ontañón, Santiago 118
Orellana, Víctor 103
Ortega, Pascual 68, 69
Osuna, Sixto 84
Palomo, José 140
Pechenino, Renzo 140
Poirier, Elena 111
Pulgar, Santiago 83, 89
Quevedo, Albino 98, 99
Rausch, Günther 117

Ried, Alberto 91
Ríos, René 120, 130
Ritter 84
Rojas, Luis Fernando 62, 68, 74, 75, 76, 77, 79, 83
Rojas, Sergio 132
Romera, Antonio 110, 111
Santander, Enrique 98
Searle, Edmundo 97, 98
Sepúlveda, Germán 103
Simonetti 84
Suárez, Miguel Ángel 103
Subercaseaux, Fray Pedro 88, 91
Tapia 84
Varela 84
Verdugo 84
Vidal, Hernán 140, 141
Videla, Mariano 91
Villalón, Lorenzo 111
Vivanco, Alberto 130, 131, 139, 141
Vivanco, Jorge 139
Wiedner, Carlos 86
Zorzi, Carlos 88
Zubicueta 69
Zúñiga, Tomás 159

Diseñadores:

Albornoz, Luis 137, 138, 139, 150
Ampuero, Rodrigo 133, 145
Andrade, Patricio 138
Arcos, José Miguel 152
Baixas, Isabel 152
Baño, Domingo 125, 136, 143
Berthelon, Juan Carlos 133, 145
Bonsiepe, Gui 132, 133, 134, 137, 145, 147
Browne, Allan 148, 149
Bustamante, Enrique 131
Cáceres, Guillermo 157
Calabrese, Norman 132
Capdevila, Guillermo 133
Carmona, Eddy 132
Castillo, Gonzalo 157
Celedón, Paula 153
Cintolesi, Jessie 132
Del Campo, Ximena 137, 138
Del Río, Matías 157
di Girolamo, Caterina 161
Foncea, Pepa 132, 133, 149
Fonseca, Mario 147, 151
Garfias, Hernán 152
Gómez, Alfonso 133
González, Álex 150, 151, 152
Korn, José 152
Larrea, Vicente 123, 130, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 143, 150, 151, 156
Lazo, Juan 137, 138
Leu, Olaf 144, 145

Lillo, Jorge *130, 138, 143, 146*
Lungenstrass, Pablo *156, 157*
Martínez, Juan *143, 158*
Messina, José *128, 129, 130, 137*
Mizala, Rodrigo *151, 157, 158*
Moreno, Francisco *128, 129, 130, 137*
Muñoz, Carlos *134, 138*
Naranjo, Julián *155, 156*
Neira, José *156*
Palma, Robinson *151, 157*
Rodríguez Musso, Alejandro *149, 152*
Rojas Maffioletti, Carlos *140*
Román, Mario *137, 138*
Schultz, Fernando *133*
Soto Veragua, Jorge *37, 128, 152*
Tejeda, Guillermo *154, 155, 156*
Ulibarri, Ximena *149, 156, 157*
Ureta, Ximena *157*
Vargas, Eduardo *149*
Vega-Querát, Rafael *103, 123*
Venegas, Hernán *137, 138, 150, 151*
Walker, Rodrigo *133, 145, 146*
Wormald, Lucía *132*
Zúñiga, Carlos *130, 140*

Editores:

Almendros, Joaquín *118*
Edwards, Agustín *81, 86, 87, 88*
Edwards, Roberto *140*
Henríquez, Fray Camilo *26, 30, 31*
Infante, José Manuel *32*
Jover, Rafael *43, 66, 67*
Mena, Beltrán *154*
Mesa Campbell, René *101, 113*
Nascimento, Carlos Georges *97, 113*
Núñez, Jacinto *57, 58*
Pougnac, Saúl *75*
Rengifo, Ramón *34, 44*
Rivadeneira, Manuel *40, 41, 42, 54*
Santos Tornero, Eusebio *42*
Santos Tornero, José *42, 56*
Santos Tornero, Recaredo *42, 50, 51*
Silva Medina, Ignacio *33*
Soria, Arturo *118*

Urzúa, Juan Pablo *57*
Vicuña, Pedro Félix *33*

Encuadernadores:

Combet, Isidoro *37*

Fotógrafos:

Borowicz, Bob *125*
Boudat, Luis *51, 67*
Clavijo, Cipriano *50*
Cori, Jacques *105*

Chaigneau, Emilio *50*
Daviette, Philogone *48, 49*
Deroche, Víctor *50*
Despiau, Pablo *50*
Díaz, Carlos *67*
Frey, Hans *91*
Fuenzalida, José Dolores *49*
Garreaud, Emilio *50, 67, 68*
Helsby, Guillermo *48, 50*
Helsby, Juan *48*
Helsby, Tomás *48*
Hoyett *49*
Hulliel *49*
Larrea, Antonio *138*
Leiva, Federico *51*
Löbel, Stephan *132*
López, Valentín *48*
Oliver, William *51*
Opazo, Jorge *125*
Pérez Fontt, Guillermo *46*
Rayo, Francisco Luis *49*
Renard, Carlos *51*
Spencer, Eduardo *67*
Sutil, Alfonso *125*
Tiernan, Marius *50*
Valck, Jorge *67*
Vance *49*
Ward, Carlos *49*
Ward, Jacobo *49*

Grabadores:

Arrati *89*
Bazin, León *88*
De Nazábal, Rafael *24*
Hermosilla, Carlos *98*
Lemoine, Luis Eugenio *59, 61*
Lucero *89*
Ortega y Balmaceda, Manuel de *23*
Pérez Tobar, Eduardo *132*
Ramos, Julián *72*

Impresores:

Balcells, Ignacio *81*
Bini, Rafael *83*
Brandt, O. *68*
Cadot, Pedro *62, 68*
Calle, José Luis *40*
Cresta, Ángel *72*
Cubillos, Máximo *79*
Daviette, Philogone *48, 49*
De los Reyes, José *23*
De Rezábal y Ugarte, José *24*
Desmadryl, Narciso *30, 44, 45, 58*
Esquerria, Pascual *44*
Helfmann, Guillermo *66, 67, 73*
Helfmann, Guillermo (hijo) *72*

Helfmann, Gustavo *86*
Leblanc, Félix *50, 67, 73*
Lebas, Jean Baptiste *37, 39*
Müller Oliphant, Adolfo *114*
Perry Etchart, Bernardo *40*
Roger, Armando *37, 39*
Saling, Alberto *68*

Ingenieros:

Arcos, Antonio *30*
Jarriez, Jules *46*
Ross, Enrique *27*
Vattier, Carlos *69*

Publicistas:

Arón, Luis *105*
Bofill, Carlos *85, 104, 105*
Díaz Ossa, Felipe *105*
Edwards, Arturo *105*
Fuentes, Oscar *105*
Gibian, Hermanos *105*
Magallanes, Manuel *105*
Menjíbar, Raúl *146, 158*
Petrowitsch, Pablo *105*
Sinclair, Peter *123*
Xicota, José María *105*

Tipógrafos:

Amster, Mauricio *113, 117, 118, 119, 121, 123, 141, 147, 148*
Belín, Julio *30, 43, 44, 54, 55*
Benítez, Alfonso *29*
Burbidge, Guillermo *26*
Burr Johnston, Samuel *26, 27, 28*
Cabezas, Pedro *29*
Gálvez, Francisco *159, 160*
Gallardo, José Camilo *24, 26, 29, 32*
Gallardo, José Camilo (hijo) *37*
Garrison, Simón *26, 28*
Hernández, Miguel *161*
Herquiñigo, José Benito *29*
Laínez, Victorino *57*
Molinare, Eusebio *29*
Pérez, José Silvestre *29, 32*
Ramírez, Rodrigo *143, 161*
Rawicz, Mariano *118, 123, 141*
Real y Prado, Julio *66, 67*
Rojas, Luis *158*
Soto, José *158*
Vallés, Esteban *29, 32*
Vilugrón *29, 32*
Wells, Tomás *33, 34, 40*
Xara, Antonio *29*

Medio internacional

Afichistas:

Bernhard, Lucien 82
Cappiello, Leonetto 108, 109
Carlu, Jean 108, 109
Cassandre, A. M. 95, 103, 108, 109, 110
Cwik, Jefim 135
Chéret, Jules 28, 76, 82, 83
Chwast, Seymour 155
Hohlwein, Ludwig 82
Loupot, Charles 108, 109
Moser, Koloman 82
Mucha, Alphonse 76, 82, 83
Piatti, Celestino 135, 139
Renau, Josep 115
Toulouse Lautrec, Henri de 28, 76, 82
Zec, Philip 117

Arquitectos:

Gropius, Walter 95
Le Corbusier 97
Meyer, Hannes 95

Artistas:

Albers, Josef 106, 121, 122, 133
Beatles, The 135
Botticelli, Sandro 124
Chateaubriand 38
Delaunay 92
Dylan, Bob 135
Eckhout, Albert 19
Gris, Juan 92
Heartfield, John 113
Hodges, William 19
Huszar, Vilmos 114
Iansz, Barent 19
Léger, Fernand 92
Lichtenstein, Roy 125
Lothe, André 108
Miró, Joan 157
Mondrian, Piet 114
Rousseau, Henri 38
Van Doesburg, Theo 114

Artistas gráficos:

Auriol, Georges 111
Grasset, Eugène 111
Neurath, Otto 145
Rodchenko, Alexander 113

Autores:

Aristóteles 17
Benzoni, Gerónimo 21
Bouillon 54
De Ercilla, Alonso 18

de Escobar, Bartolomé 19
de Góngora y Marmolejo, Alonso 18
de Ovalle, Alonso 19, 20
Dill Scott, Walter 81
Graham, Mary 24, 31
Kepes, Gyorgi 134
Koffka, Kurt 134
Lery, Jean 21
Mariño de Lobera, Pedro 18, 19
Mc Donald 81
Núñez de Pineda y Bascañán, Francisco 19, 21
Poeppig, Eduardo 25
Romero de Lecea, Carlos 17
Russell, William 55
Salgarí, Emilio 111
Satué, Enric 17, 19
Spielbergen 19
Staden, Hans 21
Stevenson 111
Swift 111

Dibujantes, ilustradores:

Alonso, Juan 86
Auriol, Georges 111
Bayot 24
Beardsley, Aubrey 99, 111
Bernhard, Lucien 82
Burne-Jones, Edward 111
Busch, Wilhelm 60
Christophe 60
Daumier, Honoré 60
Disney, Walt 111
Edelmann, Heinz 134
Gavarni, Paul 59
Goupil 24
Hoffmann, Heinrich 60
Le Breton 24
Morris, William 111
Pickering, William 44
Pretorius, Emil 99
Rossetti, Dante Gabriel 111
Shahn, Ben 121, 139
Töpffer 60

Diseñadores:

Aicher, Otl 145
Bayer, Herbert 117, 121
Bill, Max 149
Calvert, Sheena 152
Carson, David 157
Distéfano, Juan Carlos 137
Fontana, Rubén 137
Glaser, Milton 155
Loewy, Raymond 121
Maldonado, Tomás 133
Max, Peter 135

Moscoso, Víctor 135
Müller Brockmann, Josef 148
Rand, Paul 151
Renner, Paul 114
Ruder, Emil 148

Expedicionarios:

D'Urville, Dumont 24
de Vendel Heyl, Luis Antonio 48
Von Humboldt, Alexander 24

Figuras políticas:

Carlos III 24
Davis, Angela 135
Guevara, Ernesto (Che) 135
Hitler, Adolf 113
Isabel la Católica 18
Reyes Católicos, Los 17

Fotógrafos:

Daguerre, Jacques Mandé 48

Grabadores:

Bewick, Thomas 58
De Bry, Theodor 19
Durer, Alberto 19
Pickering, William 44
Prior, Melton 55

Impresores, tipógrafos:

Balli, Pedro 18
de Espinosa, Antonio 18
de la Cuesta, Juan 19
Gutenberg, Johannes 17, 59
Ibarra y Marín, Joaquín 18
Manuzio, Aldo 119
Martín, Esteban 18
Ocharte, Pedro 18
Pablos, Juan 18
Parix, Juan 17
Plon, Hermanos 54
Prieto, Miguel 113, 121
Ricardo, Antonio 18
Rouge Dunan i Fresne 42

ÍNDICE TEMÁTICO

Medio nacional

Agrupaciones:

Brigada Elmo Catalán 135
Brigada Inti Peredo 135
Brigadas Ramona Parra 134, 135, 138
Compañía de teatro La Troppa 153, 157
Forma y Espacio 114
Generación de 1913 92
Grupo de Diseño Industrial INTEC-CORFO 133
Grupo Montparnasse 100, 101
Inti-Ilumani 139
Quilapayún 139
Rectángulo 114
Signo 136
tipografia.cl 158

Caricaturas:

Angelito, El 131
Condorito 60, 97
Crushito 117
Desideria, La 110
Las Aventuras de Cachiporra 98
Mampato 60, 128, 141
Pepe Antártico 60
Tevito 131
Topaze, Profesor 110
Verdejo, Juan 110
Von Pilsener 88

Ciudades, lugares:

Antofagasta 67, 90, 98, 99, 133, 151
Barrio Franklin 159
Capitanía General de Chile 21, 26
Concepción 32, 39, 57, 81, 91
Copiapó 40, 43, 49, 57
Coquimbo 32, 34
Chacabuco 30
Chillán 133, 152
Iquique 82, 83, 84, 90
La Serena 32
Punta Arenas 89, 90
Rancagua 66
San Felipe 57
San Francisco de Limache 67
Santiago 20, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 47, 49, 50, 51, 53, 57, 62, 66, 69, 72, 73, 81, 83, 84, 86, 89, 91, 92, 95, 98, 99, 105, 129, 132, 133, 144, 145, 158
Talca 43, 57, 67
Temuco 64, 133
Valdivia 31, 90, 91
Valparaíso 26, 32, 33, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 48, 49, 50, 51, 57, 60, 62, 66, 68, 69, 73, 74, 79, 81, 83, 84, 85, 86, 89, 99, 105, 130, 132, 141, 144, 145, 149, 151

Coaliciones gubernamentales, gobiernos:

Concertación de Partidos por la Democracia 157, 158
Frente Popular 102
Régimen Militar 136, 141, 146, 147, 155
Unidad Popular 136, 138, 143, 144, 158

Comunicaciones sociales:

Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Chile (Canal 13) 131
Ferrocarril Trasandino 97
Línea Aérea Nacional (Lan Chile) 129, 144, 145
Locomoción Colectiva 159
Radio Chilena 106
Radio Magallanes 141
Televisión Nacional de Chile (Canal 7) 131
Transporte Público 159
Tranvía Eléctrico 159
Teleonce, Universidad de Chile Televisión (Canal 11) 150

Cultura:

Cultura de masas 127, 160
Cultura nacional 61, 152
Cultura popular 147, 159
Cultura Precolombina 98, 102
Chilenismos 136
Escritor 24, 47, 50, 67, 69, 149
Historiadores) 17, 19, 23, 25, 28, 31, 32, 45, 63
Literato 44, 48
Literatura 20, 23, 31, 79, 104, 118, 138
Música 37, 58, 132, 135, 137, 138
Poesía 25, 63, 148, 149, 155
Poeta 19, 64, 95, 111, 113, 121, 149
Pueblos originarios 21
Regionalismo 65, 103, 123, 139
Teatro 43, 75, 111, 129, 153, 157

Editoriales:

Artecrom 127
Ediciones Universitarias de Valparaíso 141, 149
Editora Nacional Gabriela Mistral 141, 144, 148
Editora Nacional Quimantú 138, 139, 140, 141, 144, 148
Editorial Andina 147
Editorial Babel 119
Editorial Cruz del Sur 118, 119
Editorial Cuatro Vientos 149
Editorial Cultura 118
Editorial del Pacífico 118
Editorial Ercilla 96
Editorial España-Chile 67
Editorial Lord Cochrane 128, 130, 139, 140, 141
Editorial Lux 118
Editorial Nascimento 96, 99, 113, 119, 139, 148, 149
Editorial Nueva Época 118
Editorial Orbe 118
Editorial Osiris 104, 118

Editorial Pax 118
Editorial Splendor 118
Editorial Universitaria 118, 119, 148, 149
Editorial Vertiente 149
Empresa Editora Zig-Zag 91, 104, 119, 123, 127, 129, 130, 138, 139, 141
Mundicrom 127
P.E.C. 119

Empresas, compañías, firmas:

Abastible 128
Alerce 137
Banco de A. Edwards 154
Banco de Crédito e Inversiones (BCI) 152
Banco Osorno 145
Banco de Santiago 145
BancoEstado 158
Botica Francia 105
Casa Francesa 105
Compañía de Aceros del Pacífico (CAP) 125
Compañía de Cervecerías Unidas (CCU) 120, 121
Compañía de Molinos y Fideos Carozzi 97, 106, 125
Compañía de Petróleos de Chile (COPEC) 106, 121, 125
Compañía de Teléfonos de Chile (CTC) 152
Compañía Industrial de Colchones (CIC) 120, 121
Costa 125
Curtiembre de Tiffou Hnos. 64
Chilquinta 156
Discoteca del Cantar Popular (DICAP) 136
Ebner, Andrés 64
Embotelladora Andina 156
Empresa de Telecomunicaciones de Chile (ENTEL) 156
Fábrica de Cerveza Anwandter Hnos. 64
Fábrica de la Victoria 64
Fábrica de Levadura Kunstmann 64
Falabella 85, 121
Farmoquímica del Pacífico 64
Fábrica de Enlozados de Santiago (Fensa) 145, 146
Financiera Fusa 145
Fósforos Los Andes 105, 107
Fundición y Fábrica de Maquinarias de Balfour Lyon y Cía. 64
Gath y Chaves 105, 106
Hacienda Trinidad 76
Importadora y distribuidora Weir Scott y Cía. 71
Industria de Radio y Televisión (IRT) 133
Jabonería y Perfumería Moderna 64
Joyería Suiza 105
Manufacturas de Metal Sociedad Anónima (MADEMSA) 121, 146
Pietro Prettra 65
Rudloff 64
Sedylan 133
Sociedad Nacional de Paños de Tomé 64, 105
Tejidos Poppe y Cía. 64

TORRE 121

Viña Concha y Toro 62

Viña Cousiño Macul 62

Viña Santa Carolina 97, 107

Entidades educacionales, escuelas, cursos:

Academia de Pintura 46, 47, 59, 68, 69

Arte UC, Escuela de 122, 132

Artes Aplicadas, Escuela de 92, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 109, 113, 114, 115, 117, 122, 123, 124, 128, 130, 131, 132, 148

Artes Decorativas, Escuela de 95, 100

Artes y Oficios, Escuela de 46, 47, 84

Bellas Artes, Academia de 99, 100

Bellas Artes, Escuela de 99, 101, 102, 107, 124

Cofradía del Santo Sepulcro 39, 47

Convictorio Carolino 24, 25

Cursos de dibujo y pintura 38

Cursos de Diseño Básico 122

Departamento de Diseño Universidad de Chile 145, 150

Departamento de Diseño Industrial Universidad de Chile, Sede Valparaíso 132

Diploma en Tipografía 160, 161

Escuela de Dibujo Industrial, Sociedad de Fomento Fabril 69

Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile 132, 152, 160

Escuela de Diseño Universidad de Valparaíso 132

Facultad de Arquitectura Pontificia Universidad Católica de Chile 122, 132

Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile 130

Facultad de Bellas Artes Universidad de Chile 148

Instituto de Extensión Artística de la Universidad de Chile 92

Instituto de Teatro de la Universidad de Chile 129

Instituto Nacional 30, 37, 38, 46, 47, 48

Instituto Profesional de Santiago (IPS) 133

Pontificia Universidad Católica de Chile 122, 127, 131, 132, 133, 145, 151, 160

San Felipe, Real Universidad de 23, 24, 25, 26

San Luis, Real Academia de 25

Taller de Diseño 122, 132

Taller de Estudios Supervisados 133, 134

Taller de Proyectos Aplicados 133, 145

Taller Preliminar 122, 133

Talleres Integrados 132

Universidad de Concepción 91

Universidad de Chile 43, 45, 57, 73, 92, 100, 101, 102, 103, 108, 122, 129, 130, 132, 133, 145, 148, 150

Universidad de Chile, Sede Valparaíso 132

Universidad de Valparaíso 132

Estudios, oficinas, agencias:

Andes 125

ANEPCO 105

Bloc Diseño 153, 157

Bofill-Edwards 105

Cenit 144

Consultores de Comunicación Creativa 146

Diseñadores Asociados 151, 152, 157, 158

Eastman 125

Ecos, Empresa de Comunicaciones y Servicios 127, 137

Empresa General de Avisos 74

Estudios Norte 114

Heres 144

Imax 156, 158

Imprecira 125

Larrea 138, 139

Lungenstrass & Ureta 156, 157

Matte y Méndez 144

Messina y Moreno 129, 139

MV Diseño 151

Mythos 51

Porta 158

Prolam 158

Propaganda Gibian 105

Proyectos Corporativos 151, 152

Publiart 144

Publicidad Córdor 125

Publicidad Lucho Arón 105

Publicidad Lupercio Arancibia 105

Publicidad Sur 125

Publicitas 120

Sertec 144

Storandt Publicidad 105, 117

Sudamérica, La 83, 104

Sur Publicidad 144

Taurus Publicidad 120

Velox Publicidad 130, 131

Walker Diseño 154

Yelmo 144

Iconografía nacional:

Bandera 30, 110, 158

Cóndor 30, 96, 97, 107, 123, 144, 145

Copihue 66, 144, 145

Escudo Nacional 30, 97, 157, 158

Estrella 30, 66, 121, 123, 144, 145

Imprentas, artes gráficas:

Brand y Cia. 72

Estudios Oliphant 114

Imprenta Barcelona 71, 74, 76, 81, 82, 85, 92

Imprenta Cervantes 66, 67, 69

Imprenta Codarte 127

Imprenta de El Mercurio de Valparaíso 41, 42, 45, 57, 65, 74

Imprenta de Julio Belín y Compañía 54, 55

Imprenta de la Opinión 40, 43, 54

Imprenta de la Patria 69

Imprenta de los Debates 69

Imprenta del Comercio 33

Imprenta del Gobierno 29, 30

Imprenta Federal 28

Imprenta Gutenberg 67

Imprenta Nacional 69

Imprenta Universo 66, 74, 85, 104

Imprenta y Litografía del Estado 37

Litografía Cadot 68

Litografía Gillet 74, 85

Litografía Marinetti 127

Litografía Porter 37

Lüer, Paye y Cía. 72, 74, 75

Instituciones:

Archivo Nacional 55

Biblioteca Nacional 45

Casa de Moneda de Chile 23

Congreso Nacional 30

Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) 132, 133

Estado 19, 32, 37, 45, 82, 135, 138, 146

Ferrocarriles del Estado de Chile 103

Gobierno de Chile 29, 30, 32, 135, 138, 139, 141, 143, 146, 157, 158

Junta de Gobierno 26

Municipalidad de Santiago 110, 144

Parques Nacionales 152

Polla Chilena de Beneficencia 130, 136

Secretaría General de Gobierno 158

Teatro Municipal de Santiago 76

Librerías:

Centro Editorial de Obras Ilustradas 66

Librería del Mercurio de Valparaíso 65

Marcas, productos:

Aceite Bau 85

Aceite Escudo Chileno 85

Bidú 120

Bitter Amargo Valparaíso 96

Carros El Progreso 64

Carros La Unión 64

Cemento Polpaico 130, 131

Cerveza Keller 64

Cerveza La Estrella 64

Cigarrillos Compadre 65

Cigarrillos El Negro 65

Cigarrillos Geisha 65

Cigarrillos La Belleza 65

Cigarrillos La Patria 65

Cigarrillos Marca Chancho 65

Cigarrillos Vencedores 65

Cigarrillos Yungay 65
Cocoa Peptonizada Raff 106
Dentífrico Cauquelin 82
Dentífrico Edén 82
Esmaltina 82
Fonógrafos Pathé 85
Fósforos Los Andes 107
Hiperbiotina Malesci 85
Klenzo 107, 123, 131
Pilsener Limache 84
Té Demonio 79, 84
Té Ratanpuro 79, 84
Té Santa Filomena 79, 84
Thisporine 85
Tres Montes 106
Yoghurt Yely 131

Mercado y economía:

Capitalismo 38
Competencia 43, 56, 65, 105, 120, 141, 143, 144, 159
Consumo 57, 61, 64, 65, 82, 84, 117, 121, 123, 124, 125, 131, 136, 138, 143, 148, 150, 154, 159
Economía 26, 32, 37, 61, 127, 143, 146
Empresa 37, 62, 64, 72, 83, 95, 97, 102, 103, 105, 106, 115, 120, 121, 127, 129, 136, 137, 138, 139, 141, 143, 145, 146, 147, 149, 150, 151, 156, 158
Empresario 69, 104, 105, 106, 134, 138, 144, 146, 150, 153
Estrategia 64, 84, 103, 115, 120, 151, 154
Libre Empresa 146
Marketing 107, 129, 154
Mercado 35, 46, 50, 59, 65, 66, 68, 82, 84, 88, 89, 95, 97, 99, 104, 106, 107, 109, 111
Merchandising 143
Segmentación 131

Organizaciones:

Asociación de Diseñadores Profesionales 151
Asociación de Impresores de Chile 115
Asociación de Propaganda Internacional de Chile 97
Asociación Salitrera de Propaganda 82
Círculo de Publicistas de Chile 114
Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile 151
Colegio de Publicistas de Chile 151
Comité Nacional de Educación de Tránsito 144
Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) 92, 93, 110
Federación de Obreros de la Imprenta de Chile 115
Instituto de Investigaciones Tecnológicas (INTEC) 133
Sociedad de Fomento Fabril 69
Sociedad de la Igualdad 54, 57
Sociedad Tipográfica de Santiago 57
Sociedad Tipográfica de Valparaíso 57
Unión de Cartelistas de Chile 115

Publicaciones no periódicas:

Álbum de las Salitreras de Tarapacá 51, 67
Álbum de Trajes Chilenos 39
Álbum del Santa Lucía 65, 67
Álbum Militar de Chile 79
Apuntes sobre el origen, progreso i viscisitudes de la escritura en España 73
Arauco Domado 18, 19
Arte de Pájaros 119
Atlas de Historia Física y Política de Chile 45
Álbum de las Glorias de Chile 79
Bibliografía Chilena 23
Biblioteca Boliviana 67
Breve Historia de la Imprenta y de la Industria Gráfica en Chile 38
Canción de la Fiesta, La 93
Canto General 121
Caramelos Campeonato, Álbum 127
Carta de un Americano al Español 27, 28
Cena Jocosa, La 118
Corona Triunfal a San Martín 51
Corrección de Pruebas de Imprenta 62, 66, 67
Cuna de Cóndores 96
Chile Ilustrado 41, 42, 50, 51, 62, 67
Chile os acoge 119
Dibujos Indígenas de Chile 98
Diez Grabados Populares Chilenos 63
Discursos y Poesías 51
El Cuerpo Humano, Álbum 127
Ensayo sobre Chile 41, 55
Flora y Fauna, Álbum 127
Fulgor y muerte de Joaquín Murieta 119
Galería Nacional de Hombres Célebres 44, 45
Geografía Física de la República de Chile 67
Hesperiae 24
Historia del Hombre, Álbum 127
Historia General de Chile 74, 79
Historia Geográfica Natural y Civil del Reino de Chile 27
Imagen ambiental de Santiago 49
Imagen artística de Chile, La 45
La Provincia de Valdivia: Los Araucanos 51
Los alfabetos del mundo 116
Manual del escritor 45
Memoria sobre el cultivo y beneficio del lino y cáñamo en Chile 37
Mister Jara 148
Modo de Ganar el Jubileo Santo 23, 25, 29
Normas de Composición 119
Oda a la Tipografía 113
Principios de Dibujo Lineal 54
Recuerdos del Centenario 66
Recuerdos del Pasado 56
Reglamento del Hospicio de Pobres 24
Reminiscencias de un viejo editor 42
Reseña Histórica del ferrocarril entre Santiago y Valparaíso 51

Resumen de la Historia de Chile 119
Serie panorámica de vistas de Santiago 31
Silabario Hispanoamericano 95, 111
Simbología gráfica 116
Técnica Gráfica 119
Valparaíso 148
Viaje pintoresco a través de la República 50
Vistas de Chile 67
Vistas de la Patagonia, del Estrecho y de la Tierra del Fuego 50
Vistas de Valparaíso 50
Zoológico, Álbum 127

Publicaciones periódicas:

Abeja Chilena, La 32
Aguijón, El 37
Álbum, El 54
Alcornoque, El 27
Alfa, El 43
Almanak, El 23, 26, 28, 29, 31, 37, 44
Almanaque Divertido Ilustrado 60
Almanaque Nacional Pintoresco 76
Almanaque Popular e Instructivo 61
Amigo de la Verdad, El 35
Amigo del Pueblo, El 45
Anales de la Universidad de Chile 43, 57, 73
Antártica 93
Apagador, El 32
Araucano, El 37, 38, 39, 40
Argos de Chile, El 30
Arte Industrial, El 84
Arte Moderno 99
Artes y Letras, Revista de 91, 92, 99
Atenea 98
Ateneo, El 103
Auca 128
Aurora de Chile 23, 24, 26, 27, 29, 31, 34
Austral 90, 91
Avisador Chileno, El 32
Babel 118
Barómetro de Chile, El 35, 37
Barra, La 54, 57
Barrabases 128
Biblioteca Zig-Zag 119
Blank 160
Bohemio, El 91
Cabrochico 140, 141
Calendario Cochrane 128
Can Can 124
Canalla, El 34, 35
Caras y Caretas 84, 90
Cine-Amor 128
Clamor de la Patria, El 32
Claridad 93
Clave, La 35
Clío 103

Colección Cormorán *141, 149*
 Colección El Rescate *141*
 Colección Minilibros *139, 148*
 Colección Nosotros los Chilenos *139, 144*
 Combo, El *60*
 Comedia Humana, La *87, 89*
 Comedia, La *89*
 Comuna y Hogar *98*
 Comunicación *150, 152*
 Concepción Magazine *99*
 Cóndor, El *55, 59*
 Correo de la Exposición, El *49, 51, 62*
 Correo Literario, El *47, 57, 58, 59*
 Corre-Vuela *79, 90, 91*
 Crepúsculo, El *42*
 Crónica, La *54, 55*
 Chantecler *91*
 Charivari, El *60*
 Chile Ilustrado, Revista *75, 81, 83, 89*
 Chile Magazine *98, 99, 100*
 Chileno, El *30, 37*
 Chilian Times, The *66, 67*
 Chiva, La *139*
 Dg Diseño *152*
 Diablo, El *67*
 Diario Ilustrado, El *99, 110*
 Diccionario Biográfico de Chile *79*
 Diez, Los *91*
 Dinamita, La *68*
 Diógenes, El *59*
 Diseño *152*
 Don Cristóbal *77*
 Don Fausto *125*
 Don Quijote *77*
 Duende de Santiago, El *30*
 Duende, El *35*
 Eco Literario del Norte *57*
 Ecos del Taller *73*
 Ecran *103, 124, 125*
 En Viaje *103, 114*
 Ercilla *124, 140*
 Escoba, La *68*
 Esmeralda, La *67*
 Estrella de Valparaíso, La *140*
 Estrella del Sur, La *91*
 Familia *89, 91*
 Faro del Bío-Bío, El *37*
 Ferrocarril, El *57*
 Ferrocarrilito, El *64*
 Fibra *159, 160*
 Fígaro, El *77*
 Firme, La *139, 141*
 Flash *128*
 Futre Fósforo, El *59*
 Gaceta Mercantil y de Anuncios, La *35*
 General Pítilo, El *77*
 Guía del Comercio e Industria de Santiago *72*
 Guía Gráfica *152*
 Hoy *103*
 Ilustración Tipográfica, La *73*
 Ilustración, La *62*
 Imparcial de Chile, El *32*
 Independiente, El *28, 30*
 Instantáneas *83, 89*
 Instructor del Pueblo, El *57*
 Instructor, El *62*
 Jil Blas, El *68, 77*
 José Peluca *59*
 Juguete, El *30*
 Juventud *93*
 Lat *33 160*
 Laucha, La *27*
 Lectura, La *66, 67*
 Liberal, El *32*
 Linterna del Diablo, La *59, 60*
 Linterna Mágica, La *30*
 Lira Chilena, La *76, 77, 79, 81, 83*
 Lira Popular, La *53, 63, 64, 89, 137, 138*
 Litoral *98*
 Luna *118*
 Mampato *128, 141*
 Mandrágora *103*
 Mayoría *139*
 Mefistófeles, El *59*
 Mercurio Chileno, El *34, 44*
 Mercurio de Chile, El *31*
 Mercurio de Santiago, El *81, 110, 115, 140, 141*
 Mercurio de Valparaíso, El *27, 33, 34, 40, 41, 48*
 Mercurio Ilustrado, El *86*
 Minero de Coquimbo, El *27*
 Moción, La *28, 37*
 Monitor Araucano, El *26, 27, 29*
 Mosaico, El *43*
 Museo de Ambas Américas, El *40, 41, 42, 44*
 Museo, El *57*
 Nación, La *110*
 Noreste *154*
 Noticias Gráficas *72, 73, 75, 76*
 Nuevo Ferrocarril, El *61*
 Okey *125*
 Onda *139, 140*
 Opinión, La *46*
 Pacífico Magazine *91*
 Padre Cobos, El *59, 77*
 Padre Padilla, El *59, 77*
 Páginas Intelectuales *90*
 Paloma *140*
 Para Todos *98, 99*
 Patas Verdes, El *68, 77*
 Paula *128, 130, 140, 154*
 Payaso, El *73, 74, 84*
 Penca, La *60*
 Peneca, El *79, 89, 91, 110*
 Pingüino, El *124*
 Plan *138*
 Pluma y Lápiz *81, 83*
 Pluma y Pincel *154*
 Pobre Diablo *130*
 Polar, La *89, 90*
 Poncio Pilatos *77*
 Pro-Arte *99*
 Publicidad, La *74*
 Pueblo, El *60*
 Qué Pasa *146*
 Quinta Rueda, La *139*
 Revista Católica, La *42, 43*
 Revista Cómica, La *74, 75, 79*
 Revista Chilena, La *60*
 Revista de Arte *99, 103*
 Revista de Artes y Letras *91, 99*
 Revista de Santiago (I) *43, 57*
 Revista de Santiago (II) *74*
 Revista de Valparaíso *42, 44*
 Revista del Domingo *140, 141*
 Revista del Norte *43*
 Revista del Pacífico *57*
 Revista Ilustrada, La *60, 74, 90*
 Revista Médica Chilena *57*
 Revista Tipográfica *69, 72*
 Ritmo *128, 130, 131, 140*
 Rol de Policía *35*
 Sancho Panza *77*
 Segunda, La *140*
 Selecta *89, 91*
 Semana *98*
 Semanario de Santiago *43*
 Semanario Musical *57*
 Semanario Republicano *32*
 Sílfide, La *54, 55*
 Silueta, La *91*
 Siluetas *91*
 Sol, El *30*
 Sport Chileno, El *73, 74*
 Sucesos *83, 86, 91*
 Taller Ilustrado, El *47, 59, 60, 68*
 Telégrafo Mercantil y Político, El *33*
 Telégrafo, El *30, 33*
 Tiempos, Los *67*
 Tipógrafo, El *73*
 Tizón Republicano, El *32*
 Topaze *103, 110, 111*
 Trabajo, El *67*
 Tribuna, La *67*
 Unión Liberal, La *60*
 Valdiviano Federal, El *27, 32*
 Veterano, El *28*
 Viva la Patria, Gazeta Ministerial Extraordinaria de Chile *31*

Voz del Comercio, La 27, 28

Zig-Zag 79, 81, 83, 86, 87, 88, 90, 91, 98, 103, 104, 105, 106, 110, 129

Rubros:

Comercialización 64, 135, 143

Comercio 26, 31, 37, 46, 50, 53, 57, 61, 64, 65, 66, 73, 104, 105, 125, 127

Deportes 117

Desarrollo de productos 133, 139

Desarrollo tecnológico 133

Fabricación de aceite 65, 84, 85

Fabricación de cigarrillos 65, 84

Fabricación de fósforos 65

Importaciones 102, 121

Industria 39, 41, 42, 46, 48, 54, 56, 57, 61, 64, 65, 66, 68, 69, 72, 73, 81, 84, 95, 102, 104, 105, 110, 117, 121, 122, 128, 133, 134, 136, 152

Minería 53, 103, 151

Productos 27, 39, 42, 50, 53, 56, 61, 62, 64, 65, 76, 79, 89, 97, 103, 104, 107, 114, 115, 116, 117, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 128, 129, 131, 133, 134, 138, 139, 143, 144, 145, 146, 148, 150, 151, 154, 160

Servicios 27, 53, 128, 137, 144, 145, 150, 151

Turismo 103, 109, 114, 117

Vestuario 97, 107, 114

Sociedad:

Calidad de Vida 133

Educación 38, 73, 122, 123, 130, 134, 136, 137, 141, 143, 153

Espacio público 28, 62, 105, 134

Salud 117, 143

Vivienda 143

Sucesos culturales, eventos:

Batalla de Lircay 37

Batalla de Yungay 42

Bicentenario de la ciudad de Valparaíso 151

Bienal de Diseño 152, 153

Bienal de Sao Paulo 128

Bombardeo de Valparaíso 51

“Boom” de la publicidad 144

Campañas de alfabetización 117

Campeonato Mundial de Fútbol 127, 129

Censo de 1952 116

Centenario de la Pontificia Universidad Católica de Chile 151

Centenario de la República 91

Combate Naval de Iquique 77

Concierto de Amnistía Internacional 156

Concursos de afiches 81, 82, 92, 93, 103, 108, 109, 110, 113, 137

Congreso internacional Diseño y Desarrollo Regional 152

Congreso Latinoamericano de Publicidad 150

Cultura de eventos 160

Chilenización del Cobre 127

Exhibiciones 109

ExpoDiseño 152

Expográfica 89 153

Exposición de Artes e Industrias (1872) 56

Exposición del Coloniaje (1873) 56

Exposición Internacional (1875) 56

Exposición Nacional (1856) 50

Exposiciones 56, 64, 117, 129, 137, 152

Feria Internacional de Santiago (FISA) 137

Fiesta de la Primavera 92, 93, 109, 110

Fiesta de los Estudiantes 105

Golpe Militar 141, 143, 148

Guerra Civil (1859) 59

Guerra Civil (1891) 69

Guerra del Pacífico 64, 67, 82

“Helvetización” 151

Incendio de la Iglesia de la Compañía 51

Incorporación de la radio 97

Independencia de Chile 26, 83

Juegos Panamericanos Santiago (1975) 133, 145

Ley de imprenta 45

Movimiento Intelectual (1842) 42

Nueva Canción Chilena, La 135, 137, 138

Primera Exposición del Cartel 115

Promoción del salitre 82, 109, 110

Recesión económica (1982) 150

Reconquista, La 28, 29

Reforma Agraria 109, 127

Reforma de la Escuela de Bellas Artes 99, 101

Reforma Universitaria 130, 132, 133, 137, 139

Salitre, Minería del 51, 67, 82, 110

United Nations Commerce, Trade and Development Organization (UNCTAD III) 132, 145

Winnipeg, Llegada del 111, 119

XI Congreso Eucarístico 146

Tipografías:

Antillanca 158

Australis 159

Cachito 158

Chúcara 160

DigiSans 161

Elemental Sans 160

Emiliana 158

Estación 158

Expendio 158

Indo Sans 161

Mechada 158

Papas 158

Patúa 160

Ripio 158

Medio internacional

Agrupaciones:

Grapus 157

Movimiento Isotipo 145

Caricaturas:

Max Und Moritz 60

Struwwelpeter (Pedro Melenas) 60

Comunicaciones Sociales:

Canal de Panamá 97

Cine 97, 111, 113, 125, 134, 138, 161

Internet 160, 161

Radio 97, 113, 141

Televisión 113, 127, 131, 134, 143, 144, 150, 161

Web 153, 158, 160, 161

Corrientes:

Abstracción 113, 115, 125, 128, 131, 136, 137, 143

Abstracción geométrica 136, 158

Art Déco 98, 103

Art Nouveau 71, 88, 111, 134

Barroco 38, 93

Cartelismo 81, 83, 93, 95, 103, 114, 115, 122, 123, 129, 135, 139, 147

Constructivismo 95, 103, 109, 118

Costumbrismo 39, 46, 102, 103

Cubismo 95, 115

Dadaísmo 95, 103

Eclecticismo 154

Estilo japonés 82

Futurismo 95

Izquierda 109, 141

Kitsch 125

Modernismo 71, 72, 74, 76, 79, 91, 98, 111, 123

Muralismo 129, 130, 134, 135, 136, 139

Neoclasicismo 38, 62, 67, 68

Neoplasticismo 114

Nueva Objetividad 146

Op Art 135

Pop Art 136, 140

Racionalismo 102, 118, 137, 138, 147, 156

Realismo 61, 63, 115

Realismo social 139

Realismo socialista 133

Romanticismo 31, 38, 71, 98

Simbolismo 113, 134

Suprematismo 95

Utilitarismo industrial 62, 64, 65

Vanguardias artísticas 95, 114, 117, 118, 124, 141

Editoriales:

Malikól 118

Empresas, Compañías:

Braden Cooper Minning 123

Entidades educacionales, escuelas, cursos:

Bauhaus, La 95, 114, 121, 122

Black Mountain College 122

Departamento de Arte Universidad de Yale 122

Escuela de Artes Decorativas de París 96

Escuela de Artes y Oficios de Angers 46

Escuela de Diseño de Basilea 156

Escuela de Ulm 133, 137, 145, 147, 149

Instituto Torcuato Di Tella 137

Vorkurs 133

Imprentas, artes gráficas:

Imprenta Hispano-Americana 42

Imprenta Thunot y Cie. 44

Instituciones:

Confederación Peruano-Boliviana 42, 64

Consejo de Castilla 21

Corona Española, La 26, 29

Iglesia, La 19

Inquisición, La 18

Museo de Arte Moderno de Nueva York 110

Orden jesuita 23

Real Academia Española 18

Real Audiencia 24

Tercer Reich 114

Marcas:

Aliviol 117, 120

Bayer 115

Camel 106

Coca-Cola 106

Ford 106

Geniol 120

Mercedez Benz 106

RCA 133

Shell 115

Oficinas, agencias, estudios:

Atomic Media 161

Chermayeff & Geismar 151

J. Walter Thompson 120, 136

Leo Burnett 120

Mc Cann Erickson 120, 136

Países, ciudades, lugares:

Alemania 17, 27, 66, 113, 117, 133

Ambato 23

América 24, 31, 46

Argentina 23, 120, 130, 133, 137, 139

Bamberg 17

Barcelona 17

Boston 26

Brasil 31, 130, 133

Buenos Aires 24, 25, 26, 29, 30, 57, 83, 86, 105

California 55, 56, 66

Córdoba 23

Cuba 130, 133

Cuzco 46

Dessau 95, 122

España 17, 18, 19, 21, 26, 41, 118, 127

Estados Unidos 26, 30, 34, 44, 57, 81, 104, 121, 124, 129, 133, 150, 155

Estrasburgo 17

Europa 17, 19, 20, 23, 28, 31, 38, 39, 41, 44, 48, 56, 57, 59,

63, 65, 68, 71, 73, 81, 82, 95, 100, 102, 104, 107, 110, 113,

115, 117, 121, 127, 133, 155

Francia 18, 47, 48, 54, 55, 71, 74, 127, 134

Hamburgo 55

Indias Occidentales 18

Inglaterra 50, 57, 74, 133

Italia 17, 18, 21, 127

la Plata, Virreinato de 24

Latinoamérica 57, 65, 139

Leipzig 118

Lima 19, 23, 24, 27, 57

Londres 24, 31, 44, 56

Madrid 17, 19

México 18, 21, 121

Montevideo 30, 57

Nueva España, Virreinato de 18

Nueva York 87, 110

Países Bajos, Los 18

París 24, 42, 44, 45, 48, 56, 68, 81, 88, 96, 101

Perú, Virreinato del 21

Quito 23

Roma 17, 19, 20

Salamanca 17, 18

Segovia 17

Subiaco 17

Sudamérica 18, 45, 49, 66, 91

Valencia 17

Viejo Mundo, El 23, 42

Weimar 95, 122

Zaragoza 17

Publicaciones no periódicas:

A visit to Chile and the Nitrate fields of Tarapacá 55

Catecismo de la Doctrina Cristiana 18

Cautiverio Feliz 19

Crónica de viaje a los mares del sur 19

Diario de residencia en Chile 24

Diseño de la Periferia 134

Don Quijote de la Mancha, El Ingenioso Hidalgo 18

El Lenguaje de la Visión 134

Escalera Espiritual para llegar al Cielo 18

Ethica, Economía y Política 17

Girondinos, Los 54

Histórica Relación del Reino de Chile 19, 20, 21

La Araucana 17, 18

Los Viajes de Gulliver 111

Manual de Diseño Tipográfico 148

Principios de psicología de la forma 134

Romanceros 18, 63

Sinodal del Aguilafuente, El 17

Sistemas de Retículas 148

Successful Advertising, How to Accomplish it 81

Theory of Advertising, The 81

Publicaciones periódicas:

Colliers Magazine 88

Communication Arts 148

Graphis 148

Illustrated London News 55

Los Grandes y Pequeños Viajes 21

Referentes gráficos:

Afiche polaco 150, 157

Baskerville, tipografía 119, 148

Bodoni, tipografía 119, 148

Bookman, tipografía 119

Broadway, tipografía 106

Cartel cubano 135, 139

Cartel Hippie 134

Cartelismo francés 103

Ciencia-ficción 134

Comic 125, 134

Diseño estadounidense 147, 151

Fotonovela 125

Futura, tipografía 104, 114

Garamond, tipografía 119

Gill Sans, tipografía 104

Gráfica cubana 134

Gráfica hippie 135, 140

Gráfica japonesa 155

Gráfica suiza 156, 157

Gráfica victoriana 56, 74, 83

Graffiti 134

Helvética, tipografía 148, 150

Kabel, tipografía 144

Perpetua, tipografía 104

Pintura quiteña 46

Propaganda gráfica aliada 114

Stencil, tipografía 144

Submarino Amarillo, El 134

Univers, tipografía 144, 150

Sucesos culturales, eventos:

Belle époque, La 79, 81, 84, 85, 90, 99

Concurso calendario Zanders 155

Concurso Internacional "Un Hemisferio Unido" 110

Crisis económica mundial (1931) 102

Cultura digital 153

Depresión Mundial (1929) 103, 104

Descubrimiento de América, El 18, 19

Época romántica 42, 88
Expo Sevilla (1992) 155, 159
Exposición Internacional de Filadelfia (1876) 41
Exposición Internacional de Sevilla (1929) 30
Exposición Universal de París (1900) 81
Festival de Woodstock (1969) 136
Gran Exposición Universal de Londres (1851) 56
Guerra Civil Española 109, 111
Juegos Olímpicos de Munich 145
Juegos Olímpicos de Tokio 145
"Leyenda negra", La 21
Modernidad 111, 123, 130, 156
Modernismo gráfico 71, 82, 83
Modernismo técnico 95, 97
Movimiento estudiantil de Mayo (1968) 134
Período romántico 49, 88
"Postermania" 135
Postmodernidad 154
Primera Guerra Mundial 99
Primero de Mayo Soviético 135
Renacimiento 19
Revolución Cubana 134
Revolución Francesa 38
Revolución Tipográfica 95
Segunda Guerra Mundial 111, 113, 114, 117, 120, 121, 136
Sicodelia 135, 140

ÍNDICE TÉCNICO

A

Actividad gráfica 38, 42, 53, 54, 57, 62, 67, 71, 72, 124
Aerógrafo 117, 154
Afiche 67, 74, 76, 81, 82, 83, 84, 85, 88, 92, 93, 95, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 113, 114, 115, 116, 117, 120, 121, 123, 124, 127, 128, 129, 134, 135, 137, 138, 139, 143, 147, 148, 149, 150, 151, 153, 156, 157, 158, 160
Afichista 93, 109, 110, 115, 135
Agencia de diseño 109, 128, 129, 139, 145, 150, 151, 152, 153, 157, 158
Agencia de publicidad 88, 104, 105, 109, 117, 120, 121, 123, 124, 125, 131, 136, 137, 139, 143, 144, 153, 158
Albúmina 49
Ambrotipo 50
Animación gráfica 123, 131, 144, 161
Anuncio 27, 32, 34, 35, 40, 56, 57, 64, 72, 75, 76, 79, 81, 82, 88, 106, 122, 144
Arquitecto 38, 46, 74, 84, 95, 98, 100, 108, 122, 130, 132, 133, 147
Arquitectura 46, 91, 103, 114, 122, 130, 132, 149, 155
Ars Graphica 17
Arte 17, 25, 37, 46, 50, 68, 79, 81, 84, 91, 101, 108, 110, 111, 114, 115, 117, 122, 123, 132, 134, 136, 147
Arte aplicado a la industria 68, 134
Arte comercial 85
Arte de la propaganda 102

Arte decorativo 100, 101, 108
Arte puro 96, 100
Arte tipográfico 24, 41, 43, 54, 59, 68, 73, 81
Arte útil 100
Arte utilitario 75
Artes aplicadas 95, 100, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 109, 114, 117, 130
Artes decorativas 46, 65, 95, 96, 100
Artes gráficas 27, 65, 72, 73, 74, 101, 118, 122, 134
Artes mecánicas y útiles 25
Artes visuales 135, 149
Artes y Oficios 23, 46, 84
Artesanía 100
Artesano 39, 46, 111
Artífice 101, 102
Artífice gráfico 103
Artista 19, 20, 24, 30, 31, 38, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 55, 61, 63, 65, 69, 71, 72, 75, 76, 79, 85, 88, 89, 92, 95, 100, 101, 102, 108, 109, 110, 111, 114, 115, 118, 121, 123, 124, 128, 131, 134, 137, 150
Artista comercial 141
Artista gráfico 60, 79, 83, 85, 89, 92, 99, 110, 113, 115, 117, 120, 122, 127, 128, 136
Autoedición 149, 150, 153, 154, 160, 161
Aviso 26, 27, 28, 33, 34, 35, 37, 39, 40, 41, 43, 48, 49, 54, 57, 63, 69, 73, 74, 75, 77, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 93, 96, 97, 100, 103, 104, 105, 110, 120, 121, 122, 123, 124, 129, 130, 135, 146
Ayuda imprentera 127

B

Bandos 35
Barniz 156
Bellas Artes 47, 62, 95, 99, 100, 101, 102, 107, 117, 123

C

Cabezal 26, 31, 32, 59, 60, 61, 66, 77, 97, 124, 128, 130, 146
Caja 25, 41
Cajista 29, 55, 104
Caligrafía 92, 114, 125
Calígrafo 48, 68, 69, 119
Calotipia 50
Cámara lúcida 48
Campaña publicitaria 79, 82, 84, 103, 115, 120, 124, 130, 136, 137, 144, 146
Character 24, 27, 29, 35, 37, 44, 54, 57, 59, 61, 64, 65, 69, 74, 84, 97, 98, 104, 109, 113, 114, 119, 125, 127, 134, 149, 150, 154, 159
Caracteres condensados 35, 139
Caracteres expandidos 35
Caracteres metálicos 139
Carátulas discográficas 137, 138
Caricatura 28, 30, 47, 57, 58, 59, 60, 68, 88, 91, 110
Caricaturista 30, 48, 59, 89, 120
Carte de visite 48, 49, 51

Cartel 27, 28, 30, 33, 35, 61, 62, 67, 71, 77, 79, 82, 87, 90, 92, 93, 104, 105, 107, 108, 109, 110, 113, 114, 115, 116, 117, 121, 128, 129, 134, 135, 136, 139, 143, 147
Cartelismo 83, 95, 103, 114, 115, 122, 123, 129, 135, 139, 147
Cartelista 83, 84, 95, 103, 108, 109, 110, 114, 115, 117, 120, 121, 135, 136
Clisé fotográfico 63
Códices 17
Columna 26, 35, 37, 38, 41, 54, 56, 62, 63, 127
Collage 95, 109
Componedor 25
Composición tipográfica 34, 37, 43, 44, 55, 109
Computación 17, 66, 155
Computador 88, 153
Comunicación 57, 65, 81, 93, 102, 107, 115, 120, 124, 138, 146, 151
Comunicación de masas 93, 113, 125
Comunicación impresa 17, 25, 57, 71, 79, 113
Comunicación Visual 17, 145, 160
Comunicadores audiovisuales 161
Corrección de pruebas 88
Corrector de pruebas 88
Cromolitografía 65
Cuño 156
Cursiva 66

D

Daguerrotipo 47, 48, 49, 50
Desktop publishing 153
Diagramación 30, 37, 38, 42, 63, 83, 103, 104, 127, 128, 138, 147, 148
Diagramador 86, 104
Diario 42, 43, 63, 68, 69, 86, 99, 103, 104, 122, 127, 141, 144, 145, 161
Dibujante 24, 30, 44, 53, 55, 59, 60, 61, 68, 74, 75, 76, 83, 84, 98, 99, 104, 107, 110, 111, 127, 141
Dibujante publicitario 105, 117, 120, 136
Dibujo 19, 20, 21, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 35, 37, 38, 39, 45, 47, 53, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 68, 69, 71, 75, 77, 79, 81, 83, 90, 91, 92, 98, 99, 102, 111, 125, 134, 138, 140, 161
Dibujo lineal 48, 69
Dibujo manual 123, 125
Dibujo ornamental 69
Dirección artística 75, 76, 79, 88, 91
Dirección de arte 76, 77, 119, 140, 141, 154, 160
Director de arte 79, 83, 118
Diseñador gráfico 76, 123, 130, 143, 147, 151, 156, 157
Diseñador 37, 82, 104, 111, 118, 121, 123, 129, 130, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 149, 150, 151, 152, 155, 156, 157, 158, 159, 161
Diseño 71, 74, 75, 82, 83, 84, 90, 97, 100, 102, 105, 106, 107, 109, 113, 114, 115, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 157, 158, 159, 160
Diseño de libros 149

Diseño de marcas 27, 64, 107, 120, 125, 138, 147

Diseño de stands 137

Diseño de vitrinas 110

Diseño editorial 118, 119, 121, 139, 147, 148, 149, 160

Diseño gráfico 95, 103, 111, 113, 114, 117, 118, 121, 122, 123, 124, 130, 132, 135, 136, 137, 138, 139, 143, 147, 148, 149, 150, 152, 156, 158, 159, 160

Diseño industrial 130, 132, 133, 135

Diseño textil 132

Displays 137

E

Edición 20, 25, 45, 67, 68, 98, 101, 113, 117, 118, 119, 128, 141, 144, 149, 152, 157

Editor 20, 28, 29, 30, 31, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 48, 50, 53, 58, 60, 66, 67, 73, 86, 89, 119, 139, 149, 150

Editorial 18, 19, 35, 41, 42, 43, 45, 56, 58, 67, 68, 71, 74, 75, 81, 83, 86, 88, 89, 90, 91, 95, 96, 97, 99, 102, 104, 105, 106, 110, 111, 113, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 125, 127, 128, 130, 135, 138, 139, 140, 141, 144, 147, 148, 149, 150, 152, 154

Educación artística 17, 47, 48, 53

Educación en diseño 153

Educación popular 136, 141, 143

Educación tipográfica 54

Electrónica 127

Encuadernación 37, 102

Enseñanza artística 38, 69, 95

Enseñanza del arte 47

Enseñanza del dibujo 54, 68

Enseñanza del diseño 122, 132, 133, 143

Envases 64, 76, 123, 125, 131, 137, 141, 156

Envoltorios de cigarrillos 65

Escritura gótica 59

Escuelas de diseño 114, 132, 133, 148

Esquela de convite 21, 23, 24, 29, 37

Estampillas 62

Etiqueta 56, 65, 76, 84, 96, 102, 107, 121, 131, 137, 141

F

Ferrotipo 47

Filete 35

Flyer 160

Folia 156

Folleto 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 35, 37, 41, 54, 63, 67, 69, 103, 105, 115, 119, 156

Fotocomposición 88, 119, 123, 127, 139, 148, 149, 153

Fotocopia 149

Fotograbado 72, 73, 74, 75, 82, 103

Fotografía 24, 42, 48, 49, 50, 51, 66, 67, 74, 75, 79, 82, 86, 88, 90, 91, 95, 98, 103, 113, 123, 124, 134, 135, 143, 154, 160

Foto-lettering 123

Fotomecánica 71, 110, 111, 127

Fotomontaje 95, 103, 113, 114

Fotonovela 125

Fotoserigrafía 103

Fotostencil 103

Fuente tipográfica 31, 66, 104, 105, 119, 122

G

Galera 41

Gigantografías publicitarias 114

Glosas 29

Grabado 20, 23, 24, 27, 30, 33, 34, 41, 42, 43, 45, 50, 51, 55, 58, 61, 62, 64, 67, 68, 74, 87, 88, 89, 101, 102, 103, 111, 121, 122, 124, 133, 136, 137, 138

Grabado al claroscuro 58

Grabador 19, 20, 24, 44, 48, 55, 58, 59, 63, 68, 98, 132

Gráfica 17, 28, 30, 39, 51, 53, 56, 63, 67, 69, 71, 72, 81, 82, 88, 89, 95, 97, 98, 102, 103, 106, 114, 118, 128, 132, 136, 137, 141, 143, 144, 146, 147, 149, 151, 152, 155, 156

Gráfica de consumo 125, 136

Gráfica digital 152, 153

Gráfica en movimiento 131, 160

Gráfica industrial 64

Gráfica institucional 147

Gráfica popular 130, 158

Gráfica publicitaria 79, 120

Grafismo 103, 117, 159

Grafismo comercial 92, 99, 129, 137

Grafismo manual 159

Grafismo urbano popular 135, 158, 159

Grafistas 89, 97, 104, 105, 117, 119, 127, 130, 136, 139

Greca ornamental 42, 44, 63

Grilla 147

H

Hardware 153

Historieta 55, 88, 97, 140, 141

Hojas sueltas 25, 28, 32, 34

Hojas voladoras 29

Hombres sándwich 64, 105

Humor gráfico 139

I

Iconografía 19, 46, 50, 57, 74, 77, 79, 103, 107, 119, 120, 123, 135, 136, 147

Iconografía popular 77, 141, 158, 159

Iconografía temática 145

Identidad corporativa 145, 146, 150

Identidad visual 150

Ilustración 21, 44, 54, 55, 58, 59, 60, 61, 67, 68, 79, 88, 91, 93, 95, 98, 99, 102, 103, 110, 113, 121, 124, 128, 131, 140, 141, 146, 154, 160, 161

Ilustrador 24, 48, 58, 59, 68, 69, 75, 76, 77, 83, 86, 88, 91, 93, 97, 98, 99, 110, 111, 115, 117, 132, 134, 136, 139, 140, 141, 161

Imagen corporativa 139, 144, 146, 150, 152, 158

Imagen de empresas 151

Imagen de identidad 95, 106, 121, 131, 138, 146, 154, 158

Imagen distintiva 26, 76, 121, 133, 134, 136

Imagen gráfica aplicada 150, 151, 155

Imagen país 41, 56

Imaginería 19, 63, 125, 133, 134, 138, 140, 146

Imprenta 17, 18, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 32, 34, 40, 41, 42, 43, 45, 54, 57, 58, 59, 63, 66, 67, 69, 71, 73, 74, 75, 76, 81, 82, 83, 84, 85, 89, 92, 104, 105, 107, 115, 117, 122, 123, 124, 127, 148, 149, 159

Imprentas coloniales 21, 25

Impresión 17, 18, 28, 34, 35, 37, 40, 41, 42, 45, 50, 56, 57, 62, 69, 73, 74, 75, 92, 97, 98, 101, 103, 113, 114, 121, 124, 127, 128, 139, 147

Impresión offset 92, 143

Impresión litográfica 25, 31, 37, 39, 41, 44, 45, 46, 58, 59, 61, 68, 73, 74, 75, 79, 82, 83, 85, 92, 101, 102, 109

Impresión serigráfica 92, 114

Impresión tipográfica 23, 160

Impresor 18, 20, 23, 24, 25, 29, 33, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 48, 50, 53, 54, 55, 56, 66, 67, 72, 73, 84, 109, 113, 115, 127, 140

Impresos 20, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 31, 32, 37, 39, 43, 51, 54, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 65, 74, 75, 81, 82, 87, 91, 103, 104, 109, 113, 114, 119, 129, 141, 159, 160

Incunables chilenos 23

Industria gráfica 41, 57, 66, 105, 114, 115, 123, 127, 139

Infografía 161

Interiorismo 71, 132

Interletraje 127

Interlineado 127

Isotipo 120, 127, 131, 132, 133, 139, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 151, 154

Itálica 35

L

Letra 35, 38, 44, 65, 67, 69, 84, 97, 114, 122, 127, 130, 134, 138, 139

Letra capitular 35, 54, 97

Letra condensada 44

Letra expandida 44

Letra transferible 130, 139, 140, 153

Letrero 46, 53, 62, 65, 83, 85, 100, 114, 135, 158

Letrista 53

Letrística 122

Librería 42, 62, 65, 66, 84

Libro 17, 18, 19, 21, 23, 27, 28, 30, 31, 32, 34, 37, 41, 42, 44, 50, 51, 54, 55, 56, 58, 61, 66, 67, 68, 73, 74, 81, 83, 91, 96, 98, 102, 104, 107, 111, 113, 116, 117, 118, 119, 127, 128, 129, 138, 139, 141, 144, 148, 149, 156

Libro xilográfico 17

Libro-objeto 128

Línea de caja 44, 55

Linotipia 72, 119, 148

Litógrafo 24, 37, 39, 45, 48, 57, 58, 61, 62, 77, 86

Logotipo 64, 74, 76, 100, 106, 114, 115, 120, 123, 125, 128, 131, 133, 137, 138, 139, 145, 146, 150, 151, 152

M

Manual de Normas Gráficas 145
 Manual de identidad 146
 Manuscritos 17, 21, 28, 33, 82
 Marca 27, 64, 65, 71, 74, 76, 79, 82, 84, 85, 87, 89, 91, 95, 96, 97, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 115, 120, 121, 123, 125, 128, 129, 130, 131, 133, 136, 138, 139, 143, 147, 149, 150, 151, 152, 155, 159
 Medio gráfico 69, 84, 89, 109, 119, 130, 133, 154, 156
 Medio tono 73
 Medios de comunicación 81, 102, 138
 Memorias corporativas 149, 156
 Metodología 101, 108, 113, 122, 123, 133, 136, 138
 Metodología proyectual 146
 Monotipia 148
 Montaje de stands 137
 Motion graphics 160
 Motivo (ornamental) 34, 35, 66, 71, 82, 93, 97, 98
 Mural 129, 130, 134, 135, 136, 139

O

Objetos tridimensionales 137
 Oficina de diseño 123, 148, 157
 Oficina 17, 23, 104, 120, 123, 134, 138, 144, 150, 151, 152, 154, 156, 161
 Ornamento 71

P

Paisajismo 132
 Palo seco 44, 110, 114
 Panfletos 25, 30
 Papel 17, 19, 21, 26, 31, 34, 37, 40, 42, 44, 45, 50, 56, 57, 59, 61, 67, 69, 87, 128, 136, 147, 153
 Papiros 17
 Pasquín 28, 30, 68
 Pictograma 145
 Pintor 24, 25, 30, 31, 38, 39, 46, 47, 48, 51, 58, 59, 65, 67, 68, 69, 83, 85, 89, 91, 92, 93, 95, 100, 108, 109, 111, 113, 115, 116, 121, 122, 125, 128, 132, 148, 154, 157
 Pintor de letras 65, 84, 159
 Pintura 30, 38, 45, 46, 47, 50, 62, 65, 69, 75, 77, 93, 98, 99, 104, 111, 114, 118, 122, 123, 124, 128
 Plástica 88, 101, 122, 128, 130, 155
 Pliegos de cordel 63
 Portadista 76, 88, 140
 Poster 135
 Poster pannels 114
 Prensa escrita 26, 27, 31, 41, 68, 77, 79, 103, 110
 Preprensa 128
 Proclamas 28, 29, 31, 35
 Propaganda 26, 27, 28, 59, 64, 81, 82, 97, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 113, 114, 115, 120
 Propaganda política 113, 114, 130, 136
 Publicidad 27, 28, 35, 43, 57, 64, 71, 73, 79, 84, 88, 101, 104, 105, 107, 109, 120, 121, 124, 125, 135, 136, 138, 143, 144, 150

R

Redacción artística 77, 79
 Redacción publicitaria 117
 Redactor 34, 76, 88, 104, 141
 Repinte 149
 Reticula 147
 Retoque fotográfico 113
 Retratarista 46, 48, 49, 51, 60, 67
 Retrato 38, 39, 44, 46, 48, 49, 50, 51, 58, 61, 79, 91, 113
 Revista 23, 31, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 54, 55, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 69, 72, 73, 74, 75, 77, 79, 81, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 97, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 110, 111, 113, 114, 117, 118, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 138, 139, 140, 141, 144, 145, 146, 147, 149, 150, 151, 152, 154, 159, 160
 Rigor geométrico 114, 136, 151, 155
 Rótulo 37, 61, 65, 84, 96, 97

S

Sans serif 131
 Señales gráficas 65
 Señalética 100, 137, 152
 Señalización 145
 Serif 27, 35
 Servicio integral 151
 Signos gráficos 145
 Simbología 106, 137, 145, 159
 Simbología cívica 30
 Simbología gráfica 145, 152
 Simbología nacional 157
 Sitios web 153, 160
 Software 153, 161
 Stands 137

T

Tabloide (formato) 30
 Talleres de propaganda 107, 109, 115
 Tamaño octavo 26
 Tarjetas de presentación 49, 160
 Tarjetas postales 62
 Técnicas gráficas 100, 109, 121, 124
 Tecnología 17, 133, 152, 153
 Textos de estudio 141
 Tiendas comerciales 62, 110
 Tipo 17, 24, 25, 32, 35, 37, 38, 41, 43, 44, 54, 57, 58, 63, 66, 67, 71, 74, 104, 110, 119, 122, 130, 131, 143, 154
 Tipografía 17, 24, 29, 31, 32, 33, 34, 37, 40, 43, 44, 59, 60, 69, 73, 82, 90, 93, 95, 97, 98, 102, 104, 106, 107, 109, 110, 113, 114, 118, 119, 122, 127, 137, 138, 139, 140, 143, 144, 150, 158, 159, 160
 Tipografía bitmap 161
 Tipografía display 158
 Tipógrafo(s) 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 43, 45, 48, 54, 57, 62, 66, 67, 69, 83, 104, 109, 117, 118, 119, 121, 123, 141, 148
 Tipos elzeverianos 67

Tipos móviles 24, 59, 72

Tradición tipográfica 113

Tricromía 82, 87

Troquel 156

V

Vedutas 19

Vídeo digital 161

Viñeta 23, 67, 74, 82, 90, 103, 137, 140

Viñeta xilográfica 27, 31, 58, 59, 65

Volante 21, 28, 29, 33, 43, 160

W

Web 153, 158, 160, 161

X

Xilografía 54, 63, 71, 121

Z

Zincografía 73

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Campos Harriet, Fernando; *Concepción en la primera mitad del siglo XX*. Santiago, Museo Histórico Nacional, 1985.

de Ávila Martel, Alamiro; *Diez grabados populares chilenos*. Santiago, Universitaria, 1973.

Encina, Francisco Antonio y Castedo, Leopoldo; *Resumen de la Historia de Chile, Tomo II*. Santiago, Zig-Zag, 1972.

Errázuriz, Luis Hernán; *Historia de un área marginal. La enseñanza artística en Chile (1797-1993)*. Santiago, Universidad Católica de Chile, 1994.

Feliú Cruz, Guillermo; *La imprenta durante el Gobierno de O'Higgins*. Santiago, Imprenta Universitaria, 1952.

Figueroa, Pedro Pablo; *La Librería en Chile*. París, Librería de Garnier hermanos, 1896.

Fuenzalida, Héctor; *El pintor Isaías Cabezón*. Colección Artistas Chilenos. Santiago, Facultad de Bellas Artes Universidad de Chile, 1961.

Godoy, Alejandro; *Historia del Afiche Chileno*. Santiago, Universidad Arcis, 1992.

Godoy Urzúa, Hernán; *La cultura chilena*. Santiago, Universitaria, 1984.

Gross, Patricio; De Ramón, Armando y Vial, Enrique; *Imagen ambiental de Santiago*. Santiago, Universidad Católica de Chile, 1984.

Hernández, Roberto; *Los primeros pasos del Arte Tipográfico en Chile y especialmente en Valparaíso*. Valparaíso, Imprenta Victoria, 1930.

Johnston, Samuel Burr; *Cartas de un Tipógrafo Yanqui*. Santiago, Francisco de Aguirre, 1997.

Le Dantec, Francisco; *Crónicas del viejo Valparaíso*. Ediciones Universitarias de Valparaíso, 1984.

Martínez, Jaime (editor); *Así lo vio Zig-Zag*. Santiago, Zig-Zag, 1980.

Martínez Baeza, Sergio; *El Libro en Chile*. Santiago, Biblioteca Nacional, 1982.

Montealegre, Jorge; *Von Pilsener. Primer personaje de la historieta chilena*. Santiago, Asterión, 1993.

Rodríguez Villegas, Hernán; *Fotógrafos en Chile durante el siglo XIX*. Santiago, Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico, 2001.

Rodríguez Villegas, Hernán; *3 siglos de dibujo en Chile desde sus inicios hasta nuestros días*. Santiago, Colección Germán Vergara Donoso, 1988.

Rojas Mix, Miguel; *La imagen artística de Chile*. Santiago, Universitaria, 1970.

Romera, Antonio; *Carlos Hermsilla*. Santiago, Universitaria, 1959.

Romero de Lecea, Carlos; *Antecedentes de la Imprenta y circunstancias que favorecieron su introducción en España*. Madrid, Estudios y Ensayos Joyas Bibliográficas, 1972.

Satué, Enric; *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Forma, 1988.

Soto Veragua, Jorge; *Breve Historia de la Imprenta y de la Industria Gráfica en Chile*. Santiago, Antártica, 1990.

Artículos

A.C.; "El libro, su pasión". *Hoy*, número 138, Santiago, marzo 1980.

Álvarez, Pedro y Castillo, Eduardo; "Notas sobre la tipografía en Chile". *Tipográfica*, número 58, Buenos Aires, octubre / noviembre 2003.

Amunátegui, Domingo; "La primera imprenta chilena se debió a la Compañía de Jesús". *Revista Chilena de Historia y Geografía*, número 78, Santiago, 1933.

Atria, Jorge Octavio; "La tipografía y los tipógrafos en Chile". *Revista Tipográfica*, número 4, Santiago, agosto 1893.

Blanco, José Miguel; "A la prensa, a nuestros amigos aficionados al arte". *El Taller Ilustrado*, número 1, Santiago, julio 1885.

Blanco, José Miguel; "Dibujantes i grabadores". *El Taller Ilustrado*, número 17, Santiago, noviembre 1885.

Bofill, Carlos; "La Publicidad en Chile". *Medio Siglo de Zig-Zag*. Santiago, Zig-Zag, 1955.

Bonsiepe, Gui; "Perspectivas del Diseño Industrial y Gráfico en América Latina". *Dg Diseño*, número 3, Santiago, noviembre 1989.

Brandan, Alberto e Hidalgo, Armando; "En pocas líneas". *Caras y Caretas*, número 1, Iquique, agosto 1910.

Contardi, José y de la Huerta, Ángel; "A nuestros lectores". *La Polar*, número 1, Punta Arenas, febrero 1905.

Edwards, Agustín; "El Nacimiento de Zig-Zag". *Zig-Zag*, número 1966, marzo 1935.

E.G.O.; "La reforma en la Escuela de Bellas Artes". *Revista de Arte*, número 1, Santiago, 1928.

Korn, José; "Carlos Zúñiga Llanos simplemente Carolo". *Guía Gráfica*, número 8, Santiago, noviembre / diciembre 1985.

Korn, José; "Jorge Lillo Valenzuela". *Guía Gráfica*, número 10, Santiago, marzo / abril 1986.

Lavados Jingú, Manuel; "El Arte Tipográfico en Chile". *La Ilustración Tipográfica*, número 16, Valparaíso, marzo 1888.

Laval, Ramón; "Un incunable chileno". *Noticias Gráficas*, número 87-88, Santiago, septiembre / octubre 1910.

Lavín, Carlos; "Luis Meléndez: An artist of fairyland". *Chile Magazine*, número 14, Santiago, agosto 1922.

León de la Barra, Alfonso; "Estrada Gómez". *Chile Magazine*, número 20, Santiago, febrero 1923.

Letelier, Jorge; "Las artes gráficas". *Revista de Arte*, número 12, Santiago, 1936.

Lihn, Enrique; "Coré un poeta visual". *La Castaña*, número 6, Santiago, invierno 1986.

Magallanes Moure, Manuel; "Reseña de la pintura en Chile". *Zig-Zag*, número 291, Santiago, septiembre 1910.

Martínez Baeza, Sergio; "La Imprenta en América". Suplemento Quinto Centenario del Descubrimiento de América. *El Mercurio*, Santiago, 11 de Enero de 1992.

Montealegre, Jorge; "José Miguel Carrera ¿Mártir de los caricaturistas?". *Guía Gráfica*, número 17, Santiago, julio 1987.

Mellado, Justo Pastor; "De Sevilla a Sevilla". *Diseño*, número 12, Santiago, marzo / abril 1992.

Parra, Jaime; "3ra Bienal de Diseño 1996. Significado para el Diseño Chileno". *Diseño*, número 38, Santiago, julio 1996.

Pérez, Fernando y García Huidobro, Cecilia; "El Bauhaus o cómo aprender a ver". *Revista Universitaria*, número 24, Santiago, segunda entrega 1988.

Perotti, José; "Las Artes Aplicadas en Chile". *Revista de Arte*, número 4, Santiago, marzo 1935.

Piwonka, Alberto; "Josef Albers: retrato y recuerdo de una visita". *Revista Universitaria*, número 24, Santiago, segunda entrega 1988.

Ramos Ochotorena, Manuel; "La Imprenta en Chile". *Revista Tipográfica*, número 1, Santiago, enero 1893.

R.D.D; "Movimiento artístico nacional. Affiches". *Revista de Arte*, número 3, Santiago, octubre / noviembre 1934.

Richón-Brunet, Ricardo; "La Escuela de Artes Aplicadas y su porvenir". *Revista de Arte*, número 19-20, Santiago, 1938.

Rodríguez Musso, Alejandro; "Consideraciones sobre el libro". *Guía Gráfica*, número 16, Santiago, junio 1987, p. 21.

Rodríguez Villegas, Hernán; "Luis Fernando Rojas: Ilustrador de la Historia de Chile". Suplemento Artes y Letras de *El Mercurio*, Santiago, 7 de julio de 1986.

Rodríguez Villegas, Hernán; *3 siglos de dibujo en Chile desde sus inicios hasta nuestros días*. Santiago, Colección Germán Vergara Donoso, 1988.

Romera, Antonio; "Exposición del cartel". *La Nación*, Santiago, Chile, 2 de noviembre de 1944.

Romera, Antonio; "Situación de Camilo Mori". *El Mercurio*, Santiago, 6 de octubre de 1974.

S/A; "Aprendices". *La Crónica*, número 2, Santiago, febrero 1849.

S/A; "Coré la fábula como dibujo". *Mundo Diners Club*, número 42, Santiago, mayo 1986.

S/A; "El Taller Ilustrado (Editorial de El Mercurio)". *El Taller Ilustrado*, número 5, Santiago, agosto 1885.

S/A; "Imprenta de Julio Belín i Compañía". *La Crónica*, número 1, Santiago, enero 1849.

S/A; "Los affiches". *Chile Ilustrado*, número 1, Santiago, mayo 1902.

S/A; "Prospecto". *Instantáneas*, Santiago, número 1, abril 1900.

S/A; "Prospecto". *Revista del Norte*, número 1, Copiapó, septiembre 1849.

S/A; "Prospecto de La Ilustración". *La Ilustración*, número 1, Santiago, septiembre 1871.

S/A; Sin título. *El Correo Literario*, número 1, Santiago, julio 1858.

S/A; Sin título. *El Correo Literario*, número 7, Santiago, agosto 1858.

Silva Castro, Raúl; "Los Pasquines de la Patria Vieja y la Linterna". *Revista Chilena de Historia y Geografía*, número 114, Santiago, 1949.

Tapia Rojas, R; Sin título. *El Arte Industrial*, número 2, Santiago, mayo 1905.

Villalobos, Sergio; "166 años de opinión e información". *Comunicación*, número 4, Santiago, Marzo 1978.

Waisbluth, Verónica; "Gráfica Urbana Popular: Insignias de Identidad". Suplemento Artes y Letras de *El Mercurio*, Santiago, 4 de enero de 1998.

Z. I. R; "La Atenas del Pacífico". *La Sílfide*, número 2, Santiago, diciembre 1850.

Otros textos

Baixas, Isabel; Sin título. *Catálogo I Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1991.

Boletín de Leyes y Decretos, Libro LXV, Tomo II, 1896.

Calvert, Sheena; "La retórica de la tecnología en la enseñanza del diseño". *Catálogo II Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1994.

Jofré, Manuel; *Las historietas en Chile (1895-1973)*. Santiago, Ceneqa, 1986, p. 20.

Lobos León, Sylvia; *El Affiche (Licenciatura en Artes Aplicadas mención Grabado)*. Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Bellas Artes, 1978.

S/A; "Introducción". *Catálogo I Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1991.

S/A; "Introducción". *Catálogo II Bienal de Diseño*. Santiago, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1994.

Universidad de Chile; *Reglamento de la Escuela de Artes Aplicadas*. Santiago, Chile, 1936.

Agradecimientos

A Karen, mi señora, por su enorme apoyo. A mis padres y mi madrina Mónica. Eduardo Castillo, sin cuyo aporte no hubiese sido posible gestar esta publicación. Mariana Muñoz, por su gran dedicación al diseño y la producción de este libro. Ximena Ulibarri, por su generosa colaboración. Gabriel Aiquel, Pablo Hermansen, Álex Blanch, Vicente Larrea, Jorge Frascara, Guillermina Noël. A Germán Mayo, Fernando Consiglio y Marisol Roca, de la empresa Suministros Gráficos y a Ximena Poblete, de Empresa Periodística La Nación.

También quisiera agradecer los diversos aportes, que de alguna u otra manera, hicieron posible la realización de este proyecto en sus distintas etapas: Francisco Gálvez, Rodrigo Ramírez, José Manuel Allard, Alberto González, Fernando Concha, Juan Ignacio Varas, Raúl Novoa, Carola Oyarzún, Cristián Lizana, Cynthia Guerrero, Marcela Campos, Paula Fernández, Patricio Cortés, Danko Tomcic, Julián Naranjo, José Neira, Clara Budnik, Beltrán Mena, Vittorio di Girolamo, Caterina di Girolamo, Paulina Brugnoli, Gonzalo Leiva, Rebeca Bilbao, Cristián Muñoz, Daniel Berczeller, Lucía Espinoza, Jorge Lillo, Aldo Tapia, Rodrigo Núñez, Loreto Villarroel, Leonardo Ahumada, Fernanda Villalobos, Hernán Jara, Jorge Montealegre, Pepa Fonca, Alberto Piwonka, Francisco Otta, Rodrigo Walker, Jorge Zapata, Iván Muñoz, Allan Browne, Sergio Rojas, José Korn, Ramón Lira, Luis Albornoz, Waldo González, Fernando Ibarra, José Carroza, Juan Carlos Berthelon, Hernán Venegas, Luis Rivano, Gema Gálvez, José María Palacios, Mónica Celedón, María Eugenia Verdugo, Julio Bórquez, Anita Cortés, Elena Reyes de Nattino, María Luisa Oviedo, Manuel Antonio Aguirre, Hernán Vidal, Robinson Palma, Alfonso Luco, Marcela Bowen, Dora Lisa Duarte, Grupolocal, Juan Pablo De Gregorio, Miguel Hernández, René Navarro, Hugo Lagos, Pablo Gorigoitia y al personal de pre prensa e imprenta de Empresa Periodística La Nación.

Auspiciadores



GOBIERNO DE CHILE
CONSEJO NACIONAL
DEL LIBRO Y LA LECTURA



SUMINISTROS GRAFICOS



DEPARTAMENTO *de* ESTUDIOS TIPOGRÁFICOS

Escuela de Diseño | Pontificia Universidad Católica de Chile

La Nación



GOBIERNO DE CHILE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS
ARCHIVOS Y MUSEOS

Patrocinadores



PATRIMONIO
CULTURAL DE CHILE

Las páginas interiores de este libro fueron impresas en papel couché Contraste Condat 170 gramos y la portada en couché Contraste Condat 300 gramos, ambos distribuidos por Suministros Gráficos y gentileza de Condat.

Para el texto central, los subtítulos, las lecturas de imagen y los nombres de publicaciones se utilizó la familia tipográfica Digna en sus variantes thin, bold, regular e italic, diseñada por Rodrigo Ramírez y disponible en www.unionfonts.com. En los títulos se ocupó la tipografía Australis, de Francisco Gálvez, premiada con la Medalla de Oro en el Concurso Morisawa, Japón, 2002.

Esta primera edición, compuesta por 2000 ejemplares, se terminó de imprimir en los talleres gráficos de Empresa Periodística La Nación durante abril de 2004.

Bojada