

# CARTEL CHILENO

1963 - 1973



BIBLIOTECA NACIONAL DE CHILE

Sección Chilena



Ubicación: .....

111493-471

Año: .....

2004

C: .....

1

SYS: .....

833400

BIBLIOTECA NACIONAL



1163289

- 481

# CARTEL CHILENO

## 1963-1973



**EDICIONES B**  
GRUPO ZETA

Barcelona • Bogotá • Buenos Aires • Caracas • Madrid • México D.F. • Montevideo • Quito • Santiago de Chile

Primera edición: noviembre de 2004

© Eduardo Castillo Espinoza, 2004  
© Ediciones B Chile, S.A., 2004  
Monjitas 392, piso 16, of. 1601  
Santiago de Chile

Impreso en Chile  
ISBN: 956-7510-97-0

Impreso por La Nación S.A.  
Agustinas 1269, Santiago

Dirección de arte  
Piedad Rivadeneira

Producción gráfica  
Josefa Méndez

Catalogador  
Mauricio Vico

Agradecimientos:

A Vicente y Antonio Larrea, Luis Albornoz y Waldo González; Alejandro Crispiani y Paloma Parrini, del CID SLGM; Hugo Lagos, Claudio Rolle, Héctor Barroso, Leonore Mau y Pedro Álvarez; a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.



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

Todos los derechos reservados. Bajo las sanciones establecidas en las leyes, queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del copyright, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamos públicos.

# CARTEL CHILENO

## 1963-1973

## Cartel chileno 1963-1973. Un tiempo en la pared

Eduardo Castillo Espinoza

La presencia del cartel en Chile no se manifiesta en una continuidad, una tradición o una escuela local sino en determinados momentos históricos. De ellos, el período que involucra este libro ha sido cualitativamente el de mayor producción e impacto público, aunque, lejos de los grandes discursos y la mitificación colectiva del período, la labor de sus diseñadores —que trabajaban por encargo en forma individual o agrupados en pequeños estudios— no respondió a una acción coordinada desde la academia o la misma profesión, entonces incipiente, ni a la rectoría de una gran organización de propaganda como en el caso de Cuba, que contaba con una Comisión de Orientación Revolucionaria para la comunicación gráfica.<sup>1</sup>

### El escenario previo

Lejano antecedente fue la publicación de “bandos” en el período de las luchas políticas por la emancipación (1810-1817)<sup>2</sup> y, a mediados del siglo XIX, los anuncios de obras de teatro o espectáculos circenses.<sup>3</sup> Ambas instancias admiten ya un aspecto relevante: la instalación del mensaje en el espacio público. Sin embargo, los impresos en cuestión apenas contenían imagen, salvo algunas viñetas y grecas, y hasta la segunda mitad del siglo todos los tipos y ornamentos provenían del exterior, por lo que solo con la impresión litográfica —incorporada hacia 1830— se empezó a preparar el terreno para el desarrollo del cartel en el país.

En 1850, el incipiente comercio recurría a los avisos publicados en los periódicos, mientras en la calle, más allá del reconocimiento del producto o servicio, importaba hacer identificable el lugar al que se debía acudir: la “casa” o tienda que ofrecía lo buscado. Así la fachada y el letrero adquieren gran importancia, y con ellos el sector del artesanado que se dedicaba a esta tarea: los pintores letreristas. Hasta bien avanzado el siglo XX<sup>4</sup> esta labor la realizaron personas vinculadas al arte, pero la alfabetización y el desarrollo de una cultura gráfica en las ciudades a consecuencia de la imprenta y de la visibilidad adquirida por numerosos productos importados favoreció el aprendizaje de esta actividad en artesanos modestos y autodidactas, al tiempo que el oficio iba perdiendo la valoración de antaño. De este modo, por el terreno ganado en el espacio público durante el siglo XIX cualquier interés por los orígenes del cartel en Chile debe prestar atención no solo a la enseñanza artística o el medio gráfico; también a la labor de los pintores de letreros.<sup>5</sup>

Respecto a la enseñanza artística, la Academia de Pintura —creada en 1849 por iniciativa gubernamental— no tuvo la pretensión de aportar grafistas a la imprenta local sino la de formar artistas capaces de asumir las demandas estéticas de una incipiente República. Así, mientras algunos alumnos del establecimiento lograron asentarse en las bellas artes, otros orientaron su labor hacia el medio gráfico. Fue el caso de Benito Basterrica, Pascual Ortega, Clodomiro Guzmán<sup>6</sup> y Luis Fernando Rojas, quien no solo se desempeñó como un prolífico ilustrador durante el último cuarto de siglo, sino que fue precursor en la redacción artística de varias publicaciones, precedente de lo que más tarde será la figura del director de arte.

Rojas trabajó mayormente para el medio editorial pero destaca también su aporte al grafismo publicitario en una época que se abría al consumo masivo; a comienzos del siglo XX realizó numerosos avisos para productos como Té Demonio o Cigarrillos Pepe Vila. Otro artista relevante para la publicidad gráfica del período fue Alejandro Fauré, formado en el medio de imprenta, donde destacó a temprana edad como dibujante litográfico. Al igual que Rojas, Fauré se desempeñó como redactor artístico de distintas publicaciones,<sup>7</sup> además de realizar numerosos carteles para la Imprenta Barcelona, entidad precursora en la organización de concursos locales de cartel, y que consideraba a Fauré su artista oficial o “de la casa”.

Rojas y Fauré encarnan al grafista surgido de la enseñanza artística o de la práctica en el medio gráfico, pero representan también un concepto relevante en el camino al diseño: el artista gráfico. Como su nombre lo indica, esta figura implica la conjunción de dos mundos, las bellas artes y la imprenta, anteriormente identificados con grupos sociales claramente diferenciados: la elite por un lado, los grupos populares por el otro. Además de su conocimiento del dibujo, Rojas y Fauré manejaron la reproducción técnica y mostraron un conocimiento de la caligrafía poco usual en el medio, y puede decirse que su trabajo gozó de una valoración inusitada para el grafismo comercial en el país.

Tras el intento de la Imprenta Barcelona por promover “los esfuerzos del arte en favor de la industria”, la realización de concursos la asumió con mayor fuerza la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, que en 1916 convocó al “Primer Concurso de Affiches para la Fiesta de la Primavera”, del que resultó ganador el pintor Otto Georgi. Los tres años siguientes el premio será para otro artista, Isaías Cabezón, quien más adelante contribuiría a la enseñanza del cartel dictando un curso en la Escuela de Bellas Artes. A diferencia de Alejandro Fauré, a quien hemos identificado aquí con la figura del artista gráfico, Georgi y Cabezón eran pintores preocupados de validarse en el ámbito artístico, que hallaron en el grafismo comercial una alternativa para generar

ingresos y al mismo tiempo difundir su trabajo plástico. Este carácter de subsistencia marcará la identidad de un vasto sector del grafismo comercial —y por cierto, del cartelismo— hasta comienzos de los años sesenta.

La discusión sobre el sentido utilitario en la enseñanza artística se dio en Chile ya durante la segunda mitad del siglo XIX, cuando el dibujo lineal geométrico pudo asomar como vía de capacitación hacia una incipiente industria local.<sup>8</sup> En relación con ello sobresale la creación en 1886 de la Escuela de Dibujo por parte de la Sociedad de Fomento Fabril. Más tarde, la orientación práctica que el escultor Virginio Arias intentó darle a la Escuela de Bellas Artes mientras fue su director, entre 1900 y 1911, motivó una dura oposición, y antes, en 1904, llegaba al Congreso Nacional el debate sobre la necesidad de una escuela de artes decorativas y de arte aplicado a la industria. Si bien durante el período de Arias existió una Escuela de Artes Decorativas, fue en 1914 que un reglamento de la Escuela de Bellas Artes estableció la división de ésta en dos secciones, una de arte puro y otra de arte aplicado a la industria. El segundo grupo de cursos funcionó hasta 1927 como complemento de los estudios de arquitectura.<sup>9</sup>

Ese último año, el pintor y músico Carlos Isamitt, jefe de la Dirección de Enseñanza Artística —de la que dependía Bellas Artes—, estableció una sección de cursos vespertinos que posteriormente el escultor José Perotti constituiría como Escuela de Artes Aplicadas.<sup>10</sup> En 1928, el biministro de Hacienda e Instrucción Pública, Pablo Ramírez, decidió cerrar la Escuela de Bellas Artes, declararla en reestructuración y asignar el presupuesto de 1929 al envío de un grupo de profesores y alumnos seleccionados en forma arbitraria para un perfeccionamiento en Europa. La gestión del ministro dejó Bellas Artes 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, pero de la transición entre los últimos años de la dictadura de Ibáñez (1930-31) y los inicios del segundo gobierno de Alessandri no disponemos todavía de fuentes suficientes. Lo concreto es que en ese período Artes Aplicadas mantuvo sus actividades, y que la orientación de la Escuela de Bellas Artes, tras su reapertura en 1931, motivó el profundo malestar académico y estudiantil que condujo a la toma del establecimiento tras la caída de Ibáñez y a la realización de una nueva reforma en 1932.

Al año siguiente, un prospecto de la Escuela de Artes Aplicadas señalaba como uno de los fines del establecimiento educar “en orden de oficios y profesiones, los artesanos, los artífices y los profesores de temáticas de arte aplicado que deben tomar una participación directa y eficaz en nuestras incipientes industrias artísticas”. De alguna forma se retomaba así el concepto de artista gráfico que previamente asociamos a Luis Fernando Rojas o Alejandro Fauré; sin embargo, a comienzos de los años treinta, cuando Artes Aplicadas inicia plenamente sus actividades, la imprenta nacional era ya una activa industria y además una escuela informal para muchos de sus operarios. ¿Qué sentido podía tener entonces la enseñanza de las artes gráficas en un establecimiento académico?

Puede que en términos prácticos los grafistas formados en Artes Aplicadas hayan estado en desventaja respecto de los autodidactas formados directamente en la industria gráfica chilena,<sup>11</sup> principalmente en cuanto a la cercanía con la imprenta y la propia percepción del oficio, pero el encuentro entre la enseñanza artística y el mundo popular que la escuela posibilitó es un aspecto relevante cuyo impacto no se ha sopesado con seriedad hasta hoy día.<sup>12</sup> Mientras el circuito publicitario local tuvo como mayor influencia el dibujo comercial estadounidense —que además de las agencias tuvo visibilidad en el medio gracias a publicaciones internacionales como *Selecciones del Reader's Digest*—, Artes Aplicadas dio cabida a ejercicios que tuvieron como importante tema de estudio la artesanía tradicional y la visualidad proveniente de los pueblos originarios.<sup>13</sup> Desde 1933, el curso dictado por la pintora Ana Cortés impulsó el desarrollo del cartel y dio cabida a varias generaciones de grafistas. La formación de éstos contemplaba principalmente ejercicios compositivos de imagen y texto, realizados a partir del dibujo, la ténpera o el recorte de papel. Asimismo la enseñanza del grabado en la escuela pudo dejar huella sobre el cartel; artistas de origen modesto como Carlos Hermosilla, Santos Chávez y Pedro Lobos, que estamparán temas vernáculos en su obra gráfica, son también un referente para comprender la visualidad de los carteles presentes en este libro.

Entre los años treinta a cincuenta los grafistas egresados de Artes Aplicadas intentaron definir un carácter local para el cartel, pero esa definición se vio debilitada por la resistencia a abandonar sus pretensiones artísticas, lo que incidía sobre muchos originales vistos como “obra” cuya reproducción no siempre tuvo el mejor resultado,<sup>14</sup> y donde los límites entre la pintura, la ilustración y el propio lenguaje del cartel no estaban suficientemente claros. A ello se sumaba la debilidad de sus conocimientos tipográficos; y, en efecto, resulta paradójico que en una escuela donde se enseñaba artes gráficas nunca hayan tenido mayor presencia la tipografía ni la caligrafía. Desde los años cuarenta, la llegada de grafistas extranjeros que huían de las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial impulsó otro enfoque del cartel, más próximo al ámbito

del dibujo publicitario; fue el caso del checo Francisco Otta o de la austríaca Kitty Goldmann, quienes realizaron campañas para productos como combustibles o medicamentos.

La realización en 1944 de la Primera Exposición del Cartel fue el primer intento de unidad gremial en que se reunieron grafistas locales más algunos de los extranjeros avecindados en el país. La muestra fue organizada por la Unión de Cartelistas de Chile, fundada en 1942 y cuyo primer presidente fue el pintor y cartelista Camilo Mori, y con ella la agrupación quiso difundir el reconocimiento del oficio en una época que daba escasa importancia a la labor;<sup>15</sup> en tal sentido se propuso realizar salones anuales, la publicación de un boletín y una gran retrospectiva del cartel chileno para 1945. El hecho de que ninguna de estas iniciativas se haya concretado sugiere que el período no fue el más favorable para el cartel, como lo sería un par de décadas más tarde.

### El ascenso del cartel en los sesenta

A partir de la década de 1960, y producto del contexto social y político del período, el cartel toma distancia de la indefinición y de las influencias que venía arrastrando desde principios de siglo<sup>16</sup> y se acerca al lenguaje del diseño gráfico. Son los tiempos en que éste se asienta localmente como actividad profesional, y en cierto modo el avance del cartel como medio de comunicación es consecuencia de esta validación profesional del diseño gráfico. En relación con ello es importante el enfoque propuesto por el tipógrafo polaco Mauricio Amster,<sup>17</sup> quien caracteriza su trabajo por una abierta renuncia a cualquier pretensión artística, en contraposición a los egresados de Artes Aplicadas, que en su mayoría consideraban el grafismo comercial una actividad transitoria, a la espera de una consolidación artística que en la mayor parte de los casos nunca se produjo.

Otro factor en el ascenso del cartel es el protagonismo de los dibujantes publicitarios tras la Segunda Guerra Mundial, impulsado por la expansión del medio publicitario local tras el ingreso de oficinas transnacionales como J. Walter Thompson y McCann Erickson.<sup>18</sup> Habitualmente formado a temprana edad en el circuito de las editoriales e imprentas —donde ingresaban por sus cualidades para el dibujo—, el personal de las agencias no se implicó en la discusión respecto de lo que la Facultad de Bellas Artes consideraba “artes menores”, ni dio importancia al reconocimiento artístico, por lo que estuvo mucho mejor preparado para trabajar en la integración de grafismo manual, tipografía, dibujo y fotografía, además de manejar criterios de redacción publicitaria, edición y diagramación, y de conocer de cerca la industria gráfica y nutrirse del conocimiento de profesionales extranjeros.<sup>19</sup> En ese contexto, y con una división del trabajo claramente establecida, compartieron labores con fotógrafos, redactores, montajistas, letristas y fotomecánicos, al tiempo que mantenían una relación cercana con impresores y clientes.

En términos técnicos, por otra parte, el cartel se benefició de la consolidación de medios introducidos en los años treinta pero que solo en los sesenta funcionan a plena capacidad: fue el caso de la impresión serigráfica y la impresión offset, aunque esta última solo se impuso en el medio local una década más tarde. Tras la introducción de la serigrafía en Chile por el alemán Adolfo Müller Oliphant —conocida popularmente como *silk-screen*, serviría a la producción de banderines, letreros, diales para aparatos de radio y objetos publicitarios—, en los sesenta este sistema adquiere un nuevo y definitivo impulso local gracias a la emulsión fotosensible, que permite reproducir imágenes o textos, a diferencia del método inicial en que todos los elementos presentes en la impresión debían ser calados a mano sobre la malla serigráfica, lo que implicaba un esfuerzo considerable y limitaciones técnicas.

Un referente destacado de este nuevo momento del cartel en Chile —cuyo reconocimiento sigue pendiente— son los trabajos realizados para el Instituto de Teatro de la Universidad de Chile (ITUCH) por José Messina y Francisco Moreno, egresados de Artes Aplicadas que fueron los primeros en instalar una oficina de diseño en el país, Messina y Moreno, el año 1963. Ello confirma el avance del cartel como una consecuencia de la profesionalización del diseño gráfico. También es digno de una revisión atenta el trabajo de Santiago Nattino, cuyos carteles del período ayudan a comprender cómo la visualidad proveniente de los concursos de comienzos de siglo y los cursos de Artes Aplicadas estaba dando paso al lenguaje del diseño gráfico en el medio local.

También adquiere relevancia la aparición de tiendas dedicadas exclusivamente a la venta de carteles, como la *poster-shop* de los artistas Patricia Israel y Guillermo Núñez, la apertura de la tienda Village y la importación de carteles que reflejaban la influencia de la cultura hippie de la costa oeste de Estados Unidos y el cartel cubano. Ahora el cartel tiene valoración social y pasa a formar parte de la cultura juvenil, dando lugar al coleccionismo y a su importancia en el espacio privado, por lo que se vuelve común su presencia vistosa en livings o dormitorios de los más diversos estratos sociales. El “póster” estadounidense incorpora aspectos como el fotomontaje y las composiciones

tipográficas “sicodélicas”, realizadas a partir de la deformación fotográfica —muchas veces manual— de los caracteres. El cartel cubano, por su parte, había logrado una importante presencia en la década que siguió a la Revolución, y sus grafistas se nutrieron del contacto con cartelistas de Polonia, donde muchos diseñadores cubanos viajaron durante los años sesenta. Del trabajo de los cartelistas polacos los isleños adoptaron rasgos como el predominio del dibujo sobre la fotografía, la realización manual del texto, el uso de una o dos tintas y la presencia de amplias zonas de color plano. La gráfica cubana se caracterizó también por el uso de vallas, carteles de gran formato impresos en serigrafía por partes y luego instalados en el espacio público para difundir los objetivos del gobierno. Pero el cartel cubano también recogió el influjo de la gráfica hippie y principalmente de la estética pop; no en vano gran parte de la instrucción sobre diseño gráfico que Cuba desarrolló se originó en el pirateo de bibliografía proveniente de Estados Unidos.

### El reconocimiento profesional del diseño

La década de 1960 halla a la Escuela de Artes Aplicadas en sus últimos años de vida. Los conflictos nunca resueltos con la Facultad de Bellas Artes dieron paso a la inquietud de un gran sector del alumnado, más algunos profesores, respecto de la orientación académica de la institución, que nunca asimiló correctamente el auge de la comunicación de masas y el desarrollo del ámbito publicitario y, en lugar de proyectarse hacia la industria o las comunicaciones, tendió a un aislamiento creciente. Si entre los años treinta y cincuenta Artes Aplicadas logró subsistir más que tener protagonismo, en los sesenta el ritmo al interior de la escuela nada tenía que ver con el día a día de la gráfica, que a esas alturas se practicaba de un modo mucho más dinámico en agencias de publicidad y editoriales. Entre los sectores de la escuela que bogaban por cambios, el sentido de “profesión” estaba desplazando al de “oficio”, y la juventud formada en esta década pasó a contemplar el medio gráfico como un espacio de realización definitivo y no transitorio. Por otra parte, llama la atención que, siendo esta escuela uno de los pocos espacios donde el cartel fue tema de estudio en Chile, no lo haya promovido con mayor fuerza como medio de comunicación, ya fuera apelando a la modalidad de los concursos o a la masificación y democratización del impreso que trajo la impresión serigráfica en el período.<sup>20</sup>

### La oficina de los hermanos Larrea

Vicente Larrea nació en Linderos el año 1942, hijo mayor del matrimonio conformado por don Basilio Larrea, inmigrante español, y doña Veglia Mangiola, chilena de padres italianos. De Linderos, pequeña localidad de vida muy familiar donde los Larrea tenían un almacén y una panadería en el centro del pueblo, Vicente recuerda la simpleza de los juegos infantiles, las historias de campo que contaban los viejos, los primeros dibujos con tiza sobre el suelo y la pared, el contacto con la naturaleza y los animales, el interés que le provocaban los diarios, libros y revistas que llegaban al quiosco de doña Mercedes Leyton, vecina de la familia, quien tenía un especial afecto por Vicente.

A los siete años de edad es enviado a San Antonio para cursar primero de preparatoria en el Instituto del Puerto, y en 1950 es inscrito como interno en el Colegio Hispanoamericano de Santiago, donde alcanza a enterar el año escolar pese al fallecimiento de su padre. Ante la imposibilidad de mantener la calidad de vida que había forjado el padre, la madre decide emigrar a España junto a Vicente y sus tres hermanos, Fernando, Maricruz y Antonio, en 1952. En la tierra natal del padre, Badarán, pueblo cercano a La Rioja, son recibidos con gran cariño por sus familiares, pero transcurrido un año la familia debe volver de forma precipitada para hacerse cargo de la administración de los negocios que había dejado el padre en Linderos, magramente llevada por un familiar a cargo. Larrea señala este regreso como motivo de un profundo desarraigo, pues la vida plena que pudieron encontrar junto a sus familiares y el pueblo de Badarán había ayudado a superar la ausencia del padre. Se establecen en Lolleo y Vicente retorna al Instituto del Puerto, donde cursa hasta quinto de humanidades. De esos años recuerda las dificultades escolares, su inclinación por el área humanista de la enseñanza y las diferencias que le llevaron a salir del Instituto para cursar el sexto y último año en el Liceo de San Antonio, lo que señala como un paso importante.

En 1961, ingresa a la Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile para estudiar decoración de interiores y dibujo publicitario. Tras los años de iniciación, y a instancias del director de la Escuela, Ventura Galván, en 1963 Larrea inicia su trabajo gráfico en el Departamento de Extensión Cultural de la universidad, donde se dedica a la producción de material informativo para las escuelas de temporada. Si al ingresar a la escuela pretendía convertirse en dibujante publicitario, ahora surge en él la inquietud por el diseño gráfico, práctica que hasta entonces no gozaba del



Vicente y Antonio Larrea en su taller. Revista *Ritmo*, 1971.

reconocimiento de la academia. Sobre la formación adquirida en aquel tiempo, Larrea destaca las clases de dibujo aplicado del profesor Waldo González y los conocimientos de Rafael Vega-Querat, diseñador autodidacta formado en la editorial Zig-Zag, quien por entonces se desempeñaba en forma independiente desde una oficina instalada en su casa, adonde Larrea asistió durante un año en calidad de alumno.

Tras cuatro años en el Departamento de Extensión, y en un momento en que el cartel ya tenía una amplia demanda, Larrea se instala en una pequeña oficina de calle Huérfanos. Carlos Quezada, estudiante de cerámica y cercano a Larrea, le pide que diseñe la carátula del primer disco de un nuevo conjunto folklórico, Quilapayún. Es noviembre de 1967 y el disco se titula *Víctor Jara + Quilapayún*. Se trata de uno de los primeros emprendimientos de la Dicap (Discoteca del Cantar Popular); sello fundado el mismo año por la comisión de cultura de las Juventudes Comunistas de Chile para otorgar espacios de producción y difusión a agrupaciones o solistas, como alternativa a un mercado discográfico y una programación radial altamente restringidos. Aquel encargo lo desarrolló Vicente Larrea en colaboración con su hermano Antonio, quien se desempeñaba como fotógrafo y estudiaba en Artes Aplicadas. La gráfica musical era un ámbito del cual tenían escasas nociones, pero la cantidad de proyectos similares que desde entonces les tocó realizar supuso un valioso aprendizaje. Frente al uso simplista de la imagen del intérprete, los Larrea opusieron un concepto para cada álbum o canción, desplazando la fotografía hacia un papel meramente informativo o simplificándola por medio del alto contraste para acercarla a lenguajes en expansión durante el período, como el grabado, la serigrafía o el mural.

La Nueva Canción Chilena no sólo representó un momento relevante para la música nacional sino también para la comunicación visual chilena, pues músicos, productores y diseñadores trabaron estrechas relaciones y potenciaron notablemente los alcances del proyecto. A ese álbum le sucedería *Pongo en tus manos abiertas*, de Víctor Jara, publicado en junio de 1969. Jara, precisamente, sería uno de los artistas más interesados en esta nueva comunión entre el diseño y la música; al respecto, tenemos el testimonio de su viuda: "Víctor siempre se preocupó por la presentación visual de sus discos. La funda tenía que reflejar lo que él quería transmitir con las canciones. En ocasiones encargaba a fotógrafos tomas especiales para lograrlo. Para *Pongo en tus manos abiertas* escogió una foto de las manos estropeadas y cubiertas de tierra de un campesino; en el caso de *Canto libre* insistió en que la carátula fuese el primer plano de una desvencijada puerta cerrada con candado, de modo que al abrirse la funda parecía salir volando del interior una paloma".<sup>21</sup>

Por su parte, Vicente Larrea destaca el compromiso asumido por todos en tiempos en que ya existe plena conciencia de los alcances de la comunicación masiva y "la intención de hacer bien el trabajo que habíamos elegido", lo que refleja una mirada distinta a la de los grafistas formados en Artes Aplicadas durante las décadas anterior-

res. Las aproximadamente 120 carátulas de discos y los cerca de 300 afiches de la oficina de los Larrea —en los que trabajó un equipo conformado además por Luis Albornoz, Ximena del Campo, Hernán Venegas, Mario Román y Maricruz Larrea— transformarían esa producción en uno de los referentes ineludibles del período. En esos años la oficina forja otra área importante, el diseño de logotipos, del que basta dar tres ejemplos —los realizados para los grupos musicales Inti-Illimani, Quilapayún e Illapu— para calibrar la trascendencia de su trabajo.

En cuanto a la fotografía, había tenido una débil presencia en el cartel hasta los años cincuenta, pero ahora implicaba nuevas posibilidades, no sólo por el uso del fotostencil sino por la participación del fotógrafo como una figura vinculada al proceso fotomecánico, con un arduo trabajo de laboratorio en la preparación de originales. En este sentido, uno de los principales aportes de Antonio Larrea a la visualidad del período fue el manejo del contratipo, proceso que permitía generar imágenes de alto contraste rescatando el detalle fino. Así se produjo la imagen del guerrillero desafiante para la carátula de *Por Vietnam*, o la niña pobladora del cartel para un recital de Quilapayún, impreso en tipografía con las viejas máquinas de la Imprenta Horizonte. Ciertamente la simplificación de la imagen fotográfica grabó en la memoria colectiva imágenes que —a la manera del retrato en alto contraste del Che Guevara, máximo ejemplo a nivel internacional— permanecen en la conciencia de los chilenos, tal como más tarde lo harían el retrato del Presidente Allende o el rostro con lentes oscuros del general Pinochet, iconos que durante los años ochenta y noventa fueron reproducidos en innumerables ocasiones, mediante impresión o directamente en la calle, en base a plantillas o pintura mural.<sup>22</sup>

La comunicación gráfica de la época no estuvo sujeta a una gran entidad rectora, como fue el caso en Cuba, y su visualidad la fueron determinando las relaciones establecidas entre los diseñadores y los actores culturales del período, tal como aconteció en la música con el movimiento de la Nueva Canción Chilena. Sería pretencioso pensar siquiera en la idea de "estilo" respecto de los carteles realizados por la oficina Larrea; la diversidad del lenguaje presente en dichas piezas delata más bien un hacer que se valió de la credibilidad obtenida entonces para emprender una búsqueda constante antes que permanecer estancado en alguna fórmula.

En términos tipográficos, los carteles de la oficina Larrea combinaron estándares productivos como la letra transferible y los textos producidos en fotocomposición con el diseño manual de los títulos, algo que, muy lejos de la tradición gráfica de la izquierda, tuvo que ver con el ámbito de las revistas, la gráfica hippie y en particular con el trabajo del ilustrador judío-lituano Ben Shahn. Pero, más allá de las influencias, la transformación de la escritura manual en un código cultural —con el contorno irregular y el trazo grueso como rasgos principales— arraigó en el imaginario de la época hasta convertirse en una de sus características iconográficas. A la reproducción técnica de un determinado original se sumó su reproducción manual en muros, lienzos, pancartas o cuadernos, facultando una apropiación del diseño que se transformaba así en algo cercano y en constante intervención por parte del público. Así el diseño gráfico llegó a ser tema de dominio público durante esos años.

En su gran mayoría, la realización de los encargos en esta oficina tuvo como punto de partida el dibujo<sup>23</sup> por sobre la fotografía, la tipografía o el color;<sup>24</sup> y el hecho de que gran parte de la visualidad desarrollada por estos diseñadores fuera "dibujable" o reproducible por el público constituyó uno de sus principales motivos de impacto, al desplazar las pretensiones artísticas que habían caracterizado al cartel en Chile y exaltar en cambio la manualidad, todo ello en el contexto de valoración del trabajo humano que prometía el Programa de la Unidad Popular. Si bien, al revisar los trabajos realizados por este equipo de diseñadores, encontramos un gran nivel de dibujo en los carteles diseñados por Luis Albornoz, los trabajos realizados por Ximena del Campo proponen un trazo más simple y por ende adecuado a temas como la protección de la infancia. Vicente Larrea, que tras los primeros tiempos de su oficina ejercía como director de arte, abordó muchos carteles partiendo de la ampliación a gran formato de un pequeño boceto para destacar al máximo sus rasgos y detalles. Esta visualidad, aun sin pretenderlo, resultó pertinente para la representación de un proyecto en construcción, de un proceso a la postre inconcluso que entonces se percibía como la única realidad posible.

### Relaciones entre el diseño y la gráfica popular

El período fue testigo asimismo de una interesante complicidad entre el diseño gráfico y la propaganda callejera que era el centro de la actividad de las Brigadas Muralistas, agrupaciones surgidas en las juventudes de izquierda a fines de los sesenta y que alcanzaron grandes niveles de organización durante la campaña presidencial de 1970 y el posterior gobierno del socialista Salvador Allende.

Las brigadas desarrollaron un vasto trabajo en el espacio público empleando como soporte los muros de la ciudad. En sus primeros tiempos trabajaron exclusivamente la escritura de textos de gran formato, pero después de septiembre de 1970 sus intervenciones incorporaron vistosas imágenes que, combinadas con los textos, ilustraron singularmente las consignas del período.

Mucho se ha escrito sobre las posibles influencias en el trabajo de las Brigadas

Muralistas. Se ha hablado del mural mexicano, de la iconografía soviética y del cartel cubano, pero la combinatoria de imagen y texto empleada por las brigadas respondió también a otras fuentes. Para Alejandro "Mono" González, encargado artístico de las Brigadas Ramona Parra, antes de la incorporación de la imagen el referente más importante en el trabajo brigadista fue "el titular del diario como pauta que orienta la información". Este alcance sobre el periodismo gráfico como referente para el trazado mural de consignas remite a la lucha informativa librada por la derecha desde diarios como *El Mercurio*, *Tribuna*, *Las Últimas Noticias*, *La Tercera* o *La Segunda*, y lo realizado desde la prensa de izquierda por *El Siglo*, *Puro Chile*, *Clarín* o *Última Hora*, más el diario de gobierno, *La Nación*. La ardua disputa por influir en la opinión pública motivó también el desplazamiento de códigos visuales entre sectores políticos opuestos; así, publicaciones de derecha como la revista *Sepa* adoptaron el lenguaje visual más arraigado en la prensa de izquierda, optando por portadas en rojo y negro y apelando a grandes tipografías sin serif. Tal influencia gráfica persistió incluso tras el golpe de Estado, en publicaciones afines al régimen militar como *Orden Nuevo* o *Tacna*.

Aunque la transformación en prensa oficial de los diarios de izquierda o el ascenso de la Unidad Popular al gobierno eximió en alguna medida a las brigadas de la confrontación con la prensa de derecha, su trabajo nunca abandonó la relación directa con la escasez de espacios en los grandes medios de comunicación. Según Alejandro González, en los inicios del brigadismo "era tanta la necesidad de espacios que hasta el más mínimo soporte disponible era aprovechado al máximo". En un comienzo aquella voluntad de comunicar operó de manera errática, pues era muy diverso lo que se buscaba decir y la discontinuidad y falta de coordinación de los mensajes terminaba perjudicando su efectividad. Estos problemas llevaron a la concentración del trabajo brigadista en la síntesis que implica la consigna.

En una época en que los medios de comunicación eran de limitado acceso, "el muro era como la pizarra, el diario o la televisión, era el medio de comunicación del pueblo", en palabras de González, quien evoca cómo los brigadistas, en oposición al funcionamiento de los medios masivos, desarrollaron sus propias estrategias de comunicación: "Comenzamos a estudiar los lugares; por aquel entonces el parque automotor chileno era muy reducido y la locomoción colectiva tenía una tremenda importancia. Estaba la Empresa de Transportes Colectivos del Estado, con sus buses Mitsubishi, y el trabajador, la gente, se trasladaba mucho en micro. Nos quedábamos en un lugar por un tiempo determinado en el que pasaba cierta cantidad de micros, calculábamos, por así decirlo, ciento cincuenta personas en veinte minutos; eran ciento cincuenta personas que te compraban el diario, a las que les vendías el diario". Según el cálculo brigadista, si una micro realizaba seis o siete viajes al día, llevando un promedio de treinta personas, considerando además el alto tráfico en horas de la mañana y de la tarde, un solo rayado podía ser visto por miles de personas durante un solo día. Por esa razón, no importaba lo perecedero del mensaje, ya que su renovación y la del espectador era constante. Así, la importancia asignada a los muros cercanos al sector de Plaza Italia remite al carácter fronterizo que hasta hoy ese lugar representa, y la constante instalación de textos de gran formato buscaba afirmar la conciencia política de quienes se desplazaban a su trabajo desde los sectores populares hacia las comunas del lado oriente de la ciudad. Según testimonios de brigadistas, estos muros eran interpretados como "la uno de los diarios", en alusión al impacto visual de las portadas de la prensa y el peso visual de sus composiciones tipográficas.

En la gran mayoría de los estudios sobre estas agrupaciones prima una visión desde o hacia el arte —el "arte brigadista", la "pintura popular", el "arte para el pueblo"—, pero lo cierto es que en términos visuales el trabajo de las Brigadas Ramona Parra y la Brigada Elmo Catalán, las principales agrupaciones, mostró una mayor afinidad con la gráfica.<sup>25</sup> Ya hablamos de la complicidad entre el diseño gráfico y la propaganda callejera, en cuanto las brigadas se alimentaron del lenguaje del diseño y los diseñadores siguieron de cerca lo que acontecía en el espacio público, para trasladar imágenes de los muros al tablero valiéndose del registro fotográfico o del dibujo.<sup>26</sup> La forma cerrada, el alto contraste, las tintas planas, los contornos irregulares y el trazado manual de caracteres son rasgos del mural de la época, pero también de otros sistemas de producción como la serigrafía, la impresión tipográfica y el offset.<sup>27</sup> El amarre de la totalidad que el brigadismo obtiene con el espesor del trazo tiene que ver también con las particularidades técnicas de la industria gráfica del período: Vicente Larrea señala que, en la pesadez tan característica de la gráfica chilena de las décadas de 1960 y 1970, el negro —sobreimpreso a los colores restantes— era dispuesto en diseños de grosor considerable para evitar los frecuentes descalces. En el trabajo colectivo de las brigadas, en tanto, los límites entre las zonas rellenas con colores planos eran también cubiertos por el negro del fileteado final, que además valorizaba el trazo para producir volumen.

Sin conciencia de ello, las brigadas se acercaron al ámbito del diseño en su intento de realizar directamente sobre los muros una gráfica semejante a la de los carteles.<sup>28</sup> De esta manera, la aparición de los primeros murales políticos para la tercera campaña de Allende, en 1964, remitía a la labor de los pintores comerciales de la primera mitad del siglo, quienes reprodujeron numerosos avisos publicitarios en las paredes. Además, al igual que en el ámbito del diseño gráfico las brigadas privilegiaron el trabajo en equipo por sobre la autoría individual, y los mensajes instalados en el

espacio público respondían a intereses comunicacionales precisos, en este caso los de las juventudes de izquierda.<sup>29</sup> Por sobre el sentido de proyecto, la actividad brigadista consistió mayormente en un hacer que buscaba intervenir fugazmente sobre cada coyuntura informativa, "golpeando" a los grandes medios.

La reunión entre los hermanos Larrea y las BRP, en el segundo semestre de 1971, puede entenderse como un intento de coordinación entre el muralismo y el diseño gráfico. En dicho encuentro los diseñadores plantean a las brigadas un proyecto consistente en multiplicar sobre los muros la gráfica de los carteles, lo que remitía a la idea propuesta en la campaña de 1964. "Mono" González recuerda haber discrepado de la idea, pues le parecía difícil imponer a las brigadas de todo el territorio nacional que reprodujeran, desde muy diversas condiciones de trabajo, la visualidad que estos diseñadores realizaban en su estudio con otras capacidades y tiempos. Pese a ello, el encuentro constituye un hito por el interés que genera el trabajo brigadista en el ámbito del diseño. Recordemos que, a diferencia de las legitimaciones provenientes del arte, el trabajo de la oficina Larrea se situaba próximo a la noción de industria cultural<sup>30</sup> que tanto inquietaba al gobierno de la Unidad Popular.

Por otra parte, los vínculos entre el diseño y la gráfica popular se relacionan con la precariedad de recursos pero también con la voluntad de "hacer algo distinto" respecto del ámbito publicitario. Los diseñadores del período tenían un repertorio de procedimientos alternativos para los carteles que incluía el empleo de materiales caseros como pasta de zapatos o papel de volantín. Los "fundidos Larrea" o los "materiales inusuales" de Waldo González<sup>31</sup> son ejemplos de lo anterior en términos prácticos y conceptuales, respectivamente.<sup>32</sup>

## Consideraciones finales

El presente acercamiento a los trabajos que integran este libro busca reconocer que su visualidad tan característica no provino del medio publicitario chileno sino que tuvo mayor relación con la utopía que animó a varios profesores de la Escuela de Artes Aplicadas en los momentos iniciales de ese establecimiento: la búsqueda de un sentido identitario para la producción nacional.<sup>33</sup> El grafismo desarrollado en esa escuela buscó su mayor proyección en el cartel, pero descuidó las distinciones ante la pintura o la ilustración, y pagó cara la distancia respecto de la tipografía. Por otro lado, el modelo desarrollista puesto en marcha en tiempos en que Artes Aplicadas iniciaba sus actividades prometía ser el escenario perfecto para esta institución y su proyecto de vincular arte, artesanía e industria; sin embargo, muchos de los carteles presentes en estas páginas no fueron sino la respuesta tardía a ideales de producción y representación que solo encontraron un escenario favorable en el ocaso del modelo, con la Unidad Popular. ¿No recuerda la visualidad de muchos carteles los grabados de Pedro Lobos? ¿La perspectiva ascendente, tan característica de los carteles de la Polla Chilena de Beneficencia realizados por Waldo González, no remite al muralismo local de los años cuarenta y cincuenta? Nos inquieta el cartel en este período porque intuimos que su lenguaje no quedó completamente definido como para hablar de tradición o escuela local en este medio de comunicación.

Con posterioridad a septiembre de 1973 toda la visualidad identificada con el período de la Unidad Popular es objeto de censura o sospecha, y a la destrucción de carteles y murales por parte de funcionarios del régimen militar se suma la numerosa quema de material gráfico por particulares que temían conservar dichas piezas. Pese a ello un gran número de los carteles realizados por la oficina Larrea se guardó sin sufrir mayor deterioro, lo que nos ha permitido acercarnos a su trabajo para efectuar una reflexión desde múltiples perspectivas, y vislumbrar las interrogantes que esa visualidad formula hoy al diseño gráfico en Chile.

Por último, cabe destacar el valor que adquiere la serigrafía como medio de subsistencia entre personas de izquierda durante la segunda mitad de los setenta y principios de los ochenta. Un caso es el de los hermanos Labra, quienes, en los ratos libres que les dejaba su trabajo en un taller serigráfico ubicado en las inmediaciones de la población La Legua, se dedicaban a hacer música folclórica, dando origen al grupo Sol y Lluvia.<sup>34</sup> La gráfica desarrollada por los hermanos Labra en su taller Pazcencia se reconocía deudora del mural político y de la Nueva Canción Chilena, lo que también se reflejaba en los textos de sus canciones. En los primeros años del régimen la serigrafía, dado el valor de signo que había adquirido en la época previa, operó también como distintivo político o de clase: integrada a la privacidad de numerosos hogares, la presencia de determinados impresos en algún lugar visible daba una clara idea de la orientación ideológica de sus habitantes.

En la década de 1980, finalmente, la visualidad de los carteles, carátulas y murales realizados en tiempos de la Unidad Popular resignó su protagonismo de antaño para trasladarse a ferias artesanales o persas y a las cunetas del barrio Bellavista como estética subalterna del período. Una excepción fue la gráfica que acompañó el surgimiento discográfico del Canto Nuevo, heredero directo de la Nueva Canción Chilena, que representó un cruce entre la visualidad descrita y el racionalismo corporativo que involucró a un vasto sector del diseño gráfico. Valga señalar que en ese proyecto tuvo participación la oficina Larrea, mediante la realización de algunos encargos para el sello Alerce.