

ME.PER
(4)
2000

M2111
C.O

**UNIVERSIDAD
GABRIELA MISTRAL**
Carrera de Periodismo.

**LA INFLUENCIA DE TOULOUSE-LAUTREC
EN LOS AVISOS PUBLICITARIOS Y
REVISTAS CHILENAS
DE 1900 - 1920**

Memoria para optar al Grado de Licenciada en
Ciencias Sociales y de la Información / y Licenciada en Ciencia
Política.

Autora: María Paula Montes Rivera.

Profesor Guía: Enrique Solanich Sotomayor.

Santiago, jueves 23 de marzo del 2000.



JULIAN RAMOS

CASILLA 211

FOTO-GRABADOR

301 TOCORNAL 301
SANTIAGO

Small logo in the bottom right corner.

A graphic design for a photography studio. At the top, the name "JULIAN RAMOS" is written in a stylized, arched font. Below it is a white silhouette of a ballerina in a tutu, with her arms raised. Two circular logos containing the initials "JR" are positioned on either side of the ballerina. At the bottom, the text "CASILLA 211" is on the left, "FOTO-GRABADOR" is in the center in a large, bold font, and "301 TOCORNAL 301 SANTIAGO" is at the very bottom. A small logo is in the bottom right corner.

I. Índice.....	
II. Introducción.....	3
Agradecimientos...	
III. Objetivos de la memoria.....	7
3.1 Objetivos generales.....	8
3.2 Objetivos específicos.....	8
IV. Antecedentes del estudio.....	9
V. Metodología.....	12
Quiero agradecer muy sinceramente a todas aquellas personas que colaboraron en la realización de esta tesis, ya sea aportando material o transmitiéndome sus conocimientos acerca del tema.	
- Capítulo Primero: Toulouse-Lautrec: El que hizo nacer el arte del cartelismo.....	14
1.- Breve biografía de Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901).....	15
1.1 La noche de París, la noche de los cabarets.....	18
1.2 Contexto histórico que lo rodea, la belle époque.....	20
1.3 Su gran enemigo: el alcohol.....	22
1.4 La contribución del más rebelde de los impresionistas, Edgar Degas.....	23
1.5 La historia del cartel y la importancia de Jules Chéret.....	24
1.6 La estampa japonesa, un aporte a su pintura.....	27
1.7 Pintores destacados de la escuela Ukiyo-e cuyas estampas tienen cierta similitud con la obra de Toulouse-Lautrec.....	29
a) Chobunsai Eishi.....	29
b) Tōshūsai Sharaku y Utagawa Kunisada.....	31
c) Kitagawa Utamarō.....	34
- Capítulo Segundo: La imprenta en Chile: antecede de la litografía.....	36
1.- La imprenta.....	36
1.1 La litografía.....	42
- Capítulo Tercero: Situación del diseño gráfico en Chile antes de recibir la influencia de Toulouse-Lautrec.....	45
1.- El diseño gráfico durante el siglo XIX.....	45
1.1 La belle époque llegó al país.....	48

I. Índice.

II. Introducción.....	6
III. Objetivos de la memoria.....	7
3.1 Objetivos generales.....	8
3.2 Objetivos específicos.....	8
IV. Antecedentes del estudio.....	9
V. Metodología.....	12
- Capítulo Primero: Toulouse-Lautrec: El que hizo masivo el arte del cartelismo	14
1.- Breve biografía de Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901)	15
1.1 La noche de París, la noche de los cabarets	18
1.2 Contexto histórico que lo rodea, la belle époque	20
1.3 Su gran enemigo: el alcohol.....	22
1.4 La contribución del más rebelde de los impresionistas, Edgar Degas	23
1.5 La historia del cartel y la importancia de Jules Chéret	24
1.6 La estampa japonesa, un aporte a su pintura	27
1.7 Pintores destacados de la escuela Ukiyo-e cuyas estampas tienen cierta similitud con la obra de Toulouse-Lautrec.....	29
a) Chobunsai Eishi.....	29
b) Toshusai Sharaku y Utagawa Kunimasa.....	31
c) Kitagawa Utamaro.....	34
-Capítulo Segundo: La imprenta en Chile: antesala de la litografía...36	
1.- La imprenta	36
1.1 La litografía	42
- Capítulo Tercero: Situación del diseño gráfico en Chile antes de recibir la influencia de Toulouse-Lautrec	45
1.- El diseño gráfico durante el siglo XIX.....	45
1.1 La belle époque llegó al país	48

- Capítulo Cuarto: Los orígenes del cartelismo y el influjo de Toulouse-Lautrec en los avisos publicitarios y revistas chilenas.....52

1.- El nacimiento del cartelismo.....	52
1.1 Las primeras revistas santiaguinas.....	56
1.2 Análisis de los avisos publicitarios y las portadas de revistas, aparecidas en Santiago hacia 1900-1920, que muestran una clara semejanza con los afiches de Toulouse-Lautrec.....	60
a) Instantáneas.....	60
b) Corre-Vuela.....	62
c) Frou-Frou.....	62
d) Julian Ramos, fotógrafo.....	65
e) Aceite Escudo.....	67
f) Los payasos.....	67
g) La Ilustración e Instantáneas.....	70
h) Zig-Zag.....	70
i) Casa Muzard.....	73

- Capítulo Quinto: El cartelismo en Chile ¿ un arte que perdura en el tiempo ?.....75

1.- La evolución del cartelismo desde 1920 en adelante	75
1.1 Las décadas del 70' y el 80', y el despegue definitivo del cartel en los distintos ámbitos sociales. El futuro del afiche, la gran interrogante	80

VI. Conclusión.....85

VII. Bibliografía.....88

VIII. Índice de Ilustraciones.....93

IX. Anexos.....98

II.-INTRODUCCIÓN.

Al pintor francés Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) se le puede definir como uno de los primeros diseñadores gráficos. Éste, sin pensarlo, tuvo el mérito de hacer masiva una actividad conocida pero no explotada hasta ese entonces: el cartelismo.

En 1866, Jules Chéret empezó a producir en París litografías a color con su propia prensa. Sin embargo, la manera en que Toulouse-Lautrec las realizaría marcaría la diferencia.

El aporte de las estampas japonesas, con sus asimetrías y tintas negras, así como también los estilos arabescos, estuvieron presentes en sus más de cien carteles tanto a color como en blanco y negro que realizó durante su corta existencia.

Su arte, que llegó a lugares tan remotos como Chile, resultaron ser una verdadera inspiración para los artistas extranjeros que se encontraban en ese instante.

Aunque su oficio demoró en penetrar en el país, la necesidad hizo la causa. La intensa actividad cultural que hubo, a principios del siglo XX, produjo la aparición de numerosas publicaciones, las cuales se empaparon con la idea de utilizar dicho estilo.

Las revistas y avisos publicitarios que fueron surgiendo, a partir de 1900, se caracterizaron por tener un acento claramente toulousiano.

Dibujantes como A.Fauré y José Foradori resultaron ser los grandes imitadores y seguidores de un arte que hasta el día de hoy es recordado por muchos.

III.-OBJETIVOS DE LA MEMORIA.

La presente investigación trató de recopilar la mayor cantidad de ilustraciones en donde es posible percibir el peso que tuvo Toulouse-Lautrec en ellas.

Cabe decir, que la gran mayoría de los avisos que aparecen, al interior de estas páginas, son fotografías que fueron sacadas de las fuentes primarias que son las revistas.

Si bien desde un principio los objetivos estuvieron claros, a medida que me adentré en el tema aparecieron otros como, por ejemplo, la importancia de la imprenta como antesala de la litografía.

3.1 OBJETIVOS GENERALES.

La memoria de grado procura demostrar y analizar la influencia gráfica de Toulouse-Lautrec en la publicidad de principios de siglo. Para ello, examiné las primeras revistas aparecidas en el período 1900-1920. En esa fecha, es posible encontrar gran cantidad de anuncios; similares a los que hizo el artista francés para los salones de baile *Moulin Rouge*, *Moulin de la Galette*, *Rue des Moulins* y *Divan Japonais*.

El presente estudio trató de recopilar la mayor cantidad de información posible acerca de un tema del cual hay poca bibliografía. Del mismo modo, investigué a fondo los distintos tópicos que serán expuestos a continuación.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1.- Describir brevemente la vida y obra de Henri de Toulouse-Lautrec, el cual se situó en una época de esplendor conocida como la *belle époque* que se caracterizó por el surgimiento de corrientes literarias y artísticas. Los salones y cafés se convirtieron, en aquel entonces, en lugares de tertulia y diversión.

2.- Hacer referencia al pintor que fue el que inició el arte del cartelismo: Jules Chéret (1836-1932), modernista francés quién, al igual que Toulouse-Lautrec, realizó *posters* para el *Moulin Rouge*. También hablaré de los aportes de Edgar Degas y del arte japonés en la obra del pintor.

3.- Explicar el estado de la actividad gráfica en el país, antes de recibir la influencia de Toulouse-Lautrec. En este punto, analizaré la importancia que tuvo la imprenta y la litografía en el nacimiento de los primeros diarios y revistas ilustradas.

4.- Finalmente, haré una descripción de la evolución que ha tenido el cartelismo chileno desde sus orígenes hasta hoy.

IV.- ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.

En la década del treinta el propio director de "El Mercurio" de Santiago, don Carlos Silva Vildósola, declaró lo siguiente: *"Estamos apenas iniciando en Chile el arte de la propaganda o publicidad. Hasta ahora lo hemos hecho en forma primitiva, burda y apenas con uno que otro destello de inteligencia aplicado a esta condición indispensable de todo comercio e*

industria.”(1)

A través de esta memoria, quiero demostrar cuan equivocado estuvo don Carlos al hacer esa declaración.

Si bien, uno de los problemas durante el siglo XIX fue la inexistencia de talleres tipográficos y litográficos adecuados, así como también la de dibujantes que se dedicaran tiempo completo a su trabajo; a principios del XX esta situación se fue revirtiendo.

Lo que no valoró en ese entonces Vildósola fue la hermosura de los anuncios publicitarios que salieron en revistas como “Zig-Zag”, “Corre-Vuela”, “Pacífico Magazine”, entre otras. Muchos podrían decir que en un principio los ilustradores imitaron lo realizado por los artistas europeos. Y así fue, no se puede negar; ya que las tendencias de la *belle époque* llegaron al país y produjeron una verdadera revolución cultural, artística y hasta sociológica.

La gente empezó a vestirse a lo francés y las tertulias se hicieron cada vez más frecuentes. El Chile de la colonia había quedado atrás. Los viajes al viejo continente fueron el “boom” de una época inolvidable.

1 Bofill, C. (1955). La Publicidad en Chile. *Medio Siglo de Zig-Zag*. Editorial, Zig-Zag, Santiago p.383.

En materia artística se aprecia claramente cómo la publicidad y las portadas de las primeras revistas, aparecidas hacia 1900, (“Instantáneas”, “Pluma y Lápiz”, “Chile Ilustrado”, etc.) tuvieron una influencia de Toulouse-Lautrec.

Los colores rojo, negro y amarillo, principalmente, la enmarcación y el corte de las figuras en sus bordes fueron una característica de los primeros diseños gráficos. Hasta el arte japonés estuvo presente en algunas ilustraciones.

Estos aportes, sin duda, sirvieron para dar un impulso a lo que se desarrolló más adelante: el arte del cartelismo.

Pero todo esto no hubiera sido posible sin la presencia de dibujantes extranjeros como José Foradori, Juan Martín y Paul Dufresne que trajeron las ideas europeas de moda en aquel momento.

El origen del afiche chileno está precisamente en esos ilustradores que llegaron al país - a fines del siglo XIX y principios del XX - a transmitir todos sus conocimientos a sus pares chilenos; los cuales, posteriormente, viajaron al viejo continente para impregnarse de las vanguardias existentes. Después, a su regreso, formaron el famoso Grupo *Montparnasse*, en donde destacó la figura de Camilo Mori.

La imprenta Barcelona y la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) motivaron a cientos de artistas para que el afiche nacional tuviera su propia identidad. Los concursos tuvieron como fin, que los dibujantes realizaran *posters* en donde mostraran su creatividad e independencia de los modelos extranjeros. En el certamen organizado por la FECH - con motivo de la celebración del mes de la primavera en octubre - tuvo una destacada participación la figura de Isaías Cabezón; el cual, durante 1917, 1918 y 1919, obtuvo en forma consecutiva el primer lugar con sus originales carteles.

V.-METODOLOGÍA.

La tesis se desarrollará a través de una profunda investigación de tipo empírica de los siguientes temas:

- 1.- Cómo eran los avisos publicitarios antes de recibir el aporte de Toulouse-Lautrec.
- 2.- La situación gráfica en Chile durante el siglo XIX.
- 3.- La historia de la imprenta y la litografía en el país.

Asimismo, haré un análisis comparativo del influjo que tuvo el pintor francés en los avisos publicitarios y revistas santiaguinas de 1900-1920.

Durante ese período se exhibieron las portadas de publicaciones más bellas que haya tenido la historia del diseño gráfico nacional.

Para realizar dicho estudio acudí a las fuentes primarias que son, en este caso, las revistas "Pacífico Magazine", "Corre-Vuela", "Zig-Zag", "La Ilustración", "Chile Ilustrado", "Instantáneas", "Pluma i Tinta", y "Pluma y Lápiz".

Otros puntos que serán investigados en esta memoria son la importancia que tuvo la llegada de los primeros ilustradores extranjeros y el influjo que estos tuvieron en los artistas nacionales.

CAPITULO PRIMERO

TOULOUSE-LAUTREC: EL QUE HIZO MASIVO EL ARTE DEL CARTELISMO

Aunque Toulouse-Lautrec no fue el pionero en el arte del cartelismo, ya que el que verdaderamente inició la actividad litográfica fue Jules Chéret, se le considera uno de los grandes artífices porque tuvo el mérito de masificarlo.

Durante su vida realizó un total de 320 litografías y 30 carteles (1), no sólo para los cabarets, sino que también para los grandes cantantes de la época; entre ellos estuvo, Aristide Bruant, el cual llegó a tener su propio salón de baile.

Toulouse-Lautrec encarnó el modelo romántico del artista que conoce la bohemia y se rodea en ambientes marginales, producto del rechazo que le dieron tanto sus padres como la clase social a la que perteneció. Es por este motivo que en sus pinturas se burló de los aristócratas.

Una de las frases que repitió constantemente el pintor, durante su existencia, fue: "*Yo levanto mi tienda en el burdel*"(2), "*¡Siempre escucho*

1 Cfr. Arnold, M. (1994). *Toulouse-Lautrec*. Germany, Editorial Benedikt Taschen, p.29.

2 Citado en Arnold, M.Op.cit. p.68.

burdel! ¿ Y qué? En ningún sitio me siento más en casa".(3)

La actividad de este verdadero diseñador gráfico se hizo conocida por su incomprensida y cuestionada vida. Al igual que Vincent van Gogh y Paul Gauguin; Toulouse-Lautrec personificó a los llamados “pintores malditos”, los cuales tuvieron el común denominador de sentir el rechazo por parte de la sociedad, como es el caso de los dos primeros o sencillamente como otros que prefirieron el autoexilio; cosa que hizo Gauguin cuando decidió irse a vivir a Tahiti.

1.- Breve biografía de Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901).

Henri Marie Raymond de Toulouse-Lautrec provenía de una de las familias más antiguas y aristocráticas de Francia. Nació en la ciudad de Albi, en 1864, donde actualmente se encuentra el museo del mismo nombre, que recopiló gran parte de su obra. Sus padres eran primos hermanos.

A la edad de 13 años se rompió el fémur izquierdo, al poco tiempo después se fracturó el derecho. Esto, más la deficiente descalcificación, producto de la consanguinidad de sus padres, lo hicieron tener un torso normal unido a unas piernas que nunca crecieron.

3 Citado en Arnold, M. Op.cit .p.69.

Su problema físico - midió un metro cincuenta y dos de estatura - le trajo inseguridad y amargura a su existencia, debido a que fue objeto de burlas y humillaciones.

En su niñez fue muy importante su madre, la Condesa de Adèle, la cual se encargó muy directamente de su educación. Sin embargo, el carácter dominante de ésta hizo que el joven Henri se distanciara de ella.

Con su padre nunca tuvo relación alguna, ya que éste se alejó de su hijo al darse cuenta que, por su condición enfermiza, no cumpliría nunca con su sueño: ser un buen jinete.

El interés por el dibujo se remonta a la infancia. Estimulado por su tío, el conde Charles de Toulouse-Lautrec, tomó clases de pintura por primera vez, en 1878, con René Princeteau (1843-1920), amigo de la familia y artista de moda en aquel entonces. Asimismo, estudió con academistas franceses como León Bonnat (1833-1923) y Fernand Cormon (1854-1924); éste último, fue calificado por el pequeño Henri como más benevolente que el primero al momento de analizar su trabajo. Los temas recurrentes de este período fueron los ecuestres - jinetes y caballos - aunque también realizó varios retratos, por ejemplo, a su madre.

Fue precisamente en el atelier de Cormon donde conoció a Emile

Bernard (1866-1947) pintor y “padre del simbolismo”(4), quién le transmitió las ideas que venían de los impresionistas.(5)

Toulouse-Lautrec frecuentó los cabarets del distrito parisiense de *Montmartre*, como es el famoso *Moulin Rouge*. Visitando estos lugares nació su obsesión por pintar la secreta y desconocida vida de las prostitutas al interior de los burdeles. Allí, captó realidades tan fuertes como el lesbianismo.

Toda esa obra está representada en la serie titulada “*Elles*”, la cual contiene 10 litografías que muestran la vida diaria de dichas mujeres. Este trabajo fue editado por Gustave Pellet en 1896.

En sus constantes idas a los cabarets y cafés conoció a los grandes artistas e intelectuales de la época, como son el escritor irlandés Oscar Wilde,(1856-1900) el pintor holandés (1853-1890) Vincent van Gogh y la cantante francesa Yvette Guilbert (1865-1944).

4 Simbolismo: Método que utiliza una mezcla de colores para resaltar y transmitir emoción en la obras.

5 Cfr. Lucie-Smith, Edward. (1998) *Toulouse-Lautrec*. Singapore, Editorial, Phaidon Press Limited, p. 34.

1.1 La noche de París, la noche de los cabarets.

Como indiqué anteriormente, Toulouse-Lautrec empezó a frecuentar los cabarets de París. La bohemia, tan característica del barrio de *Montmartre*, hizo que éste pintara lo que sus propios ojos les mostraban. Los cuadros que realizó, por primera vez en 1886, se caracterizaron por exhibir los lugares a los que concurría a tomar coñac, su trago favorito. Conocida es la película *Moulin Rouge* (1954), interpretada por José Ferrer y Zsa Zsa Gabor, la cual muestra al pintor no sólo enamorado de Marie - la primera mujer que no se horrorizó de su cuerpo deforme - sino que también lo insertó en la noche de París al ritmo del Can-Can.

Frecuentemente, asistió a locales de bailes como el *Elysée-Montmartre*, *Moulin de la Galette*, *Le Mirliton*, *Rue des Moulin*, *Chat Noir* y *el Jardín de París*. El cabaret que más se hizo famoso, gracias a la obra de Toulouse-Lautrec, fue el *Moulin Rouge* que tras su inauguración, en 1890, el artista produjo un cartel en donde destacó la figura de La Goulue, bailarina estelar del evento. En ese afiche apareció también la silueta, en negro, de Valentin-le-Dèssossé a quién se muestra, además, en forma de caricatura (ver figura 19 en pág. 66). Aunque Jules Chéret había realizado un *poster* para el

mismo local (6), el afiche de Toulouse-Lautrec ha sido calificado como el mejor en la historia del arte.(7)

Ese afán del artista por dibujar en forma exagerada a las personas, estaba presente ya en la pintura de Honoré Daumier (1808-1879), caricaturista francés; fue uno de los pioneros en tratar el tema del entretenimiento popular.(8)

Después de que Toulouse-Lautrec elaboró el *poster* para el *Moulin Rouge*, que le abrió las puertas al trabajo duro, hizo un par de afiches para otros cabarets como el *Divan Japonais*, famoso por su decoración japonesa. También recibió pedidos de carteles para los distintos cantantes que actuaban en los mencionados salones. Tal es el caso de Yvette Guilbert, Jane Avril, Confetti, La Goulue, May Milton, Aristide Bruant y la bailarina estadounidense - del Folies Bergère - Loie Fuller. Asimismo, produjo más de 15 ilustraciones en distintas revistas francesas. Una de ellas; *Paris Illustré*, cuyo editor fue Maurice Joyant.

6 Ver poster de Chéret en anexo.

7 Cfr. Arnold, M. Op.cit. p.34.

8 Honoré Daumier: Pintor, escultor y caricaturista. Su afición por el dibujo lo llevó a estar preso en la cárcel debido a que realizó, en 1832, una caricatura del Rey Luis Felipe de Francia como forma de protestar contra el nuevo régimen. Daumier, al igual que Toulouse-Lautrec, usó la litografía. Se estima que éste produjo un total de cuatro mil carteles utilizando ese método.

1.2 Contexto histórico que lo rodea, la belle époque.

El contexto social en que se desarrolló Toulouse-Lautrec, que se caracterizó por los lujos y elegancia, fue un período histórico conocido en Francia como la *belle époque* o bella época, la cual comprendió los años 1889-1914.

Los innumerables adelantos científicos - el telégrafo, la imprenta, el ascensor, el automóvil, la luz eléctrica, el teléfono, la máquina a vapor, el cinematógrafo, etc. - hicieron que la gente tuviera una fe ciega en el progreso que desembocó luego, en dos guerras mundiales y en una de las mayores depresiones económicas: la de 1929.

Esa alegría de vivir se materializó en fiestas, modas, entretenimientos, excesos, risas y gastos.

Todo ese ánimo imperante hizo que nacieran lugares de distracción que fueron un medio para fomentar aún más el goce y el ocio.

El barrio de *Montmartre*, en París, resultó ser la zona de diversión más importante de Europa. Éste fue conocido por los *café concerts* existentes y además porque allí se instalaron los estudios de conocidos pintores y cartelistas.

Artistas como Aristide Bruant, que cantaba canciones ofensivas contra la naciente burguesía y el régimen de turno, captó la atención de

cientos de personas de la aristocracia y clase media que asistían diariamente a su cabaret, *Le Mirliton*.

El cine también se transformó en uno de los pasatiempos favoritos de la multitud que vio los cortometrajes producidos por Georges Méliès.

El gobierno francés y sectores conservadores de la sociedad no estuvieron de acuerdo con el libertinaje reinante. Por ello el Estado constantemente censuró canciones y obras de teatro, que a su juicio, atentaban contra la moral y las buenas costumbres.

Durante la bella época el uso de materiales como el hierro y el vidrio se volvieron más importantes que nunca, ya que ambos se utilizaron para la construcción de estaciones y edificios. Un claro ejemplo de esto fue la Torre Eiffel. La idea de progreso y optimismo tenía que estar representada en grandes monumentos como ése.

El mérito de Toulouse-Lautrec está en que, a través de sus afiches, capturó todo el ambiente de la *belle époque*. Sus retratos y carteles son un material de gran valor para quienes desean conocer un período histórico en donde hubo cabida nada más que para la diversión y el placer .

1.3 Su gran enemigo: el alcohol.

En 1897 sufrió una crisis de delirio que lo llevó a estar recluido en un asilo. En ese lugar no abandonó el dibujo, sino que todo lo contrario, éste le sirvió para demostrarle a los demás que no estaba loco. Allí, en el encierro, produjo varias litografías circenses. Sin embargo, su gran problema que lo sucedería desde entonces fue el alcohol y una sífilis mal cuidada, lo cual hizo que nuevamente lo hospitalizaran.

A causa de su delicado estado de salud, en 1901, fue llevado al castillo de Malromé, donde es cuidado por su madre, la Condesa Adèle de Toulouse-Lautrec, quién lo acompañó en su lecho de muerte.

Toulouse-Lautrec murió a los 37 años de edad sin pensar que su legado llegaría a lugares tan remotos como Chile, en donde un gran número de ilustradores imitó, a principios del siglo XX, sus carteles.

1.4 La contribución del más rebelde de los impresionistas, Edgar Degas.

Admirador de Edgar Degas (1834-1917) será de quién recoja la capacidad de pintar las cosas cotidianas de la vida. Al igual que él, Toulouse-Lautrec exploró el mundo del teatro, el circo y los cabarets, los cuales quedaron plasmados en obras como: “La Amazona en el Circo Fernando” y “Mademoisell Marie Dihau al piano”; entre otras. Ambos cuadros parecen ser un homenaje para su gran amigo.

A diferencia de Degas, Toulouse-Lautrec, logró sumergirse en el submundo de las prostitutas a tal punto que vivió con ellas. Cada obra que pintó la hizo centrándose en el sentimiento de éstas. De hecho, para hacer notar el estado de ánimo de cada una, usaba distintos colores para resaltarlo, sobretodo, con el que más le fascinaba, el verde oliva.(9)

Tanto Edgar como Henri rompieron con el impresionismo para centrarse en el dibujo, en los escenarios iluminados con luz artificial, en vez de las escenas al aire libre que explotaba dicha corriente.

Finalmente, cabe agregar que Toulouse-Lautrec heredó de Degas ese interés por el espacio, al cual le dio siempre esos enfoques asimétricos y diagonales tan característicos del arte japonés.

9 Cfr. Bernard, D. (1991). *Toulouse Lautrec*. London, Editorial Thames and Hudson, p.111.

1.5 La historia del cartel y la importancia de Jules Chéret.

A juicio del diseñador francés, Françoise Enel, los orígenes del cartel (10) se remontan a la prehistoria. De ahí, se desarrolló en culturas como la mesopotámica y griega.

Autores como Réjane Bargiel, *Conservateur du Musée de la Publicité* de París, prefiere partir por definir qué es la publicidad y cuándo surgió ésta para luego referirse al afiche. Eso se debe a una razón muy sencilla. La publicidad y el cartelismo vienen a ser algo así como madre e hijo, debido a que el segundo, nació gracias a la aparición del primero.

La publicidad es “*un medio de propaganda cuyo fin es el de extender las propias ideas a las masas*”(11). Se cree que sus inicios, estuvieron en aquellas personas encargadas de difundir los anuncios oficiales del Rey o la Iglesia.

En un principio, el medio para transmitir la información fue el oral. Pero en el año 1539, bajo el régimen de Francisco I, se produjo un cambio; ya que se usó el cartel para dar a conocer las noticias.(12)

10 Léase definición de cartel en anexo.

11 *History of the Poster*. www.ucad.fr/pubgb/index.html, 11 de Febrero del 2000.

12 Cfr. *Ibidem*.

A Jean-Michel Papillon se le reconoce como el primer diseñador de afiches, ya que éste intentó incorporar la iconografía a la publicidad.(13)

Tanto la Revolución Francesa como la Industrial posibilitaron el desarrollo de distintos canales de comunicación. Las nuevas tiendas por departamento, que pusieron sus productos a disposición de la personas, originaron la llamada sociedad de consumo. A esto se le suma, el creciente nivel de alfabetización que empezó a tener la población. Al haber más individuos que supieran leer los periódicos, estos aumentaron su nivel de venta. Al mismo tiempo, éste se transformó en un medio de publicidad importante. Se dice que la mitad de la información que aparecía en la prensa correspondía a anuncios.

En resumen, el requisito fundamental que originó el nacimiento del *poster*, como instrumento publicitario y propagandístico, fue la vida urbana y la tecnología. Sin embargo, el perfeccionamiento de la litografía también representó un hito importante, debido a que produjo su masificación.

Hasta ahora se ha hablado de la historia del afiche, no obstante, es fundamental referirse a la persona que inició el arte del cartel que fue Jules Chéret (1836-1932), quien contribuyó a que dicha actividad progresara. Éste, que llegó a tener su propia prensa, logró mejorar las técnicas

13 Cfr. *Ibidem.*

existentes a través de la impresión a color. Asimismo, se caracterizó por utilizar el negro en sus obras.

A pesar de que no recibió formación artística, su talento connatural lo hicieron llegar muy lejos.

Chéret fue quien se encargó de traspasar todos sus conocimientos litográficos a Toulouse-Lautrec; el cual tomó de él la idea de realizar afiches para los cabarets. No hay que olvidar que, en 1891, Jules había elaborado un cartel para el famoso *Moulin Rouge*. Sin embargo, éste no puede compararse con el que produjo el pequeño Henri meses después.

En 1858 realizó su primer *poster* a color que se tituló *Orphée aux Enfers*. No obstante, el cartel que lo lanzó a la fama fue el de Bal Valentino (1869).

El mérito de Jules Chéret estuvo en la capacidad para trabajar y difundir un arte hasta ese instante desconocido. Sus obras ejercieron una gran influencia en el *Art Nouveau* y en sus pares contemporáneos Alphonse Mucha (1860-1939), Théophile-Alexandre Steinlen (1859-1923), Eugène Grasset (1845-1917) y Leonetto Cappiello (1875-1942). A este último, se le considera el primer ilustrador comercial, ya que vio el afiche como algo utilitario (14). Sus dibujos estilizados, con estilos arabescos, tuvieron mucho éxito antes de la Primera Guerra Mundial.

14 Cfr. *Ibidem*.

1.6 La estampa japonesa, un aporte a su pintura.

La influencia de Toulouse-Lautrec no sólo está en Edgar Degas, sino que también en la estampa japonesa. Las líneas diagonales, los colores claros, las tintas negras, la inexistencia de sombras y el corte de las figuras en sus bordes son usados en este arte. Pero sin duda, el aporte más significativo fue la ausencia de las tres dimensiones, la cual había sido utilizada por las escuelas europeas desde el Renacimiento hasta entonces.

Todas estas características se unieron al trazo decidido y firme del artista dando finalmente como resultado un sin número de carteles que son similares a los grabados(15) que hicieron, durante el siglo XVII, los pintores japoneses Kitagawa Utamaro, Katsushika Hokusai, Toshusai Sharaku y Chobunsai Eishi.

El influjo proveniente de la escuela *Ukiyo-e* (16) - colegio de artistas que emergió a finales del siglo XVII - se vio claramente durante el XIX en los impresionistas Degas, Manet, Gauguin, van Gogh y Bonnard; los cuales también tomaron las ideas de dicha corriente que rompió con el realismo europeo que decía que había que pintar las cosas tal cual eran vistas.

15 Léase definición de grabado en anexo.

16 Nota: *Ukiyo-e*: Esta escuela está relacionada con el arte de la estampa. Se cree que su fundador fue Iwasa Matabei. La época de mayor esplendor fue el siglo XVIII llegando a la decadencia absoluta en el XIX.

Los temas recurrentes del *Ukiyo-e* que significa “mundo que transcurre” fueron: la vida cotidiana, los paisajes, el teatro, las cortesanas, las historias y leyendas del país y la vida de los homosexuales.(17)

Una de las diferencias del arte nipón con el occidental está en el reclutamiento de sus pupilos que siguen fielmente las órdenes del maestro(18). De ahí que los grabados que estos elaboraron son prácticamente iguales, figurativos y naturalistas principalmente.

En los carteles de Toulouse-Lautrec se ve claramente la influencia que viene del Japón, al usar los colores negro, amarillo y rojo para iluminar la figura de un Aristide Bruant, el cual es dibujado sin dimensiones, es decir, en forma absolutamente plana.

Sin duda, la exposición de estampas japonesas realizada en París, en 1867, trajo como consecuencia que ese arte se propagara por todo el mundo, incluso hasta Chile, como se hablará más adelante en el capítulo cuarto.

17 Cfr. Hillier, J. (1994). *Japanese Colour Prints*. Singapore, Editorial Phaidon Press Limited pp. 17,18,19,20,21.
18 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.8.

1.7 Pintores destacados de la escuela Ukiyo-e cuyas estampas tienen cierta similitud con la obra de Toulouse-Lautrec.

Una constante en la pintura japonesa es la bidimensionalidad, la utilización de la tinta para resaltar las figuras y la delgadez irreal de las personas. Esta última, es precisamente una característica que está presente en las obras de Eishi.

a) Chobunsai Eishi (1756-1829)

Pintor del *Ukiyo-e*. Perteneció, al igual que Toulouse-Lautrec, a la aristocracia. Fue artista de la corte y se caracterizó por alargar los cuerpos de las mujeres que pintaba. Los temas de cortesanas que realizó tuvieron la particularidad de estar siempre sobre un fondo neutro.

La figura 1 muestra un grabado de Eishi donde aparece una japonesa de pie. La delgadez de la muchacha es impresionante e ilusorio. Éste, además, se encargó de resaltar el tamaño de su silueta, la que es exagerada.

Esta estampa si se compara con la de Jane Avril (fig.2) son similares, ya que Toulouse-Lautrec dibujó de forma anoréxica el cuerpo de la cantante, aunque en la realidad esta no lo fuera tanto.



Fig. 1
La Cortesana Itsutomi sosteniendo
un Laúd. (1794)
Chobunsai Eishi.

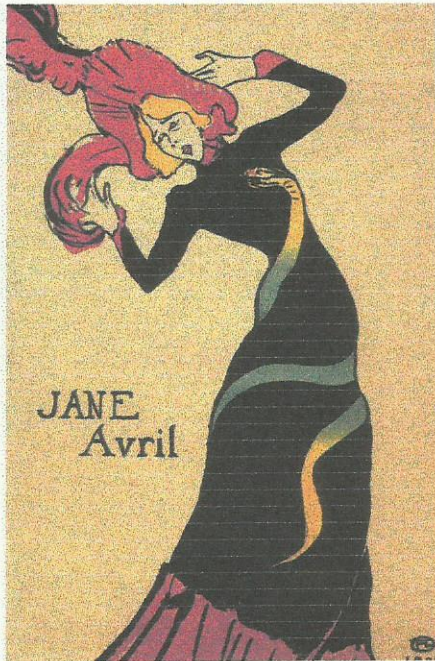


Fig. 2
Jane Avril. Cartel (1899)
Toulouse-Lautrec.

b) Toshusai Sharaku y Utagawa Kunimasa.

Las cabezas alargadas y las expresiones de sus personajes estuvieron presente en todas las láminas producidas por Sharaku y Kunimasa.

En la figura 3 se observa que el negro y el amarillo se combinan muy bien para hacer resaltar las facciones del actor.

Kunimasa, discípulo de Sharaku, no duda en seguir el estilo de su maestro al dibujar rostros desfigurados. (ver figura 4)

Las largas caras de Ivette Guilbert y Jane Avril (figuras 5 y 6) hacen ver el peso que tuvo el arte japonés en Toulouse-Lautrec. Éste, al igual que estos dos pintores japoneses, utilizó colores llamativos para elaborar sus carteles y no por capricho; ya que tienen la particularidad de captar la atención del público.

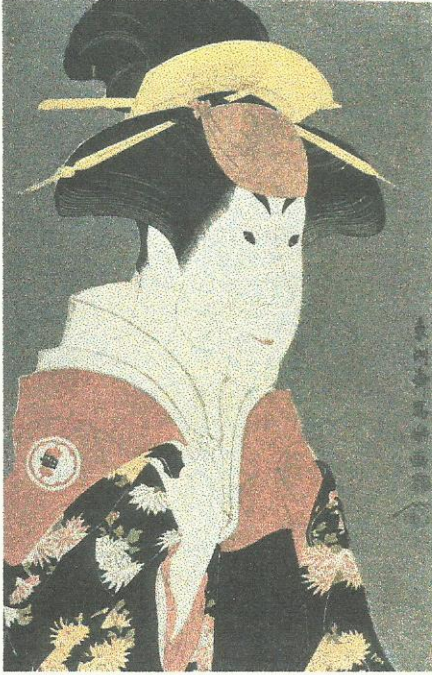


Fig. 3
El Actor Segawa Tomisaburo
como Yadorigi en una
interpretación
teatral (1794)
Toshusai Sharaku.



fig. 4
El Actor Ichikawa Ebizo en el
episodio Shibaraku en una
interpretación teatral
(1796)
Utagawa Kunimasa.



Fig. 5
Yvette Guilbert (1894)
Toulouse-Lautrec



Fig. 6

c) Kitagawa Utamaro (1753- 1806)

Junto a Hokusai (19) son los que se hicieron más conocidos fuera del Japón. Este último, se distinguió por dibujar paisajes, sobretodo, de la isla de Fuji.

Kitagawa Utamaro, después de la muerte de Kiyonaga, se convirtió en líder de la escuela *Ukiyo-e*. Los protagonistas de sus obras fueron principalmente mujeres, a las cuales retrató en primer plano y haciéndoles lucir su pecho.(20)

La figura 7 muestra a una dama, carente de dimensión, que exhibe parte de su hombro y busto. Utamaro se encargó allí de mostrar su tronco, el cual remarcó con líneas negras.

Toulouse-Lautrec, al igual que él, cortó el cuerpo de sus personajes y destacó tanto sus caras como torsos. Por último, sus dibujos los dejó sin el efecto tridimensional. (ver figura 8).

19 Nota: Katsushika Hokusai(1760-1849). Influenciado por las corrientes chinas, europeas y por supuesto de las escuelas japonesas Kano y Tosa. Sus pinturas, se caracterizaron por ser tanto realistas como impresionistas. Entre sus obras más importantes destaca las treinta y seis vistas de Fuji.

20 Cfr. Lésoualc'h, T. (1969). *Pintura japonesa*. Madrid, Editorial Aguilar, p.84.



Fig. 7
De tipo apasionada.(1792-1793)
Kitagawa Utamaro.

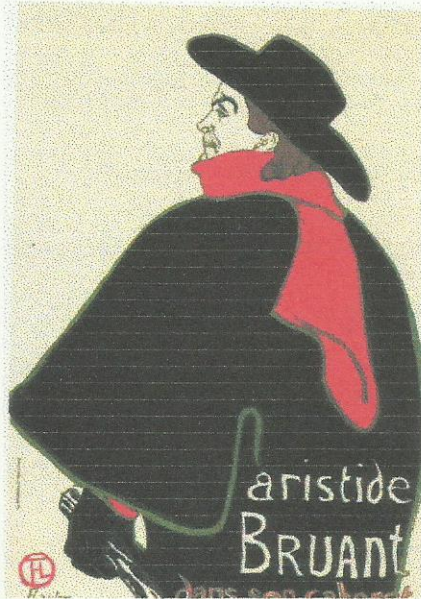


Fig. 8
Aristide Bruant en su cabaret, cartel. (1893)
Toulouse-Lautrec.

CAPITULO SEGUNDO

LA IMPRENTA EN CHILE: ANTESALA DE LA LITOGRAFÍA

1.- La imprenta.

Los chinos, a los cuales se les atribuye el descubrimiento de la imprenta en el siglo VI y Johannes Gensfleisch - más conocido como "Gutenberg"- quién en 1450 construyó la primera imprenta, nunca pensaron que generarían una verdadera revolución tipográfica. La impresión del primer periódico francés, "*La Gazette*" de Théophraste Renaudot (1631) y la "Aurora de Chile" (1812) son una consecuencia de ello.

Aunque el descubrimiento de América permitió el desarrollo tipográfico; éste siempre fue custodiado por la Reina Isabel.

Junto con el establecimiento del Consejo de Indias se dictaron las llamadas Reales Cédulas (1531 y 1556) que regularon el ingreso a las colonias de libros profanos y que tratasen temas americanos . (1)

En el siglo XVI el panorama no cambió mucho; ya que la imprenta

1 Cfr. Guasch J. (1986) . La Prensa en Iberoamérica. En Albert, P. (Ed.) *Historia de la Prensa*. España, Ediciones Rialp, S.A. pp.151-152.

fue utilizada única y exclusivamente por la Iglesia - que defendió al catolicismo de la reforma protestante - y el Estado - el cual salvaguardó el régimen monárquico. No obstante, algo positivo en este período fue que *“la imagen comenzó a ser valorada como complemento del texto y no, como hasta entonces, como único elemento susceptible de ser leído por el receptor”*. (2)

Durante el siglo XVIII aparecieron, en distintos lugares de América, las gacetas, las cuales fueron de corta duración. Entre ellas destacaron: La de México(1722), Lima (1743) y Guatemala (1729); todas éstas fueron fuertemente controladas por los virreyes y autoridades de aquellos lugares. (3)

Igualmente, salieron gran número de volantes que circularon por todo el continente propagando noticias acerca de la Independencia de Estados Unidos y la Revolución Francesa. Después, se publicaron periódicos que desplazaron a las gacetas manuscritas. Toda esta proliferación de hojas que hubo, se debió a las leyes que se dictaron sobre libertad de prensa y expresión.

En Chile el origen de la imprenta data del siglo XVII, época en que se

2 Alvarez, P. (1986). *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Tesis para optar al grado de Diseñador Gráfico, Universidad Católica de Chile. Santiago, p.20

3 Cfr. Guasch, J. Op.cit. pp.153-154.

estampaban sólo naipes (4). Aunque hay quienes señalan que, por aquel entonces, algunos personajes como Rafael de Názabal, grabador de la Casa de Moneda y José Ignacio Gutiérrez - “prócer de la tipografía chilena”- (5) ya contaban con una pequeña prensa.

A pesar de esto, la tipografía tardó en llegar al país. Integrantes del Cabildo Abierto de Santiago solicitaban a España, a fines del siglo XVIII, una imprenta. La petición tuvo que esperar. (6)

Se dice que fue el padre jesuita, Carlos de Haimhausen, quién trajo por primera vez - en 1747 - la imprenta. Gracias a ella, se divulgaron las oraciones para los fieles. Más tarde ésta máquina, tras la expulsión de los jesuitas en 1767, habría pasado a manos de la Universidad de San Felipe. (7)

Posteriormente, el estadounidense Mateo Arnaldo Hoevel, a petición del gobierno, encargó una imprenta a Estados Unidos; la que llegó el 21 de noviembre de 1811 al puerto de Valparaíso a bordo de la fragata Galloway. (8) Finalmente, Hoevel la vendió a la junta de gobierno a 8 mil pesos que para la época fue una suma bastante elevada (9) . Un año más tarde, el 16 de enero de 1812, la junta designó a Fray Camilo Henríquez como el

4 Cfr. Silva, R. (1958). *Prensa y Periodismo en Chile 1812-1956*. Santiago, Ediciones de la Universidad de Chile, p.1.

5 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.2.

6 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.2.

7 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.3.

8 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.9.

9 Cfr. *Ibidem* Op.cit. p.10.

redactor del primer periódico nacional de índole ministerial y político: “La Aurora de Chile”.

A éste le sucedieron otros diarios como “El Monitor Araucano”- en 1813 - “El Semanario Republicano”, “La Gaceta Ministerial”, “El Duende”, “El Chileno”, “El Telégrafo Mercantil”, “El Republicano”, “La Opinión”, “El Progreso”, entre otros. Pero sin duda el que marcaría un hito en la prensa chilena, debido a su antigüedad y calidad fue “El Mercurio”. Éste se fundó, en Valparaíso, en 1827 y en su primera edición relató el asesinato del comandante de la guardia de un teatro por parte de un oficial inglés.

En 1830, “El Araucano” hizo su aparición y en 1855 “El Ferrocarril”- que fue durante algún tiempo competencia de “El Mercurio”- el cual se caracterizó por apoyar incondicionalmente al gobierno de Manuel Montt.

(10)

Los periódicos, en esta etapa, tuvieron las siguientes características:

1.- Ser de corta duración. Esto debido a que, por lo general, eran utilizados como instrumento ideológico y político.

2.- Poseer una publicidad muy simple y con ilustraciones pequeñas. Como dice Jacqueline Dussailant “*se reducía apenas a un pequeño dibujo que*

10 Cfr. Silva, R. Op.cit. p.211.

llamaba la atención del lector (11) La mayoría era presentado respetando el tamaño de las columnas del diario, ordenados casi con la monotonía de los actuales avisos clasificados (12) Un barquito, un martillero, una mano, una bota, un piano, una casa, un barril, un saco, un árbol y un caballo, eran las ilustraciones que exhibían comúnmente.”(13) Los colores y todo lo que es la producción artística no estaban presentes aún.

Antes de 1900 los avisos publicitarios fueron bastante elementales (ver figura 9). La publicidad aburrida, en donde la única gracia fueron las tipografías y palabras que rimaban o se repetían, cambió y dio paso a ilustraciones elaboradas para hacer más atractivo el producto o servicio. La competencia comercial hizo que los anuncios tuvieran que modificar tanto en sus técnicas como en su imagen.

La aparición de la imprenta y los diarios abrieron la posibilidad de que surgieran los llamados avisos publicitarios; los cuales desde la “Aurora de Chile” hasta “El Mercurio”, no estuvieron ausentes (14). No obstante de ello, estos tuvieron que esperar la llegada del color y de la influencia europea para que se convirtieran en anuncios estéticamente hermosos.

11 Dussailant, J. (1993). *Breve Historia de los Avisos Publicitarios en los Principales Periódicos Chilenos, 1850-1920*. Tesis para optar al grado de Licenciada en Historia, Universidad Católica de Chile, Santiago, p. 88.

12 *Ibíd.*

13 *Ibíd.*

14 Cfr. *Ibíd.* Op.cit. p.87.

1.1 La litografía.

La imprenta había sido el gran invento del siglo XV, ya que permitió la aparición de un sin número de publicaciones. Sin embargo, no es menester olvidar la importancia que tuvo la litografía (15) la que resultó ser el complemento ideal de la tipografía.

Hasta ese instante, los dibujantes habían tenido que trazar sus diseños directamente sobre los impresos. Este proceso no sólo resultaba agotador para quien lo realizaba; sino que además, elevaba el precio de la obra.

Por este motivo, la litografía significó un ahorro infinito de tiempo y de trabajo porque pudo reproducir ilimitadamente las ilustraciones originales.

Es así como, en 1776, Aloys Senefelder descubrió, en Munich, la impresión litográfica . Durante los años siguientes el proceso se perfeccionó y dio origen a las imprentas parisinas, especializadas en realizar litografías.

A comienzos del siglo XIX dicha técnica también llegó a Chile gracias a la gestión de Lord Thomas Cochrane, quién encargó a Inglaterra la primera imprenta litográfica.

Poco a poco la actividad se fue haciendo conocida en el país. Es así como salieron distintos libros, los que utilizaron en sus ilustraciones el

15 Léase definición de litografía en anexo.

nuevo sistema. La primera obra que se editó, empleando dicho método, se tituló "La memoria sobre el cultivo y beneficio del lino y el cáñamo en Chile". Su autor, Francisco Solano Pérez, no sólo tuvo la gracia de escribir su libro sino que ejecutó los dibujos que allí aparecen.

Por aquel entonces, llegaron a Santiago algunos litógrafos extranjeros como Armand Roger, José Desplaques y César Hipólito. Éste último, fue contratado por Diego Portales con el fin de que editara un volumen especial con la colección de trajes y costumbres chilenas de la época.

Las primeras reproducciones que se realizaron fueron de textos y partituras, entre ellas destacó el himno de Yungay.

Hacia 1850, Chile ya contaba con talleres litográficos. En la capital, estaba el taller de Desplaques que se ubicaba en calle Alameda.

Valparaíso, en tanto, contó con su propio lugar, el cual se situó en la Aduana 4.(16)

El trabajo que más sobresalió, por aquel entonces, fue el del grabador, pintor y litógrafo francés Edmond Joseph Desmadryl. Éste, que había llegado al país en 1853, reprodujo grabados de Eugène Delacroix. Asimismo, retrató a grandes personalidades del período republicano como

16 Cfr. Pereira, E. (1992). *Estudios sobre la Historia del Arte en Chile Republicano*. Santiago, Ediciones de la Universidad de Chile. p.128.

fueron Monseñor Rafael Valentín Valdivieso, Manuel Rengifo y Joaquín

Tocornal.

1.- El diseño gráfico durante el siglo XIX.

A pesar de que la prensa chilena mostró un gran desarrollo durante el siglo XIX - a causa de la gran cantidad de diarios que se publicaron - con la actividad gráfica no sucedió lo mismo.

La ausencia de diseñadores que se dedicaron sólo por gusto a su trabajo - algunos de ellos tenían puestos oficiales para poder sobrevivir - y la escasez de técnicas tipográficas y litográficas modernas hicieron que hasta ese mismo el diseño gráfico estuviera en "países".

Para lo que los litógrafos y grabadores nacionales empezaron a surgir, estos artistas comenzaron a trabajar en diseños sencillos (1).

Al igual el gobierno otorgó becas a Europa a aquellos jóvenes artistas "en el momento en que se estaba formando el régimen del país por el cual el tipo y la profesión oficial desaparecieron" (2).

1- Cfr. Rivera, P. (1960) Historia del Diseño Gráfico en Chile. Tercer parte sobre el origen de Diseño Gráfico Universitario Católica de Chile, Santiago, p.70.
2- Historia Gráfica, pp.70-71.

CAPITULO TERCERO

SITUACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN CHILE ANTES DE RECIBIR LA INFLUENCIA DE TOULOUSE-LAUTREC

1.- El diseño gráfico durante el siglo XIX.

A pesar de que la prensa chilena mostró un gran desarrollo durante el siglo XIX - a causa de la gran cantidad de diarios que aparecieron - con la actividad gráfica no sucedió lo mismo.

La ausencia de dibujantes que se dedicaran cien por ciento a su trabajo - algunos de ellos tenían distintos oficios para poder sobrevivir - y la escasez de técnicas tipográficas y litográficas adecuadas hicieron que hasta ese minuto el diseño gráfico estuviera en “pañales”.

Pese a que los ilustradores y grabadores nacionales impartieron clases, estos muchas veces lo hicieron sin dominar su oficio. (1)

Si bien el gobierno otorgó becas a Europa a aquellos jóvenes destacados “*su desarrollo artístico se veía abortado al regresar al país ya que el apoyo y la protección oficial desaparecían.*” (2)

1 Cfr. Alvarez, P. (1996). *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Tesis para optar al grado de Diseñador Gráfico, Universidad Católica de Chile, Santiago, p.70.

2 *Ibidem* Op.cit. pp.70-71.

Aunque la situación tipográfica no era la mejor, emergieron un número considerable de publicaciones como son la “Revista Médica Chilena” (1853), “El Semanario Musical”(1852), la “Revista de Santiago”(1855), “El Ferrocarril”(1855), “La Revista Ilustrada”(1865), etc. Sin embargo, estas no superaron en calidad y diseño a un “Zig-Zag”, “Corre-Vuela” o “Pacífico Magazine”.

No obstante, algo importante de mencionar es que, en 1858, apareció “El Correo Literario”, periódico nacional, en donde salieron por primera vez las caricaturas hechas por Clodomiro Guzmán y Antonio Smith.

Asimismo, en este período emergieron dibujantes como Paul Gavarni, Benito Basterrica y Jacinto Núñez. Éste último fundó, en 1879, el periódico “El Nuevo Ferrocarril”, el cual representó a través de litografías las costumbres y escenas típicas de la segunda mitad de siglo XIX.(3)

Una de las características de esta etapa fue que las creaciones artísticas estuvieron muy influenciadas por lo europeo. Esto no sólo fue una constante en este siglo; ya que en las primeras dos décadas del XX también estuvieron presentes las tendencias de la *belle époque* en las ilustraciones realizadas por los artistas.

3 Cfr. Alvarez, P. Op. cit. p.64.

En los últimos tercios del siglo XIX el desarrollo comercial hizo que nacieran una gran cantidad de marcas y logotipos; (4) las cuales necesitaron de una persona que los diseñara.

Como se advierte, lentamente la situación tipográfica y litográfica fue mejorando ¿Su causa? la llegada de ilustradores extranjeros y la creación, en 1886, de la escuela de dibujo alivió la situación. Del mismo modo, la expansión cultural, económica y comercial contribuyeron a que se desarrollara un concepto hasta el momento poco utilizado: la publicidad.

El arribo del editor español Rafael Jover, del tipógrafo de la misma nacionalidad, Julio Real y Prado y del impresor alemán Guillermo Helfmann le dieron un impulso a dicha actividad.(5)

En 1859 Guillermo Helfmann abrió, en Valparaíso, la imprenta Universo y en 1876 logró editar su primera publicación "*The Chilean Times*". Posteriormente, su hijo Gustavo creó la famosa revista "Sucesos".

Rafael Jover, en tanto, fundó la imprenta Cervantes y publicó la revista "La Lectura" (1884). Pero Julio Real y Prado no se quedó atrás, ya que editó periódicos como "El Trabajo" y "El Diablo".

En regiones también se produjo un fenómeno similar al registrado en Valparaíso y Santiago. La imprenta del periódico "La Esmeralda" de La

4 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.66.

5 Cfr. Ibídem Op.cit. p.69.

Serena imprimía carteles, folletos, tarjetas y pagarés. (6)

Talca y Antofagasta poseían ya sus propias revistas. Incluso *“el hecho de que en un pueblo pequeño como San Francisco de Limache funcionase en 1877 una fábrica de papel era un síntoma revelador de que por aquel entonces la industria gráfica se encontraba en buen pié”*(7).

De ahí en adelante nada pudo evitar que el diseño y el cartel avanzaran a pasos agigantados hasta llegar a su época de mayor esplendor artístico: 1900-1920.

En resumen, se puede decir que en el siglo XIX la actividad gráfica avanzó en forma lenta, esto a causa de la ausencia de tipografía especializada y de ilustradores; los cuales, durante el próximo siglo, serán una pieza fundamental para la elaboración de avisos publicitarios.

1.1 La belle époque llegó al país.

Producto del auge del salitre y de la agricultura, entre los años 1900 - 1920, (8) se produjo un proceso de industrialización que trajo como consecuencia una intensa actividad cultural.

6 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.69.

7 Ibidem.

8 Cfr. Aylwin, M. y Bascuñán, C. y otros . (1986). *Chile en el Siglo XX*. Chile, Editorial, Emison Ltda, p.58.

Las tendencias de la *belle époque* se impregnaron en la sociedad chilena. Lo europeo, específicamente lo francés, hizo cambiar la conducta de los santiaguinos en la forma de vestir y de hablar. Hubo un interés, en aquel entonces, por todo lo intelectual, artístico y cultural. (9)

Los viajes al viejo continente que realizaron las clases altas, sin importar el endeudamiento, hicieron que todas esas ideas - importadas desde el extranjero - se propagaran rápidamente en la capital. No obstante, el gasto desenfrenado de ésta; así como también su relajó moral, trajo como consecuencia que dicho estrato social fuera emplazado por una nueva y emergente clase media, compuesta por pequeños comerciantes, profesionales y técnicos (10). Éstos lograron constituirse como grupo producto del intenso proceso de urbanización y los buenos negocios.

Aunque en un principio se encargaron de imitar las actitudes de la clase alta, lentamente fueron tomando consciencia de su condición (11), gracias a las ideas liberales y democráticas; las cuales también fueron asimiladas por el proletariado.

La educación fue vista por la burguesía como una manera de sobresalir en un medio que era dominado por la oligarquía. (12)

9 Cfr. Aylwin, M.y Bascañán, C. y otros. Op.cit. p.62.

10 Cfr. Ibidem Op.cit. pp.64 - 65.

11 Cfr. Ibidem Op.cit p.63.

12.Cfr. Ibidem Op.cit. p.64.

La Ley de Instrucción Primaria, promulgada en 1860, hizo que el analfabetismo bajara progresivamente. El nivel de diarios y revistas se vio incrementado, debido a que el número de lectores aumentó. Los temas que estas publicaciones tocaron fueron diversos; uno de los favoritos eran los franceses; aunque también estaban los artículos literarios, relacionados con la belleza, decoración, vida social y la guerra ruso-japonesa (1904-1905), de interés mundial en ese entonces.

En materia de obras públicas, se instalaron los primeros tranvías eléctricos tanto en Santiago como en regiones. La construcción del ferrocarril hasta Puerto Montt y la aparición de los primeros automóviles demostraron a la población que el progreso también llegaba hasta el último rincón del mundo.

Los capitalinos vieron cómo la electricidad, el teléfono y una red de alcantarillado se situaban en sus propias casas. Valparaíso, en tanto, se convirtió en el centro comercial donde arribó gran cantidad de inmigrantes provenientes de Francia, Italia, Alemania e Inglaterra.

Producto de este progreso e intensa actividad cultural se manifestaron diferentes costumbres. Una de ellas; las reuniones diarias en el Club de la Unión - centro social de la elite - donde se discutían las corrientes políticas y literarias en boga.

El entretenimiento y la recreación no estuvieron ausentes. Los paseos típicos de fin de semana fueron: caminar por la Alameda de la Delicias, el Parque Cousiño, el Club Hípico o sencillamente ir a recorrer lugares como Apoquindo, Renca y San Bernardo.

En tanto la moda, pasó a ser una preocupación para mujeres y hombres. Los vestidos estrechos, el uso de corsees, el chaqué gris y el pantalón a rayas hizo que nacieran tiendas especializadas en ese rubro. Entre ellas estaban: “La Casa Muzard” y “Francesa” - ésta última con sede en Santiago y Valparaíso - “A la Ville de París” y los corsees de “La Colmena”.

A pesar de todos estos lujos que llevaron a que muchos imitaran el estilo de vida foráneo, al punto de vestir igual que los franceses, cabe agregar que la sociedad chilena conservadora no permitió que el movimiento de la *belle époque* - que se caracterizó por el culto al placer y la diversión - llegara en su plenitud (13). Sin embargo, lo que no pudo evitar ésta fue que las corrientes literarias y artísticas se propagaran rápidamente en el país.

13 Cfr. Khaja, E. y Goldman, B.

La belle époque. www.tamu.edu/mocl/picasso/biog/belle_epoque.html, 25 de febrero del 2000.

CAPITULO CUARTO

Los orígenes del cartelismo y el influjo de Toulouse-Lautrec en los avisos publicitarios y revistas chilenas.

1.- El nacimiento del cartelismo.

A fines del siglo XIX el número de imprentas había aumentado; existían alrededor de 175 en todo el territorio nacional (1). Esto demuestra que los problemas tipográficos se estaban solucionando. Además, pronto empezaron a llegar los adelantos; uno de ellos, el color.

En 1897 "El Payaso" se convirtió en la primera publicación que hacía uso del fotograbado. (2)

No obstante, la aparición de la fotografía - cuyo auge se produjo a partir de 1879 - hizo temblar a los dibujantes, ya que sus dos cualidades; instantaneidad y exactitud superaba el trabajo que pudiera hacer un diseñador, un pintor o un retratista. Sin embargo, este hecho no logró impedir el nacimiento del cartelismo.

La posibilidad de imprimir cientos de afiches y a color se convirtió

1 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.76.

2 Cfr. Ibídem /* Léase definición de fotograbado en anexo.

en un estímulo para que la creatividad de los artistas se plasmara en ellos.

En ese momento la calle, tanto en Europa como en Chile, se transformó en un medio de expresión artístico y publicitario.

Los carteles que fueron apareciendo en el país, a partir de 1900, mostraron de alguna u otra forma toda la efervescencia cultural existente.

Las revistas necesitaron de ilustradores, los cuales, en un primer momento, se limitaron sólo a imitar los estilos gráficos provenientes de Europa; especialmente los de Toulouse-Lautrec.

Revistas como “Instantáneas”, “Pluma y Lápiz”, “Chile Ilustrado” y “Zig-Zag”, exhibieron en sus portadas dibujos similares a los que realizó el artista francés para los distintos cabarets.

“Pluma y Lápiz” declaraba, a principios de siglo XX, 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 ...”(3)

Tanto la Imprenta Barcelona (4) como la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) organizaron concursos de afiches con el

3 Citado en Alvarez, P. Op.cit. p.85.

4 Imprenta Barcelona: Fundada en noviembre de 1891 por los señores Barros y Balcells. El primer taller tipográfico de esa empresa se ubicó en la calle Santo Domingo.

fin de estimular ese oficio que venía manifestándose progresivamente con alguna que otra influencia, por qué no decirlo, del arte japonés.

Las revistas que surgieron entre los años 1900-1920 se vieron invadidas por una nueva gráfica que se impuso por sobre esos deslavados y poco creativos avisos comerciales del siglo anterior. El sin número de publicaciones que aparecieron hizo que llegaran al país pintores e ilustradores extranjeros como el español Juan Martín, los franceses León Bazin y Paul Dufresne, el peruano Eguren Larrea y los italianos Carlos Zorzi y José Foradori. Gracias a ellos se fue desarrollando el cartelismo.

En tanto, la publicidad empezó expandirse a través de anuncios que salieron en revistas como "Pacífico Magazine" y "Corre-Vuela". Marcas como aceite "Escudo", la bebida "Frou-Frou", "Chocolat Despouy" y Té "18" se hicieron conocidas por utilizar ese medio. (ver figuras 10 y 11)

Los primeros avisos que aparecieron se caracterizaron por utilizar a mujeres, las que promocionaron artículos para la higiene personal y refrescos. Así, es posible encontrar anuncios como: "Crema de Oro", "Cápsulas de Nervalina" o la soda "Prana", en donde figuró el cuerpo de una bella dama. (ver figuras 12 y 13)

En un comienzo, lo importante no era el producto sino que la imagen que este proyectaba al público. Por este motivo, la mujer fue utilizada con



Fig. 10



Fig. 11



Fig. 12



Fig. 13

bastante frecuencia para exhibir el artículo. Esto continúa aún hasta nuestros días. De ahí la polémica que surge con que ésta se ha convertido en una “mujer objeto” dentro de la publicidad.

1.1 Las primeras revistas santiaguinas.

El auge cultural, literario y artístico hizo que gran cantidad de publicaciones - quincenales, semanales y mensuales - empezaran a surgir a finales del siglo XIX y a principios del XX. Entre ellas destacaron; “La Lira Chilena” (1898) cuya dirección artística estuvo a cargo de A.Fauré.

“La Ilustración” (1899), “Pluma y Lápiz” (1900), “Instantáneas” (1900) “Chile Ilustrado” (1902) y “Letras” (1909) fueron revistas que se caracterizaron por tener excelentes y coloridas portadas; muchas de ellas, con un marcado estilo toulousiano.

En 1902 Gustavo Helfmann editó, por primera vez en Valparaíso, “Sucesos”, la cual dos años más tarde tuvo su competencia; ya que en 1904 un joven llamado Agustín Edwards Mac Clure inició una hazaña difícil: sacar una revista que se difundiera por todo el territorio nacional, debido a que las que existían se distribuían solamente en la región donde se editaba.

El 23 de febrero Edwards viajó rumbo a Estados Unidos para

aprender todo acerca de las modernas técnicas de impresión y reproducción de grabados.

Don Agustín lo trajo todo, los especialistas, las máquinas, que podían realizar citocromías; es decir, grabados impresos en cuatro colores, para dar vida en 1905 a una de las publicaciones más prestigiosas de la historia nacional como fue la revista "Zig-Zag".

El escritor Fernando Santiván, Premio Nacional de Literatura, al escribir - en 1935 - sobre los 30 años de "Zig-Zag" indicó lo siguiente: "*Si Don Agustín Edwards Mac Clure no hubiera hecho otra cosa que fundar El Mercurio de Santiago y la revista Zig-Zag, eso habría bastado para que pasara a la historia literaria como uno de los grandes impulsores de la intelectualidad chilena*". (5) *Antes no hubo sino escritores de frac ... que hicieron una vida tabernaria, oscura y despreciada*". (6)

Santiván no deja de tener razón, ya que Chile dispuso del sistema de impresión tipográfico y litográfico más modernos que se conocía en ese instante. (7)

"Zig-Zag" y "Sucesos" compitieron fuertemente acaparando el interés del público. Todos querían salir y ver sus nombres en las páginas sociales.

5 Citado en Silva, R. (1958). Op.cit. p.353.

6 *Ibidem*.

7 Cfr. (1955) Historia técnica de la Empresa Editora Zig-Zag. *Medio Siglo de Zig-Zag*, Editorial Zig-Zag, Santiago. p.83.

Dichas revistas se encargaron de difundir, en sus hojas, el acontecer cultural del momento. Para ello, su director contrató a los mejores ilustradores y directores artísticos como son Juan Martín, Carlos Zorzi, Paul Dufresne y León Bazin.

Pero sin duda, el más conocido de todos, por sus innumerables dibujos para las portadas de revistas como “La Ilustración” y “Chile ilustrado” fue José Foradori. Otros personajes que trabajaron para ellas fueron el español Santiago Pulgar, Jorge Délano (Coke) y Raúl Figueroa.

Siguiendo probablemente el estilo caricaturesco de Honoré Daumier destacaron también Nataniel Cox (Pug), Pedro Subercaseux (Lustig), Julio Bozo (Moustache) y Ramón Huneeus. A Bozo, se le considera impulsor de la historia de la publicidad gráfica en Chile. (8)

Otras publicaciones de este período, editadas por Zig-Zag, fueron:

- “Corre-Vuela”(1908): Ésta contó con dos destacados ilustradores como son Oliver Raúl Simón y Eguren Larrea.
- “El Peneca”(1908): Publicación infantil que durante años entusiasmó a cientos de niños.
- “Selecta” (1909): Se caracterizó por propagar las artes y la literatura.

8 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.93.

Posterior a esta fecha aparecieron otras como “Familia” (1910), “Papel i Tinta” (1914), “Pacífico Magazine” (1913), “Iris Magazine” (1915) y “Silueta Magazine”(1917).

Nombres como los de Emilio Dupré, Héctor Hernández y Luis Gutiérrez, por citar algunos, diseñaron avisos publicitarios para alguna de ellas.

Aunque hubo revistas que trataron de alejarse, en su presentación, del estilo francés, que revoloteaba en el ambiente de la época, terminaron en profundas contradicciones. Por ejemplo, Instantáneas quiso dejar bien en claro este punto en su primera edición: “*Instantáneas no es importada, no le gusta lo francés más que lo de su patria ... (9) promete ser más santiaguina que la Alameda y el Tajamar*”(10). Sin embargo, consciente o inconscientemente sus portadas y páginas interiores argumentaron lo contrario.

9 Citado en Alvarez, P. Op.cit. p.86

10 Ibidem.

1.2 Análisis de los avisos publicitarios y portadas de las revistas, aparecidas en Santiago entre 1900-1920, que muestran una clara semejanza con los afiches de Toulouse-Lautrec.

a) “Instantáneas” (1900).

Como afirmé antes, “Instantáneas” señaló que quería alejarse del estilo europeo imperante. No obstante, sus portadas confirman que le fue imposible cumplir con sus deseos.

La figura 14 muestra a un grupo de personas que se encuentran vestidas al más puro estilo francés. Los sombreros de copa, utilizados por los varones y los vestidos largos, usados por las mujeres, fueron la moda de la *belle époque*.

Estas litografías en blanco y negro (fig.14 y 15), realizadas por Juan Martín, son muy similares a los carteles que hizo Toulouse-Lautrec, ya que en ellos, es posible ver la misma técnica empleada por éste como son los cortes de las figuras, la delgadez de los personajes y por último las líneas oscuras que se encargan de remarcar el contorno de los cuerpos.



Fig. 14

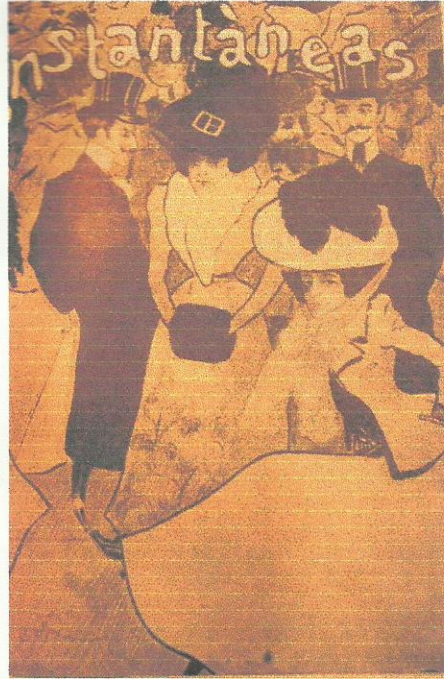


Fig. 15

b) “Corre-Vuela” (portada del 9 de enero de 1918).

Muchas portadas de revistas tuvieron en su diseño un claro estilo toulousiano. Este es el caso de “Corre-Vuela”. Colores llamativos como rojo, negro y amarillo resultaron ser los más utilizados por sus ilustradores; ya que tienen la particularidad de no pasar inadvertidos ante los ojos de los transeúntes.

La figura 16 exhibe a una dama corriendo y a un señor cargando una maleta. Los círculos blancos representan aquí las nubes, que son dibujadas en forma desordenada. La perfección de los dibujos ya no es lo importante, para eso estaba la fotografía, la cual se encarga de registrar las cosas tal cual son.

c) “Frou-Frou” (aviso aparecido en revista “Corre-Vuela”,1915).

Esta publicidad de la bebida refrescante “Frou-Frou”(fig.17), apareció reiteradamente en todas las ediciones de “Corre-Vuela” (1908-1920). Allí, se ven dos cuerpos planos, carentes de dimensión. Esto, que es una característica del arte japonés, lo utilizó también el pintor francés.

Asimismo, ambos personajes están enmarcados en ondas arabescas,

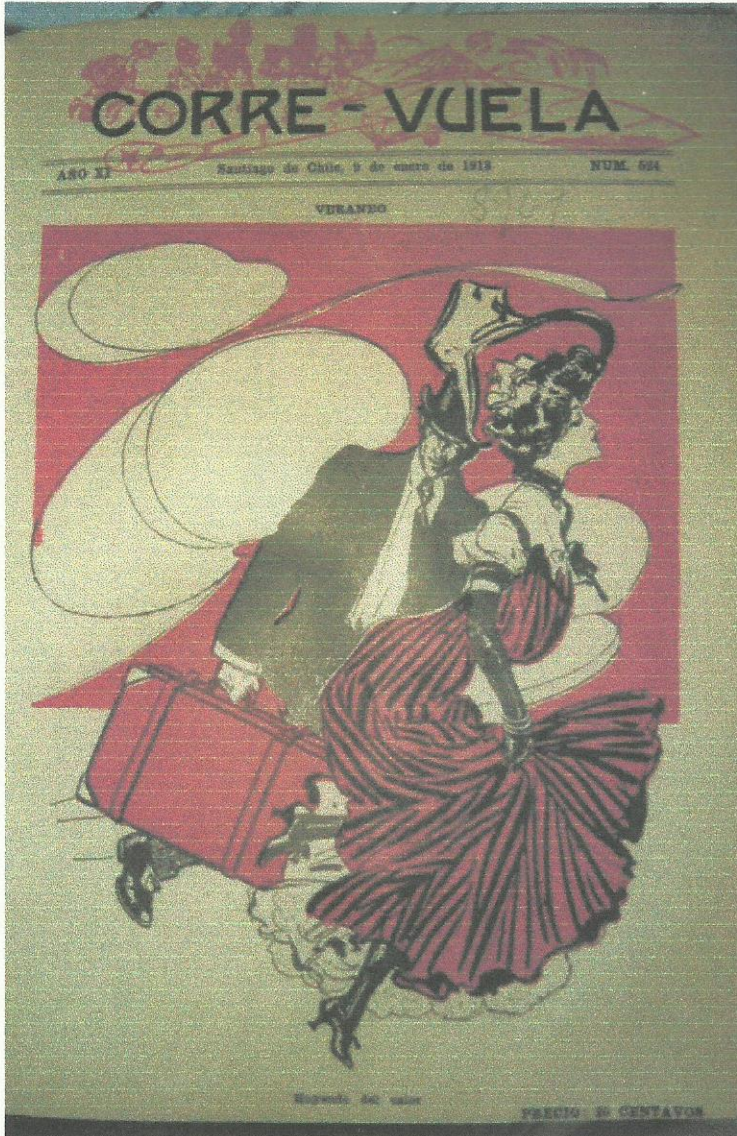


Fig. 16

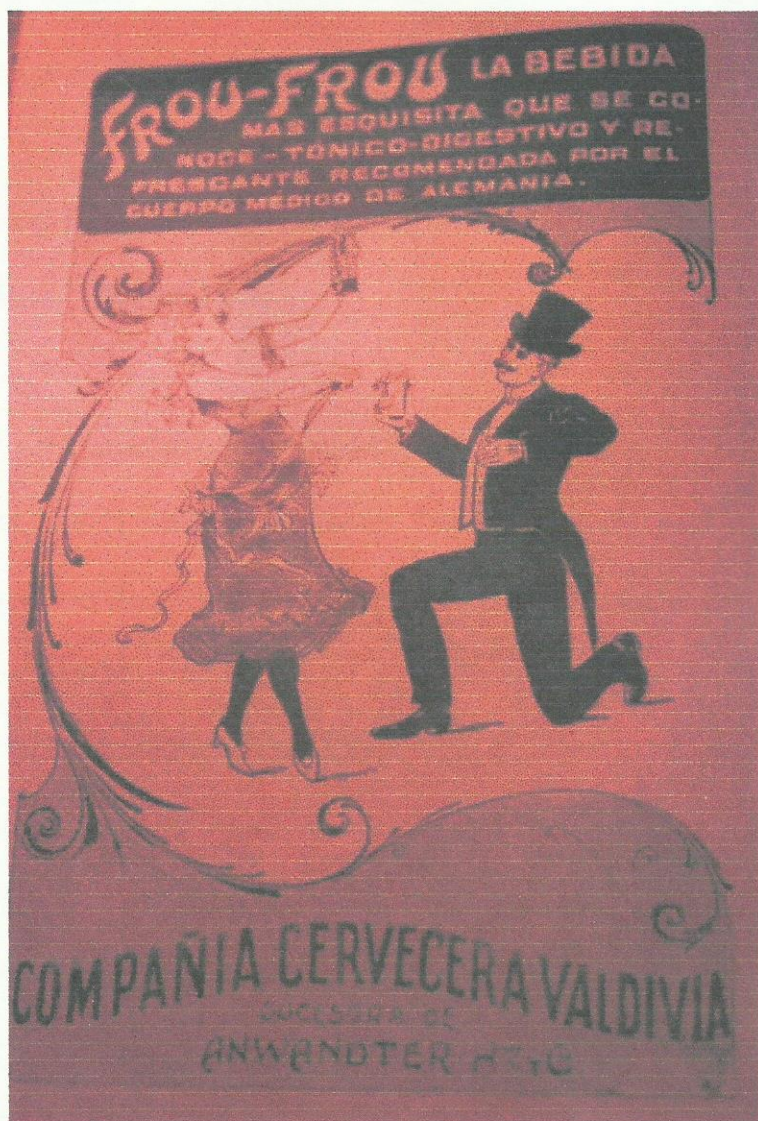


Fig. 17

que son utilizadas por el *Art Nouveau*. (11)

Este anuncio fue impreso en distintos colores, aquí sale en blanco y negro, pero es posible encontrarlo también en tonos fucsia y calipso.

d) Julian Ramos, Fotograbador. (publicidad aparecida en revista "Instantáneas". Mayo, 1900).

Al ver a esta bailarina de Can-Can (fig. 18) se me hace imposible no compararla con el *poster* que realizó Toulouse-Lautrec para el *Moulin Rouge*. En este último, aparece La Goulue en la misma posición (fig. 19)

Julian Ramos - fotógrafo de prestigio entre los años 1900 y 1930 - usó esta publicidad durante bastante tiempo. Resulta curioso que un fotograbador utilice este tipo de avisos en donde exhibe a una mujer danzando, ya que perfectamente podría haber mostrado allí su trabajo .

Un detalle curioso es que el logotipo utilizado por éste (representado con una " j " y una " r ") es similar a la firma de Toulouse-Lautrec (fig. 20) La imitación, al parecer, no está sólo en los carteles sino que también en la firma.

11 Nota: Art Nouveau: Nombre que recibió el modernismo en Francia. Corriente artística que surgió en Europa a fines del siglo XIX, en arquitectura, decoración, pintura y escultura. Se caracterizó por crear un repertorio de formas en donde hizo uso de las líneas onduladas, las asimetrías y las estilizaciones florales. Se inspiró en la naturaleza, a la cual sometió a ritmos y diseños decorativos.



Fig. 18

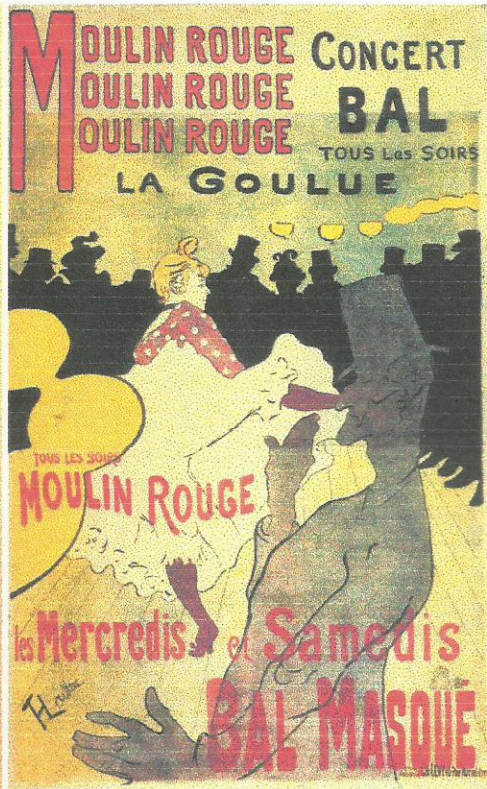


Fig. 19
Moulin Rouge, cartel (1891)
Toulouse-Lautrec

Fig. 20



e) Aceite “Escudo” (anuncio aparecido en revista “Pacífico Magazine”, 1913).

Este anuncio del aceite “Escudo” (fig. 21) es bastante pintoresco, no solo por su colorido, sino que también por su diseño. En el fondo se ven las siluetas, en negro, de unas personas; las cuales resaltan al ponerles detrás una combinación de los colores primarios rojo y amarillo, que son tan utilizados en la elaboración de carteles. (compárese con figura 19)

f) Los payasos (“Zig-Zag”, septiembre, 1905).

Estos payasos con sus ojos rasgados (fig. 22), son idénticos a la payasa Cha-U-Kao (fig.23) una de las estrellas del *Nouveau Cirque*, en Francia, durante el siglo XIX.

Se repiten aquí las figuras planas, tan características de las estampas japonesas. Los colores fuertes que allí destacan no podrían ser otros por las razones explicadas anteriormente.

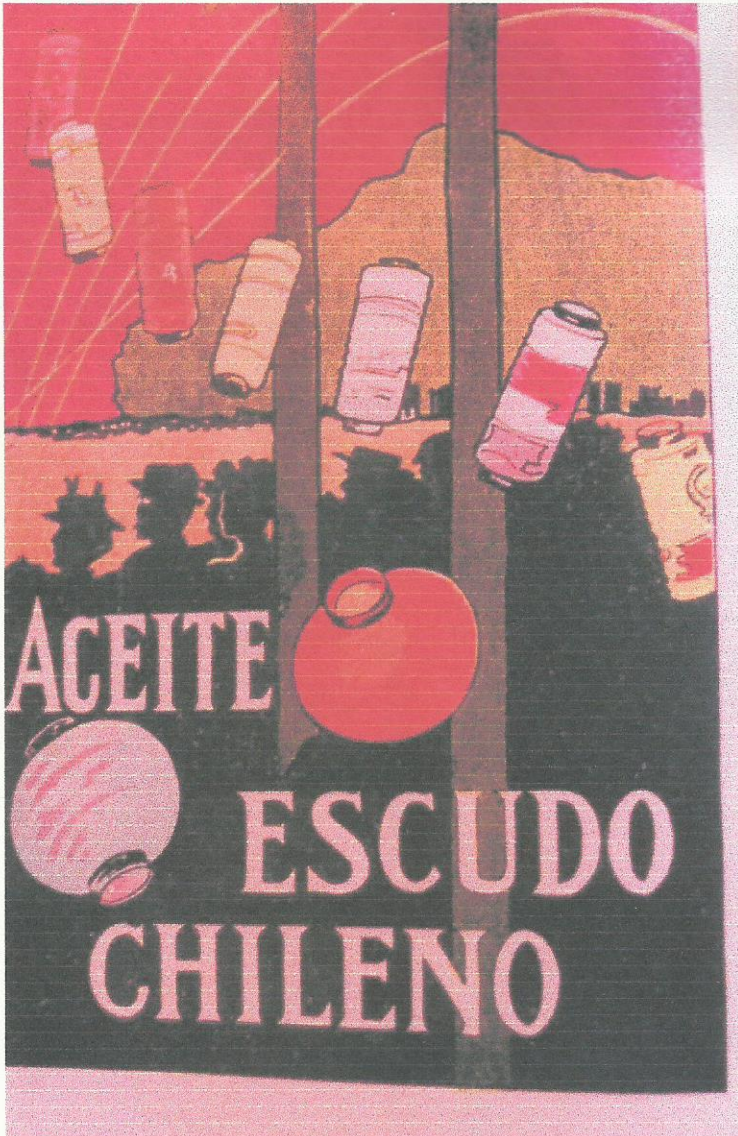


Fig. 21

Fig. 22

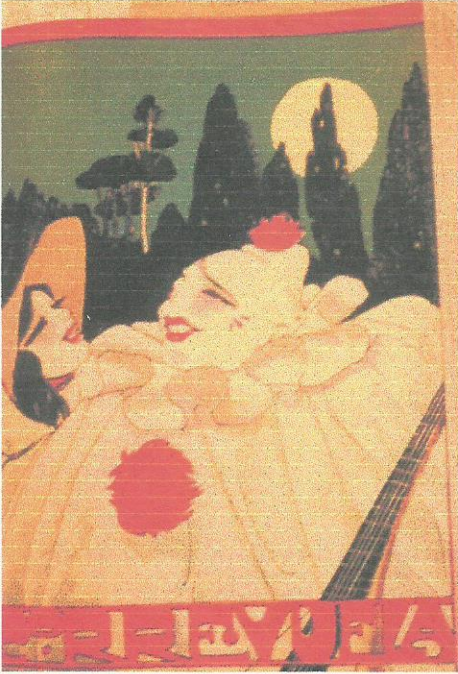


Fig. 23. La Payasa Cha-U-Kao. Cartel. (1896)
Toulouse-Lautrec.

g) “La Ilustración” (Julio, 1904) e “Instantáneas” (edición número 20, 1900).

El corte diagonal, la posición de los troncos de ambos personajes y el trazado de estos (fig.25) refleja claramente el estilo toulousiano (compárese con figura 24) recogido por el dibujante italiano José Foradori, quien llegó a Chile, a principios del siglo XX, con toda la moda europea en materia artística.

La figura 26 exhibe otra portada de la revista Instantáneas. Esta vez el artífice fue el ilustrador A. Fauré, el cual mantiene la característica de una época en donde se resaltó la elegancia y la belleza.

h) “Zig-Zag” (portada del 10 de septiembre de 1905).

“Zig-Zag” (fig. 27) exhibe en su tapa a una bella dama sentada. Su silueta está rodeada por una línea negra, la cual se encarga no solo de estilizar su cuerpo; sino que también divide la imagen en dos. Gracias a dicha separación se destacan dos escenas. Primero está la mujer y en segundo plano un grupo de personas que está bailando. Aquí el centro es difuso porque éste se encuentra ocupado tanto por la joven como por la multitud.



Fig. 25

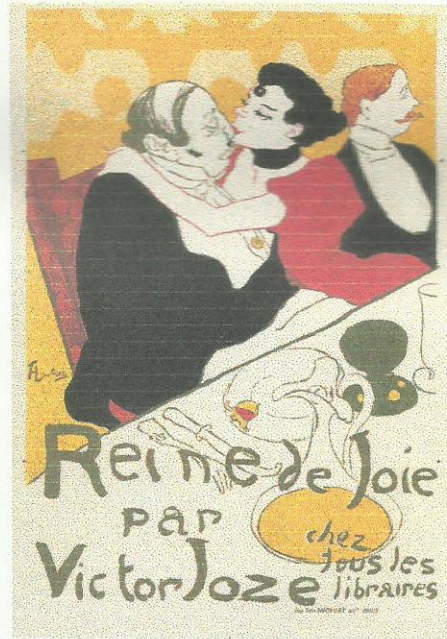


Fig. 24
Reine de Joie. Cartel, 1892.
Toulouse-Lautrec.

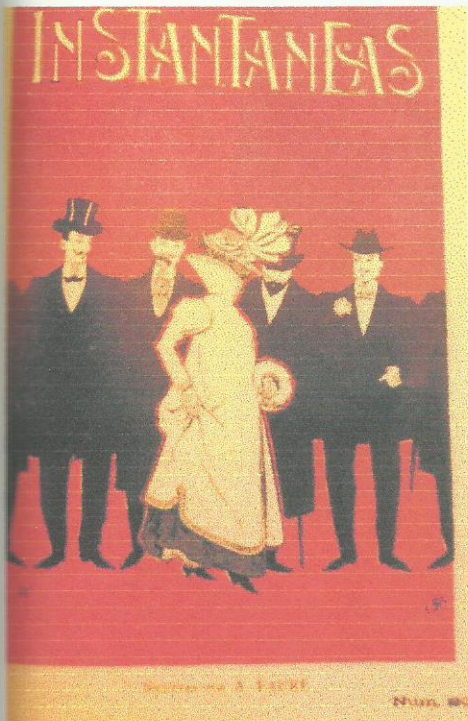


Fig.26



Fig. 27

i) Casa Muzard (publicidad aparecida en la revista "Chile Ilustrado", junio 1904).

La figura 28 muestra un cuerpo sumamente estilizado. Hay que recordar que esta forma de representación fue usada por el pintor japonés Eishi y también por Toulouse-Lautrec. La bella dama, transmite aquí la idea de que no hay mejor lugar donde comprar los muebles que en la "Casa Muzard". Hasta ese entonces, la imagen no tenía relación alguna con el texto; es decir, podía aparecer perfectamente un niño, un hombre o un zapato, ni si quiera el mueble, el que sería más representativo.

Este anuncio es un verdadero cartel - aunque aparezca en una revista- porque está enmarcado. Las puntas superiores están adornadas por trazos ondulados que le dan un toque de elegancia.

Como conclusión de este análisis, puedo indicar que el común denominador que presentan todas estas ilustraciones son las asimetrías de sus dibujos. Las letras, que están sobrepuestas en cada uno de los anuncios, son de distintos estilos y se encuentran muchas veces colocadas en forma desordenada. Todas estas características estuvieron presente en los carteles que realizó Toulouse-Lautrec, a fines del siglo XVIII en Francia, y que fue imitado por los ilustradores extranjeros que estuvieron radicados en Chile en el período estudiado, que comprende los años 1900-1920.

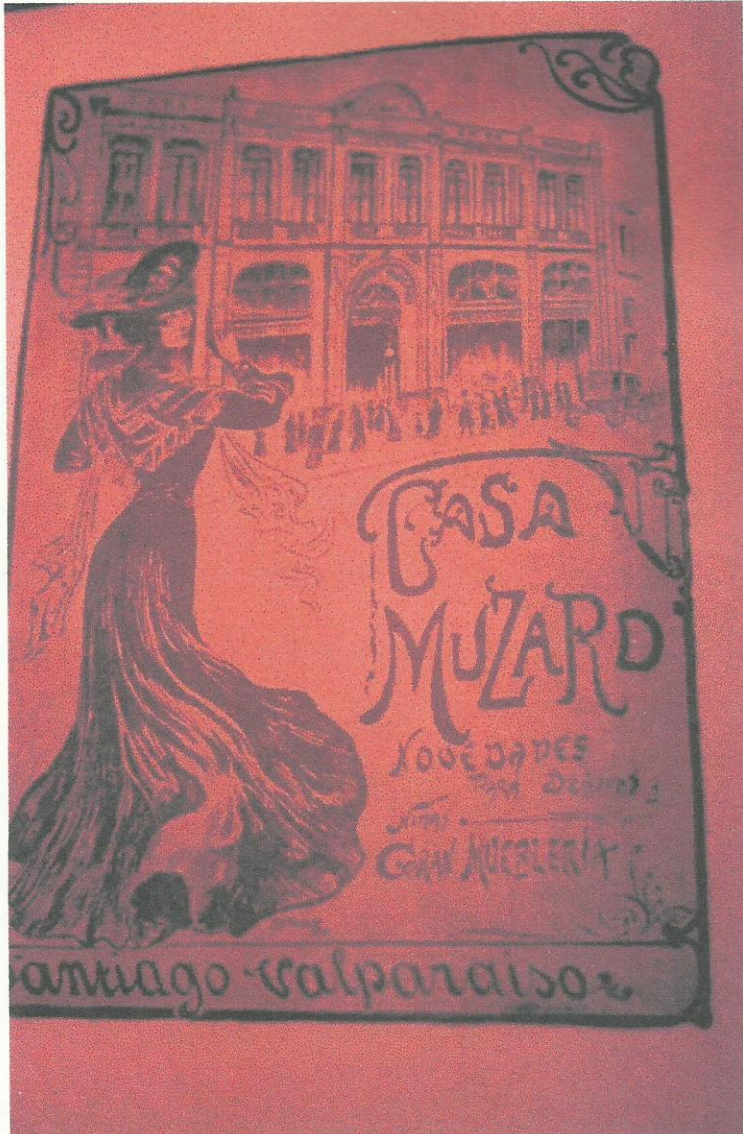


Fig.28

CAPITULO QUINTO

EL CARTELISMO EN CHILE: ¿ UN ARTE QUE PERDURA EN EL TIEMPO?

1.- La evolución del cartelismo desde 1920 en adelante.

Los concursos organizados por la imprenta Barcelona y la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) tuvieron como objetivo, evitar ese afán imitativo que tenían los ilustradores nacionales (1). Hay quienes señalan que gracias a dichas competencias el cartelismo nacional pudo evolucionar y tener su propia identidad.

En 1916 el pintor Otto Georgi ganó el concurso de afiches, realizado por la FECH, que anunciaría la fiesta de la primavera. Isaías Cabezón lo fue durante tres años seguidos; es decir, en 1917, 1918 y 1919. Los temas recurrentes, en aquel entonces, fueron los payasos y las mujeres. Tanto Georgi como Cabezón le dieron al cartelismo una nueva dimensión.(2)

En 1907 se creó la Escuela de Artes Decorativas, no obstante, esta no tuvo mucha importancia.

1 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.96

2 Cfr. Ibídem.

Durante las dos primeras décadas del siglo XX, los afiches publicitarios estuvieron influenciados por el arte europeo. Sin embargo, a partir de 1920, es posible ver que el diseño nacional se alejó de las vanguardias foráneas como el surrealismo, futurismo, cubismo, dadaísmo y constructivismo para retomar su propio rumbo. Es aquí donde hay quienes indican que nace el cartelismo, ya que sus gestores echaron andar la imaginación y finalmente crearon y no copiaron.

A través de los años, el diseño gráfico pasó a ser un oficio de índole utilitario, en donde la libre creación del artista estuvo supeditada a las exigencias del medio.

La Escuela de Artes Aplicadas empezó a actuar en forma autónoma de la Escuela de Bellas Artes; la cual años más tardes - en 1928 - fue cerrada por un decreto dictado por el ministro de educación Pablo Ramírez. Éste envió a un grupo de 30 artistas a perfeccionarse a Europa con el fin de traer nuevas técnicas y conocimientos.(3)

A su vuelta al país, dichos jóvenes formaron - en 1928 - el grupo *Montparnasse*. En él destacaron las figuras de Luis Vargas Saavedra, Henriette Petit, Camilo Mori, Jorge Letelier e Isaías Cabezón.

3. Cfr. Alvarez, P. Op.cit.p.105.

Después de años cerrada, en 1931, se reabrió la Facultad de Bellas Artes, la cual se incorporó a la Universidad de Chile. A pesar de ello, se repitió el mismo problema de siempre: la escasez de dibujantes comerciales.

Las ilustraciones de los avisos publicados, en este período, fueron copiados de revistas extranjeras.

No obstante, algo que ayudó al diseño gráfico a salir de ese estado imitativo fue la depresión mundial (4). Ésta hizo que los ilustradores echaran a volar su imaginación y realizaran anuncios más originales. Los productos empezaron a ser posicionados en el mercado a través de las agencias de publicidad que contaban con dibujantes y diagramadores para realizar ese trabajo.

En la década del cuarenta, el diseño se transformó en un canal de transmisión importante. En 1928, Carlos Bofill abrió la primera oficina de publicidad organizada. Antes, sólo habían funcionado agencias de avisos comerciales.

En tanto, tiendas como “Gath y Chaves” y la “Casa Francesa” realizaron concursos con el fin de que los estudiantes produjeran carteles para sus locales.

4. Cfr. Alvarez, P. Op.cit. p.108.

La Universidad de Chile empezó a enseñar a sus alumnos todo acerca de la elaboración de afiches. Para ello, creó un curso especial en la Escuela de Artes Aplicadas que estuvo a cargo de la pintora Ana Cortés. (5)

“La primera generación de alumnos cartelistas salidos de la Escuela de Artes Aplicadas, con una formación no pictórica o escultórica, focalizó sus trabajos en los mercados de la promoción del salitre, políticas gubernamentales, exposiciones y los consabidos concursos de celebración de las fiestas de la primavera”.(6)

Artistas como George Sauré, Eusebio Riquelme, Nicolás Martínez y Camilo Mori se hicieron famosos en la elaboración de *posters*.

En los años cuarenta, el afiche se había transformado en el mundo entero en un medio de propaganda sumamente efectivo.

En este período, huyendo de la guerra, llegaron numerosos artistas al país como son Kitty Goldmann (austriaca), Francisco Otta (alemán) y Giulio di Girólamo (italiano).

Nuevas técnicas para la elaboración de *posters* aparecieron en esta época, entre ellas; la serigrafía. (7)

Sin duda, el auge del afiche en esta etapa fue impresionante. Ello

5 Cfr. Godoy, A. (1992). *Historia del Afiche Chileno*. Santiago, FONDEC, p.23

6 Alvarez, P. Op.cit. p.111.

7 Léase definición de serigrafía en anexo.

llevó a los artistas gráficos a agruparse en la Escuela Nacional de Artes Gráficas (1940).

El 30 de octubre de 1944 se inauguró la primera exhibición de cartel llevada a cabo por la Unión de Cartelistas de Chile. Figuras como Fernando Ibarra, Julio Bórquez, Olga Chaín y Osvaldo Salas participaron en dicha muestra que se montó en la Sala de Exposiciones de la Universidad de Chile.

La década del cincuenta, en materia de diseño, el modelo estadounidense marcó una clara presencia en el país.

En el sesenta, el desarrollo electrónico - la televisión estaba recién haciéndose conocida en Chile - posibilitó aún más el avance de este arte, que a juicio de muchos, aún estaba en “pañales”. (8)

En 1962, la litografía Marinetti trajo del extranjero la primera máquina offset. Ésta tuvo la particularidad de imprimir a cuatro colores. No obstante, en los años setenta fue donde ésta nueva técnica se hizo popular.

8 Léase comentario de Francisco Otta al respecto en anexo.

1.1 Las décadas del 70' y el 80' y el despegue definitivo del cartel en los distintos ámbitos sociales. El futuro del afiche, la gran interrogante.

A fines de la década del sesenta las distintas universidades contaban con una escuela de diseño. En 1967, la Universidad de Chile impartió por primera vez esta carrera. La Universidad Católica, en cambio, ese mismo año organizó un taller de diseño en donde se le enseñó a los alumnos dos ramos; uno dedicado al diseño gráfico y otro al textil. Gracias a la conformación de ese taller, en 1976, se creó la Escuela de Diseño.

Es a partir de 1970 donde se puede decir que esta profesión comenzó a tomarse en serio. Entre 1968 y 1973 Gui Bonsiepe - diseñador alemán que se radicó en el país - junto a un grupo de alumnos de la Universidad de Chile, coordinaron el grupo de Diseño Industrial del Instituto de Investigaciones Tecnológicas y Corporación de Fomento de la Producción, INTEC - CORFO, para el desarrollo de productos. Gracias a Bonsiepe el diseño fue visto como una disciplina teórica -formativa. (9)

En las décadas anteriores, esta actividad había sido vista más que nada como un arte y eso es lo que hizo Toulouse-Lautrec. El cartel ahora era mirado como algo utilitario y propagandístico.

9 Cfr. Alvarez, P. Op.cit. 137.

Hacia 1969 el mundo vivió una era llena de cambios y luchas sociales. La revolución de mayo del 68' en Francia y el movimiento de las flores, surgido del mítico festival de Woodstock, así lo demostraron. En nuestro continente, específicamente en Cuba, se generó el Movimiento de Unificación Latinoamericana.

La moda hippie, el graffiti y los cómics - todos envueltos en estilos *Art Nouveau* y simbolismo europeo - dieron origen a la postermanía. (10)

Como se ve, el arte del cartelismo sobrevivía en el tiempo, aunque fuera a través de una metamorfosis.

Las nuevas modas, provenientes de occidente, llegaron al país con gran fuerza. Éstas se manifestaron a través de la elaboración de afiches destinados a convencer a la masa de que aprobara la "revolución a la chilena".

Durante la Unidad Popular el cartel se transformó en un medio ideológico importante para transmitir eventos políticos y culturales.

En este período (1970-1973) el diseñador y cartelista, Waldo González, saltó a la fama con sus afiches que produjo para la campaña de la Polla Chilena de Beneficencia, la Feria Internacional de Santiago y el Festival Internacional de la Canción Popular.

10 Cfr. Alvarez, P. Op.cit p.138.

Otros personajes destacados de esta época fueron Alfonso Luco, quien realizó la exposición titulada "Poster de Luco".

La primera generación de diseñadores post-reforma universitaria fueron Luis Albornoz y Hernán Venegas. Albornoz se dedicó a hacer afiches y fundas para discos (11). En tanto, Allan Browne y Víctor Sartori desarrollaron distintos carteles para promocionar la ciudad de Valparaíso.(12)

A estas alturas, esta disciplina comenzaba a tomar su propio rumbo, el cual estuvo ausente por más de medio siglo. Surgieron en esta etapa un sinnúmero de editoriales, revistas y agencias de publicidad que dieron trabajo a aquellos alumnos egresados.

Contribuciones como las de Ximena Ulibarri, Oscar Ríos, Carmen Foncea, Julián Naranjo y Patricio Andrade son dignas de destacar, ya que significaron un aporte a la gráfica nacional.

Pese a que el cartel logró sobrevivir en estas décadas; el surgimiento de la televisión, así como también la no promoción de eventos culturales, durante el régimen militar, originó un estancamiento en el uso del *poster* como elemento propagandístico.

11 Cfr. Alvarez, P. Op.cit.p.141.

12 Cfr. Ibidem Op.cit.p.144.

Ante esto cabe preguntarse lo siguiente: ¿Porqué el afiche se vio debilitado? Sin duda la fotografía tiene gran culpa de ello también, ya que ésta sobrepasó a uno de los medios de difusión más antiguos que existen. A esto se le agrega que durante la Unidad Popular las agencias de publicidad estuvieron cerradas por la pérdida de clientes.

Finalmente, en los noventa, la elaboración de los carteles litográficos se hace a través de la computación; donde el *mouse* reemplazó la mano del artista.

Actualmente, es difícil que los *posters* sobrevivan en las calles de la ciudad, ya que cualquiera puede arrancarlos, rayarlos y hasta romperlos.

Como dice Oscar Ríos, subdirector de la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales, fabricar un cartel hoy es un verdadero *“saludo a la bandera, con un profundo romanticismo, que no tiene ninguna eficiencia comunicativa* (13). *Es un lenguaje arcaico, donde eliges celebrar visualmente algo como oposición al bombardeo de imágenes y a lo cinético de la ciudad”*. (14)

Ximena Ulibarri, diseñadora y directora de Publicidad de la Universidad Católica, señala que *“el afiche está siendo reemplazado por los letreros luminosos, los prismas y las paletas... incluso por los*

13. Suplemento Vivienda y Decoración. *Diario El Mercurio*. Santiago, 26 junio 1999, p.33

14. *Ibidem*.

graffitis”(15). No obstante de esto, en vez de pensar que el cartel está en vías de extinción, agrega que hay que reflexionar “sobre su rol y le permitamos estar donde corresponde, en lugares más cubiertos, con un objetivo claro y con un tratamiento que dignifique y justifique el uso el papel como soporte”(16). La idea está en aprovechar los recursos de la computación, sin dejar que ésta imponga su dominio”. (17)

Esta polémica deja una pregunta abierta ¿ es el cartelismo un arte que perdure en el tiempo? Las opiniones son diversas, sin embargo, es el mismo tiempo quien nos dará la respuesta.

15 Suplemento Vivienda y Decoración. Op cit.p.31.

16 Ibídem Op.cit.p.33.

17 Ibídem.

VI.- CONCLUSIÓN.

El aporte de la imprenta y la litografía, el auge comercial y el progreso urbano e industrial fueron claves para que se desarrollara la publicidad y el cartelismo en Chile. Ambos están muy relacionados porque ninguno de los dos hubiera prosperado sin la existencia del otro.

Aunque en sus comienzos los ilustradores fueron un tanto imitativos - a tal punto de reproducir un cartel de Chéret para el aceite Escudo - hay que rescatar que nunca más se vieron, en las portadas de las revistas santiaguinas, esas verdaderas obras de arte, semejantes al estilo del afiche impulsado por Toulouse-Lautrec en Francia. Al igual que éste, Jules Chéret produjo un número considerable de *posters*; sin embargo, no tuvieron la calidad ni simpleza de los de su colega porque cayó en el rococó y en la utilización de un sinnúmero de colores y letras para transmitir una idea .

Chéret se olvidó de la sencillez que el afiche debe detentar para que no maree al transeúnte. Al momento de diseñar un cartel hay que tener presente que éste debe captar la atención del público en forma rápida; si esto no ocurre, todo esfuerzo y trabajo será en vano.

Otro aporte que hizo Toulouse-Lautrec, al diseño gráfico, fue la bidimensionalidad que fue una característica del arte japonés. Gracias a él esa

técnica se expandió por todo el orbe.

Los dibujantes extranjeros, en su paso por el país, plasmaron en los avisos y portadas de revistas el estilo de Toulouse-Lautrec. Los anuncios chilenos se caracterizaron - en ese sentido - por su simplicidad, lo cual no quiere decir que carezcan de valor estético, sino que muy por el contrario.

Hoy todo este arte parecer haber muerto, la belleza de los anuncios de 1900-1920 fue reemplazada por concepciones más elaboradas y hasta ininteligibles.

El mismo uso de la fotografía y el video en la publicidad hizo que el afiche; en el cual está presente la novedad, lo simple, el humor, lo chocante y por último el ingenio de su creador pasara a un segundo plano.

Actualmente la influencia de la gráfica nacional está en la escuela cubana. Ésta se ha encargado de darle al diseño un nuevo giro más moderno y alejado de lo que pudo ser, en su tiempo, el influjo europeo y norteamericano.

No obstante de ello, los carteles parecen estar en el país en una etapa casi de extinción. Al respecto, las opiniones son diversas, ya que hay quienes indican que lo que sucede es que el uso computador desplazó a la litografía como medio de producción de un cartel. A juicio de Oscar Ríos, hacer un *poster* hoy es “*un saludo a la bandera*” y no deja de tener razón.

VII. Lo romántico, el desinterés comercial y la libre creatividad ya no están presentes en las producciones actuales, en donde prima más que nada el marketing.

Resulta difícil creer que en su momento Toulouse-Lautrec, Chéret, Foradori o Martín tuvieran la posibilidad de exhibir, en sus litografías, casi caprichosamente sus ideas y sentimientos. La cantante Ivette Guilbert siempre se quejó de los dibujos que realizó para ella Toulouse-Lautrec. Ésta en reiteradas oportunidades replicó : *“pero si no soy tan fea”*. Sin embargo, el pintor francés se dio el lujo de representarla como quería. Quizás es allí, en esa libertad absoluta del artista, donde aflore el ingenio artístico y muchas veces la hermosura, la cual nunca más se volvieron a ver en los anuncios comerciales y portadas de las revistas chilenas.

VII.- BIBLIOGRAFÍA.

- Albert, Pierre. *Historia de la Prensa*. Ediciones Rialp, España, 1990.
- Alvarez Caselli, Pedro. *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Tesis para optar al grado de Diseñador Gráfico, Universidad Católica de Chile, Santiago, 1996.
- Arnold, Matthias. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Benedikt Taschen, Germany, 1994.
- Aylwin, Mariana. Bascuñán, Carlos y otros. *Chile en el Siglo XX*, Editorial Emision, Santiago 1986.
- Barnicoat, John. *Los Carteles su Historia y su Lenguaje*. Editorial Gustavo Gili, S.A. , Barcelona, 1972.
- Bofill, Carlos. *La Publicidad en Chile*. Artículo aparecido en "Medio Siglo de Zig-Zag", Editorial Zig-Zag, Santiago, 1955.
- Denvir, Bernard. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Thames and Hudson, London, 1991.
- Dussailant, Jacqueline. *Breve Historia de los Avisos Publicitarios en los Principales Periódicos Chilenos 1850-1920*. Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia, Universidad Católica de Chile, Santiago, 1993.
- El Mercurio. *Sociedad Chilena 1900-2000 Siglo XX*. Santiago, 1998.

- Enel, Françoise. El Cartel: Lenguaje, Funciones, Retórica. Editorial Valencia, 1977.
- Fosca, François. La Pintura Francesa Del Siglo XIX 1800-1870. Ediciones Garriga, S.A, Madrid - Barcelona.
- Frey, Julia. Toulouse-Lautrec A Life. Editorial Phoenix Giants, Great Britain, 1994.
- Godoy, Alejandro. Historia del Afiche Chileno. FONDEC, Santiago, 1992.
- Hillier, J. Japanese Colour Prints. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
- Historia técnica de la Empresa Editora Zig-Zag, Artículo aparecido en “Medio Siglo de Zig-Zag”, Editorial Zig-Zag, Santiago, 1955.
- Ibañez, Marcela. Historia y Publicidad en Chile: 1900-1950. Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia, Universidad Católica de Chile, Santiago, 1996.
- Lésoualc’h, Théo. Pintura Japonesa. Editorial Aguilar, Madrid, 1969.
- Lucie-Smith, Edward. Toulouse-Lautrec. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- Monreal y Tejada, Luis. R.G. Haggart. Diccionario de Términos de Arte. Editorial Juventud, S.A, Barcelona, 1992.

- Pereira Salas, Eugenio. Estudios sobre la Historia del Arte en Chile Republicano. Ediciones de la Universidad de Chile, 1992.
- Retamal Favereau, Julio. Y después de Occidente ¿qué?. Editorial Conquista, Santiago, 1986.
- Satué, Enric. El Diseño Gráfico desde los Orígenes hasta Nuestros Días. Editorial Alianza Forma, Madrid, 1992.
- Satué, Enric. El Diseño Gráfico en España, Historia de una forma Comunicativa nueva. Editorial Alianza Forma, Madrid, 1997.
- Silva Castro, Raúl. Prensa y Periodismo en Chile 1812-1956. Ediciones de la Universidad de Chile, 1958.
- The Drawings of Toulouse-Lautrec. Introduction by Stephens Longstreet. Editorial, Borden Publishing Company, United States, 1966.
- Toulouse-Lautrec. Sociedad Editorial Electa, España, 1994.
- Toulouse-Lautrec. Ediciones Polígrafa, España, 1995.

Plana y Laja, Santiago, años 1900 a 1920.

Diarios. *Papel, Santiago, 1914*

Silva Méndez, Santiago, años 1917 a 1918

- El Mercurio, Valparaíso, Martes 11 de Febrero de 1890.
- El Mercurio, Valparaíso, Miércoles 12 de Febrero de 1890.

- El Mercurio, Suplemento Vivienda y Decoración, Santiago, 26 de junio de 1999.

- El Mercurio, Revista de Libros, Santiago, 21 de Agosto de 1999.

Revistas.

- Corre-Vuela, Santiago, años 1908 a 1920.

- Chile Ilustrado, Santiago, años 1902 a 1905.

- Instantáneas, Santiago, Abril, Mayo, Junio 1900.

- Iris Magazine, Santiago, 1915.

- La Ilustración, Santiago, años 1899 a 1905.

- La Lira Chilena, Santiago, años 1898 a 1905.

- Letras, Santiago, 1909.

- Pacífico Magazine, Santiago, años 1913 a 1920.

- Pluma y Lápiz, Santiago, años 1900 a 1920.

- Pluma i Pincel, Santiago, 1914.

- Silueta Magazine, Santiago, años 1917 a 1918.

- Sucesos, Valparaíso, 1902.

- Zig-Zag, Santiago, años 1905 -1920.

Material adicional.

1. **Cd-Rom:** *Compton's Interactive Encyclopedia*, 1996.
2. **Internet:** *History of the Poster*. www.ucad.fr/pubgb/index.html, 11 de Febrero del 2000.
3. **Internet:** Khaja, Erum. Ben, Goldman. *La belle époque*. www.tamu.edu/mocl/picasso/biog/belle_epoque.html, 25 de Febrero del 2000.
4. **Video:** "*Moulin Rouge*"(1954). Director John Huston's. Actor Principal, José Ferrer.
5. Toulouse-Lautrec: *Leche Caillotté (1894)* Dibujo a color para un poster. Museo Toulouse-Lautrec, ABN. Fuente: Fay, Jeta. Toulouse-Lautrec: A Life. Phoenix/Globe, Great Britain, 1991.
6. José Avell.
7. Kinsinga Umanara: *De-nye apomomata (1795-97)*. 38,1 x 25,4 cm. Londres, British Museum. Fuente: Hiltner, J. Japanese Colour Prints. Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
8. Toulouse-Lautrec: *Artista Beuani en su cabaret*, 1893. Cartel a color, 127 x 92,5 cm. Fuente: Lucie-Saint, Edward. Toulouse-Lautrec. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1999.
9. Avisos publicitarios aparecidos en diario "El Mercurio" de Valparaíso, Martes 11 y Miércoles 12 de Febrero de 1890. Biblioteca Nacional de Chile.
10. Chocolat Despoy. Publicidad aparecida en revista instantánea, Octubre, 1900. Biblioteca Nacional de Chile.

VIII. ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

- 1 Chobunsai Eishi: Cortesana Itsutomi sosteniendo un laúd (1794).
38,1x 25,4 cm. London, Victoria and Albert Museum.
Fuente: Hillier, J. *Japanese Colour Prints*. Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
- 2 Toulouse-Lautrec: Jane Avril. 1899.
Litografía a color, 56 x 36 cm. Musée Toulouse-Lautrec, Albi.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 3 Toshusai Sharaku: El Actor Segawa Tomisaburo como Yadorigi en una interpretación teatral (1794).
36,2 x 23,8 cm. London, British Museum.
Fuente: Hillier, J. *Japanese Colour Prints*. Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
- 4 Utagawa Kunimasa: El actor Ichikawa Ebizo en el episodio Shibaraku en una interpretación teatral (1796).
Fuente: Hillier, J. *Japanese Colour Prints*. Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
- 5 Toulouse-Lautrec: Ivette Guilbert. (1894) Dibujo a color para un poster.
Musée Toulouse-Lautrec, Albi.
Fuente: Frey, Julia. *Toulouse-Lautrec A Life*. Phoenix Giants, Great Britain, 1994.
- 6 Jane Avril.
- 7 Kitagawa Utamaro: De tipo apasionada. (1792-93).
38,1 x 25,4 cm.
London, British Museum.
Fuente: Hillier, J. *Japanese Colour Prints*. Phaidon Press Limited, Singapore, 1994.
- 8 Toulouse-Lautrec: Aristide Bruant en su cabaret. 1893.
Cartel a color, 127 x 92,5 cm.
Fuente: Lucie-Smith, Edward. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- 9 Avisos publicitarios aparecidos en diario "El Mercurio" de Valparaíso, Martes 11 y Miércoles 12 de Febrero de 1890.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 10 Chocolat Despouy. Publicidad aparecida en revista Instantáneas. Octubre, 1900.
Biblioteca Nacional de Chile.

- 11 Té Marca 18. Publicidad aparecida en revista Instantáneas. Noviembre, 1900.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 12 Crema de Oro. Publicidad aparecida en revista Zig-Zag. Enero, 1910.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 13 Soda Prana. Publicidad aparecida en revista Zig-Zag. Febrero, 1910.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 14 Portada de revista Instantáneas. (1900). Dibujo de Juan Martín.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 15 Portada de revista Instantáneas. (1900). Dibujo de Juan Martín.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 16 Portada de revista Corre-Vuela. 9 de Enero de 1918.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 17 Bebida refrescante Frou-Frou. Publicidad aparecida en revista Corre-Vuela, 1915.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 18 Julián Ramos. Publicidad aparecida en revista Instantáneas. Mayo, 1900.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 19 Toulouse-Lautrec: Moulin Rouge: La Goulue. 1891.
Litografía a color, 191 x 177cm.
Fuente: Arnold, Matthias. *Toulouse-Lautrec*. Benedikt Taschen, Germany, 1994.
- 20 Firma del pintor francés Henri de Toulouse-Lautrec
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 21 Aceite Escudo. Publicidad aparecida en revista Pacífico Magazine, 1913.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 22 Los payasos. Zig-Zag, septiembre 1905.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 23 Toulouse-Lautrec: La payasa Assise, Mademoiselle Cha-U-Kao.
Litografía a color, 1896.
Fuente: Denvir, Bernard. *Toulouse-Lautrec*. Thames and Hudson, London, 1991.

- 24 Toulouse-Lautrec: Reine de Joie. 1892.
Cartel a color, 136 x 91cm.
Fuente: Lucie-Smith, Edward. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- 25 Portada de la revista La Ilustración. Julio, 1904.
Dibujo de José Foradori.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 26 Portada de la Revista Instantáneas. Edición número 20, 1900.
Dibujos de A.Fauré.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 27 Portada de la revista Zig-Zag. Septiembre, 1905.
Biblioteca nacional de Chile.
- 28 Casa Muzard. Publicidad aparecida en revista Chile Ilustrado. Junio, 1904.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 29 Aceite Escudo. Publicidad aparecida en revista Pacífico Magazine. Enero, 1913.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 30 Portada de la revista La Ilustración. Junio, 1904.
Dibujo realizado por José Foradori.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 31 Portada de la revista Corre-Vuela. 29 de mayo de 1918.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 32 Portada de la revista La Ilustración. Julio 1904.
Dibujo realizado por José Foradori.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 33 Portada de la revista La Ilustración. Edición número 5, 1904.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 34 Obloidi Benvenuto. Publicidad aparecida en revista Zig-Zag. Septiembre, 1905.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 35 Portada de la revista La Ilustración, 1904.
Biblioteca Nacional de Chile.

- 36 Caricatura de Monsieur Millerand, Ministro de correos y telégrafos de Francia.
Revista Zig-Zag. Febrero, 1910.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 37 Portada de la revista Instantáneas. Número 25, 1900.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 38 Aceite Escudo. Publicidad aparecida en revista Pacífico Magazine, 1913.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 39 Lámparas Tantal. Publicidad aparecida en revista Zig-Zag. Enero, 1910.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 40 Aceite Escudo. Publicidad aparecida en revista Pacífico Magazine. Junio, 1913.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 41 Cápsulas de Nervalina. Publicidad aparecida en revista Zig-Zag. Junio, 1910.
Biblioteca Nacional de Chile.
- 42 Toulouse-Lautrec: Jardín de París. Jane Avril, 1893.
Litografía a color, 130 x 95 cm.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 43 Toulouse-Lautrec: May Milton, 1895.
Litografía a color, 78,5 x 60 cm.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 44 Toulouse-Lautrec: La Revue Blanche. 1895.
Cartel a color 130 x 95 cm.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 45 Toulouse-Lautrec: El inglés en el Moulin Rouge. 1892.
Litografía a color, 47 x 37 cm.
Musée de Toulouse-Lautrec, Albi.
Fuente: Lucie-Smith, Edward. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- 46 Toulouse-Lautrec: El Palco del mascarón dorado. 1893.
Cartel a color, 30,5 x 24 cm.
Musée Toulouse-Lautrec, Albi.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.

- 47 Toulouse-Lautrec: P. Sescou, fotógrafo. 1894-1895
Cartel a color, 60 x 80cm.
Musée de Toulouse-Lautrec, Albi.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 48 Toulouse-Lautrec: Divan Japonais. 1893.
Poster a color, 79,5 x 59,5 cm.
Fuente: Lucie-Smith, Edward. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- 49 Toulouse-Lautrec: Confetti. 1894.
Cartel a color, 54,4 x 39 cm.
Fuente: Lucie-Smith, Edward. *Toulouse-Lautrec*. Editorial Phaidon Press Limited, Singapore, 1998.
- 50 Toulouse-Lautrec: En el concierto. 1896.
Litografía a color, 32 x 25 cm.
Fuente: *Toulouse-Lautrec*. Ediciones Polígrafa, España, 1995.
- 51 Jules Chéret: Bal au Moulin Rouge. Cartel, 1889.
Fuente: Denvir, Bernard. *Toulouse-Lautrec*. Thames and Hudson, London, 1991.

IX. ANEXOS. Definición de cartel, gravado, litografía, fotografía, otros y

artigrafía.

Anexo N° 1. Definición de: cartel, grabado, fotograbado, litografía, offset y serigrafía.

DEFINICIONES QUE SON NECESARIAS PARA TENER UNA COMPRENSIÓN CABAL DEL TEMA.

1) Cartel: De acuerdo a Francisco Esnel, el cartel publicitario - que nació gracias a Jules Cheret - es un medio más completo de lo que se podría pensar. El autor sostiene que el afiche no puede verse como algo publicitario que sirve solamente para generar un tipo de "conducta de compra de bienes y servicios".

No obstante, Esnel no niega que "un cartel atractivo puede ayudar a que un consumidor tome cierta decisión", pero de ahí a reducirlo a algo netamente utilitario sería injustable.

Antes de seguir esbozando una definición, hay que decir que la palabra cartel viene del francés *afficher* que significa "pegar al muro"; en italiano se dice *manifesto*, en alemán *plakat* y en inglés *poster*. Por eso, al decir, cartel, afiche o poster se está hablando de lo mismo, ya que todos aquellos vocablos son considerados como sinónimos.

La definición que da de la palabra cartel Luis Morreal y Tejada en el Diccionario de Términos de Arte, es un texto primario, ya que el autor no lo aborda desde un punto de vista comercial, sino que más bien, resalta los requisitos que debe tener éste para ser efectivo. Esto se resume en una idea clara, vigorosa con formas expresivas y simples, donde está presente el ingenio, humor y el sentido de la oportunidad. Lo chocante será un elemento de gran necesidad en la elaboración de un afiche, ya que éste tiene que llamar la atención.

Los colores que debes estar presentes son simples, sólo un negro, rojo, amarillo o azul.

Morreal agrega que "el diseñador de un buen cartel debe buscar plasmar en su obra simbólicamente importantes que reflejen lo que se quiere publicitar". Asimismo, éste indica que si el poster quiere causar impacto, no debe ser muy detallado. Eso es lo que logró Toulouse-Lautrec, el -cual con libertad creativa- recordamos que él dibujaba lo que él quería sin estar sujeto a pedidos - elaboró afiches que tuvieron la particularidad de ser recordados por todos, debido al uso de "letras informales sobre figuras informales".

2) Fotograbado: a) Conjunto de procedimientos que permiten obtener planchas de impresión; b) Lámina grabada o estampada por este procedimiento.

DEFINICIONES QUE SON NECESARIAS PARA TENER UNA COMPRENSIÓN CABAL DEL TEMA.

1) Cartel: De acuerdo a Françoise Enel, el cartel publicitario - que nació gracias a Jules Cherét - es un medio más complejo de lo que se podría pensar. El autor sostiene que al afiche no puede vérselo como algo publicitario que sirva solamente para generar un tipo de "*conducta de compra de bienes y servicios*".

No obstante, Enel no niega que "*un cartel atractivo puede ayudar a que un consumidor tome cierta decisión*", pero de ahí a reducirlo a algo netamente utilitario sería lamentable.

Antes de seguir esbozando una definición, hay que decir que la palabra cartel viene del francés *afficher* que significa "pegar al muro", en italiano se dice *manifesto*, en alemán *plakatt* y en inglés *poster*. Por eso, al decir, cartel, afiche o poster se está hablando de lo mismo, ya que todos aquellos vocablos son considerados como sinónimos.

La definición que da de la palabra cartel Luis Monreal y Tejada en el Diccionario de Términos de Arte, es un tanto primaria, ya que el autor no lo aborda desde un punto de vista comercial, sino que más bien, rescató los requisitos que debe tener éste para ser efectivo. Esto se resume en: una idea clara, vigorosa con formas expresivas y simples, donde esté presente el ingenio, humor y el sentido de la oportunidad. Lo chocante será un elemento de gran necesidad en la elaboración de un afiche, ya que éste tiene que llamar la atención.

Los colores que deben estar presentes son simples, ojalá un negro, rojo, amarillo o azul.

Monreal agrega que "*el diseñador de un buen cartel debe buscar plasmar en su obra simbolismos importantes que reflejen lo que se quiere publicitar*". Asimismo, éste indica que si el *poster* quiere causar impacto, no debe ser muy detallado. Eso es lo que logró Toulouse-Lautrec, el cual con libertad creativa - recordemos que el dibujaba lo que el quería sin estar sujeto a pedidos - elaboró afiches que tuvieron la particularidad de ser recordados por todos, debido al uso de "letras informales sobre figuras informales".

2) Fotograbado: 1 Conjunto de procedimientos que permiten obtener planchas de impresión./ 2 Lámina grabada o estampada por este procedimiento.

3) Grabado: Arte de trazar un dibujo sobre una plancha de madera o metal mediante incisiones, de tal modo que entintándola se pueda estampar con ella el dibujo sobre papel u otra superficie en múltiples ejemplares. Son varias las técnicas de grabado, unas estrictamente manuales y otras con la ayuda de ácidos que atacan la plancha.

***La estampa japonesa** - que es una hoja de papel donde está impreso un grabado - tuvo su origen en China en el siglo IV a.C. y fue introducido en el Japón en el siglo VIII. El primer libro de estampas data de 1660 y fue realizado por Hishikawa Moronobu. Las ilustraciones de libros y estampas han sido desde siempre grabadas en madera de cerezo. Primero se dibuja el modelo en una hoja transparente de papel de arroz; después el grabador lo traslada a la superficie de madera donde comienza por delimitar el negro y el blanco, rebajando la madera en los dos bordes del trazo con un cuchillo. Al transportar el dibujo sobre la plancha, hay que cuidar que quede un margen en esta, a fin de poder grabar en él la señal para la tirada. Los colores que deban emplearse, están diluidos en agua, de modo que no brillen sobre el papel y formen cuerpo con él. Para dar la tinta, se añade un poco de cola de arroz al color y se pasa por la plancha de hilo de la madera, con una brocha gorda. Los colores utilizados son vegetales. La corteza de los árboles proporciona a los artistas japoneses, desde los orígenes de la pintura, varios colores.

4) Litografía: Del griego *lithos* piedra; *grapho*, escribir. Procedimiento de impresión basado en la mutua incompatibilidad de la grasa y el agua, la propiedad de algunas piedras calcáreas para absorber y retener el agua y la disposición de las sustancias grasas para adherirse a dichas piedras. La piedras, usadas antes en litografía (ahora se suelen usar planchas de metal) eran bloques rectangulares de calidad oolítica, de un color crema amarillento a un gris pardo, que se hallan en muchos sitios, pero especialmente cerca de la casa del inventor, Aloysius Senefelder (1771-1834), en el distrito Pappenheim-Kellheim de Baviera. Podían ser pulimentadas (pulidas) hasta darles una sedosa tersura, o bien lograr una textura o grano, que las hacen igualmente aptas para dibujar sobre ellas con una tinta litográfica o con tiza. Generalmente las piedras tienen un ancho de 5 a 10 cm de grueso y varía su tamaño, que puede alcanzar más de un metro de longitud. Se afinan hasta que estén perfectamente lisas, se redondean las esquinas y se acaba puliendo la superficie con piedra arenisca, piedra pómez y agua. Así preparadas son muy sensibles a la grasa y la toman con gran facilidad. El dibujo se ejecuta con pincel o pluma y tinta litográfica sobre superficie pulida, o con tiza o lápiz sobre superficie granulosa. El paso siguiente consiste en insensibilizar las partes de la superficie que no han sido dibujadas, aplicando una solución

diluida de ácido nítrico y goma arábica, la cual evita que tomen la tinta grasa del rodillo, se mete en el grano de la piedra y, a causa de su afinidad con el agua, asegura una superficie uniformemente húmeda. Después de mojar la piedra, se pasa sobre ella un rodillo con tinta oleosa de imprenta; se pone sobre ella una hoja de papel cubierta por otras hojas de desecho y luego el tímpano de metal puesto encima pasa por el tórculo a presión. Este método directo es el usado por los litógrafos para producir pruebas artísticas.

Además de esta elaboración artesana que incluye a la litografía entre las técnicas del grabado, pronto halló aplicaciones comerciales, que exigían una producción más rápida y más económica, por lo que se sucedieron los progresos técnicos: invención de una máquina de carro ancho movida a vapor, capaz de tirar 800 pruebas por horas (por Sigle en 1853), uso de planchas de metal, aplicación del color, invención de una máquina rotativa para litografía usando planchas de aluminio, el método llamado *offset* y el desarrollo de la fotolitografía. Todo ello se usa en la impresión de libros, carteles y folletos de propaganda.

* Acotación: La forma de impresión, usada por Toulouse-Lautrec, está vigente en la actualidad para litografías de arte fino.

5) Offset: Procedimiento de impresión derivado de la litografía, en el que la estampación no se hace directamente de la plancha, sino de un rodillo de goma, que toma la impronta del grabado al pasar a presión sobre la plancha y la transporta al papel. Desde su invención en 1875 ha sido objeto de muchos perfeccionamientos, y hoy se usa como proceso industrial en gran escala.

6) Serigrafía: Procedimiento de estarcido (estampado) que implica la separación de colores que componen un diseño, la preparación de una serie de patrones que se fijarán a las tramas uno por uno con cola para impermeabilizar o se reproducirán fotográficamente sobre la trama impregnada de una emulsión sensible a la luz, y la impresión sobre una superficie de papel, metal u otra materia. Las tramas consisten en fuertes marcos de madera, de cinco o seis centímetros de grueso, sobre los que se tensa tela de seda para formar una especie de bandejas a través de las cuales se puede filtrar un pigmento semilíquido. Este método es relativamente moderno y ahora se usa para fines de arte comercial e industrial.

FUENTES:

Diccionario El Pequeño Larousse en Color. Larousse, S.A. México, 1996.

Diccionario de Términos de Arte, Luis Monreal y Tejada R.G.Haggar, 1992, Barcelona

Anexo N° 2. Otros avisos y portadas de revistas chilenas que tuvieron la influencia del pintor.

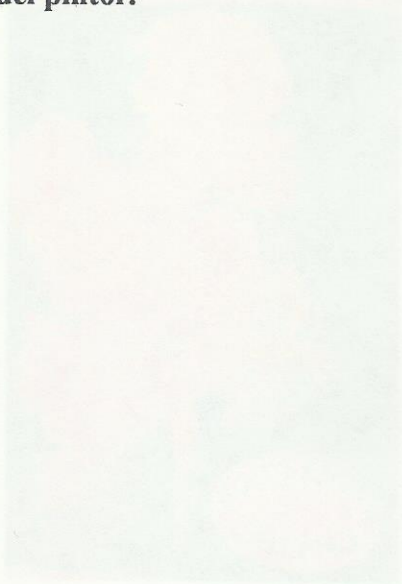


Fig. 20
La copia llegó a tal punto
que sería imposible reproducir un
poco de Chirri

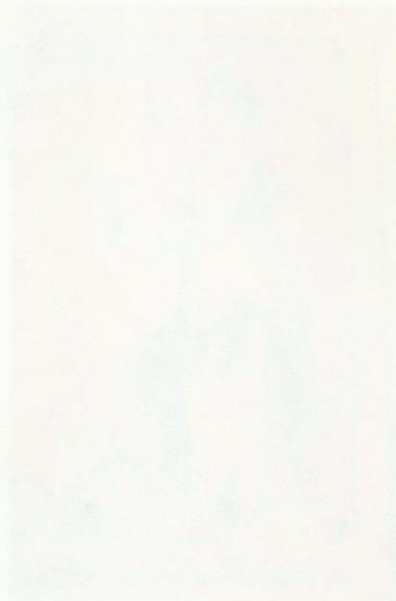


Fig. 21

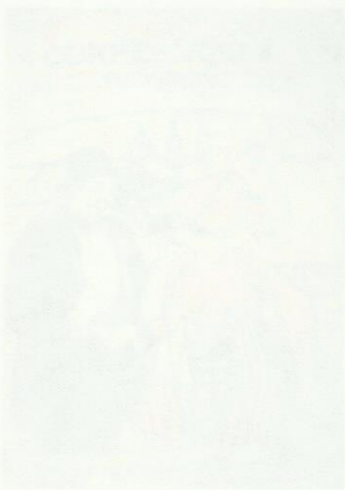


Fig. 22



Fig. 23

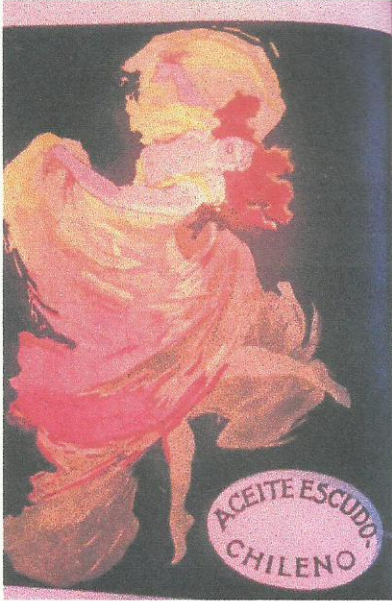


Fig. 29
La copia llegó a tal punto
que aceite Escudo reprodujo un
poster de Chéret



Fig. 30



Fig. 31



Fig. 32

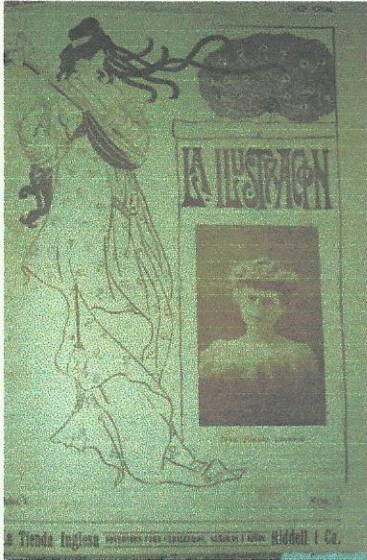


Fig. 33

Fig. 34

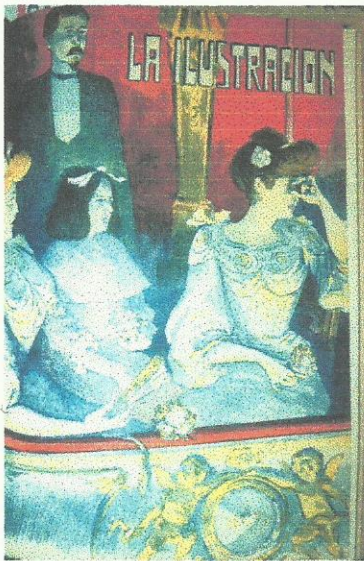


Fig. 35

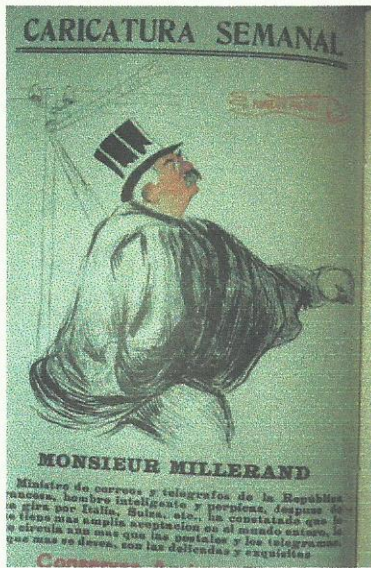


Fig. 36

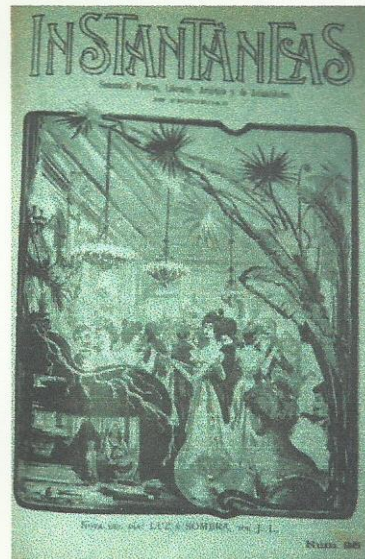


Fig. 37

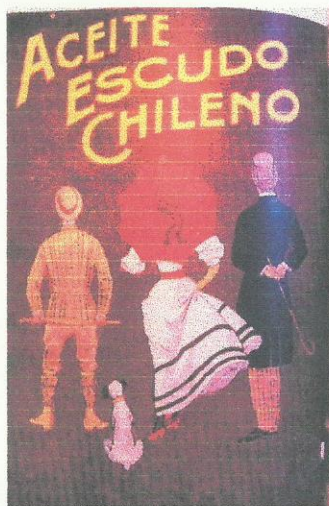


Fig. 38

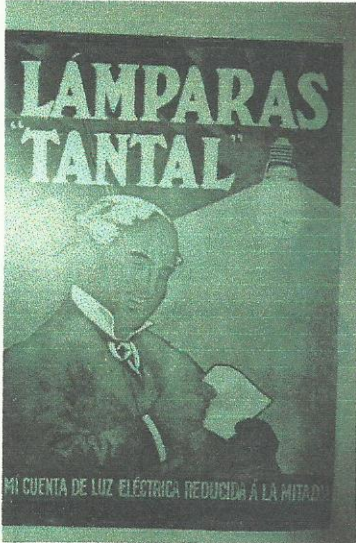


Fig. 39



Fig. 40
El tema japonés no estuvo ausente en la publicidad chilena.



Fig. 41

Anexo N° 3. Algunos carteles realizados por Toulouse-Lautrec / Poster de Jules

Chéret.



Fig. 42

Jardin de Paris. Jour Avril, 1893.
Toulouse-Lautrec.



Fig. 43

May 15th, 1893.
Toulouse-Lautrec.



Fig. 44

La Revue Blanche, 1895.
Toulouse-Lautrec.

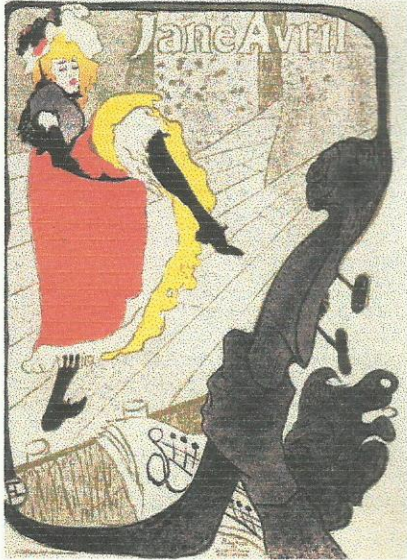


Fig. 42
 Jardin de Paris. Jane Avril, 1893.
 Toulouse-Lautrec.



Fig. 43
 May Milton, 1895.
 Toulouse-Lautrec.

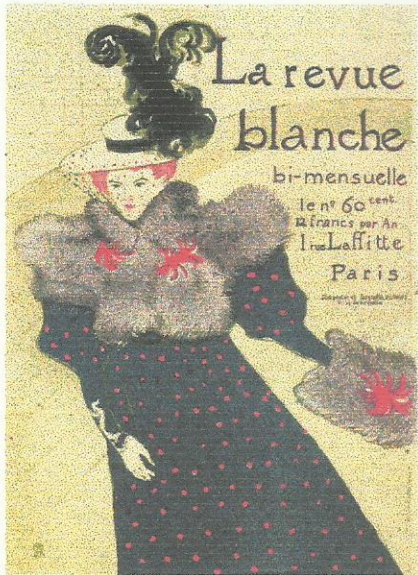


Fig. 44
 La Revue Blanche, 1895
 Toulouse-Lautrec.

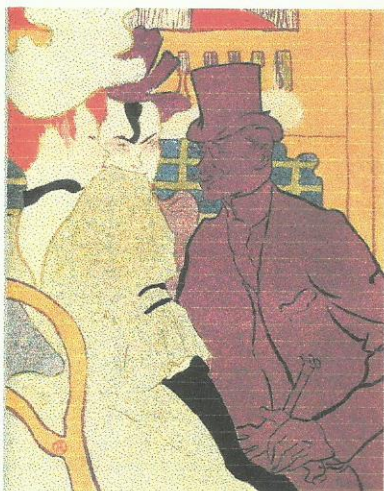


Fig. 45 El inglés en el Moulin Rouge.
1892.
Toulouse-Lautrec.

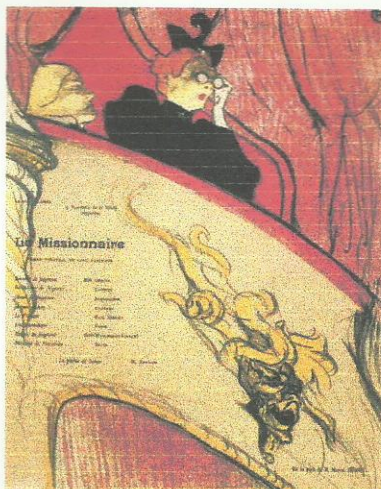


Fig. 46 El Palco del mascarón dorado.
1893.
Toulouse-Lautrec.



Fig. 47 P. Sescou, fotógrafo.
1894-1895.
Toulouse-Lautrec.



Fig.48 Divan Japonais, 1893.
Toulouse-Lautrec.

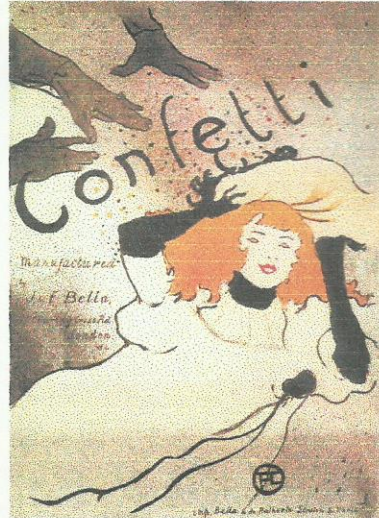


Fig.49 Confetti, 1894.
Toulouse-Lautrec.



Fig. 50 En el concierto, 1896.
Toulouse-Lautrec.



Fig. 51.
Bal au Moulin Rouge, 1889.
Jules Chéret.

Anexo N° 4. Comentario del diseñador gráfico, Francisco Otta, sobre el afiche chileno en los años 40'.

Mis recuerdos sobre el afiche en Chile llegan hasta principios de 1940. En esta época nadie tenía ni en serio al afiche y tampoco a nadie se le ocurría que lo que se ve impreso, anteriormente alguien más que diseñarlo. Erantz muy pocos los que realmente hacíamos afiches: prácticamente no existía ninguna, con excepción de los callígrafos profesionales, que estaban instalados en una docena o tres locales frente al lugar de Compañía, es allí donde se encargaban trabajos, como ser tarjetas de visitas, diplomas o tarjetas de invitación, todo ello muy bien manuscrito "a mano" en caligrafía inglesa, con pluma, bolígrafo de resaca y todo lo demás.

En ese momento, recién iniciado la Guerra Mundial II, llegamos varios artistas gráficos a Chile, algunos polidisciplinarios puros, otros (como yo) partiendo de la pintura. 1940-50 me tocó crear muchísimos afiches.

En esos años todavía los afiches se imprimían en litografía pura, es decir con piedras litográficas, que eran una tremenda piedra liza que había que trasladarla con un carrito hasta la mesa de dibujo. En la imprenta (Boffi, Universo, Kroyer etc) un litógrafo contratado tuvo que calar el dibujo en las diferentes piedras (obviamente una por color) y usar de imita los efectos de pincel. Ya que mis afiches en general tenían partes pintadas con "pincel seco", muchas veces me tuve que apersonar en la imprenta para pintar esas partes directamente en la piedra. A principio me miraban con desconfianza, por irme al taller de la imprenta, pero pronto se dieron

Opinión del diseñador gráfico, Francisco Otta, sobre el afiche chileno en los años 40'.

Mis reminiscencias relacionadas con el affiche en Chile llegan hasta principios de 1940. En esta época nadie tomó muy en serio al affiche y tampoco a nadie se le ocurrió que lo que se ve impreso, anteriormente alguien tenía que diseñarlo,.. Eramos muy pocos los que realmente hacíamos affiches; prácticamente no existía letrística, con excepción de los calígrafos profesionales, que estaban instalados en unos dos o tres kioscos frente al Juzgado en Compañía: es allí donde se encargaban trabajos, como ser tarjetas de visitas, diplomas o tarjetas de invitados, todo ello muy bien manuscrito "in situ" en caligrafía inglesa, con rúbricas, colitas de chancho y todo lo demás .

En ese momento, recién iniciada la Guerra Mundial II, llegamos varios artistas gráficos a Chile, algunos publicistas puros, otros (como yo), partiendo de la pintura . 1940-50 me tocó crear muchísimos affiches.

En esos años todavía los affiches se imprimían en litografía pura, es decir con piedras litográficas, que eran una inmensas piedras las que había que trasladarlas con un carrito hasta la mesa de dibujo. En la imprenta (Bofill, Universo, Kegan etc) un litógrafo contratado tuvo que calcar el dibujo en las diferentes piedras (obviamente una por color) y trató de imitar los efectos de pincel . Ya que mis affiches en general tenían partes pintadas con "pincel seco", muchas veces me tuve que apersonar en la imprenta para pintar esas partes directamente en la piedra. A principio me miraron con desconfianza , por meterme al taller de la imprenta, pero pronto se dieron

cuenta que no solo las intenciones eran buenas, sino que también los resultados.

En aquellos años los dioses del affiche internacional eran: CASSANDRE, COLIN, CARLU, CAPIELLO Y CARIGIET, todos con "C" Y ya que el más famoso de ellos, Cassandre, hacía algunas partes con aerógrafo, aquí en Chile todos empezaron a pintar todo el affiche con pistola. Claro que el resultado fue una composición acartonada, sin la vida que solo puede darle el pincel.

La historia del affiche en Chile me parece ser bastante accidentada. Por un lado está el aspecto financiero: por mucho tiempo era sumamente caro imprimir un affiche. El formato usual era el medio-mercurio. El gremio de los trabajadores gráficos siempre era muy bien organizado y con cada huelga hubo que aumentar los sueldos. En cambio para el artista / diseñador quedó muy poco del presupuesto, ni tampoco de tiempo disponible para su creación...

Todo esto cambió radicalmente con el advenimiento masivo del OFFSET y más aún, con el surgimiento de la SERIGRAFÍA, ya que de ese entonces para adelante era posible económicamente, encargar pequeños tirajes y mayor número de colores.

Por el otro lado, la temática del affiche: en la antigua democracia, todos los afiches políticos se hacían con el retrato del candidato. Costó un triunfo convencerlos a los encargados que un argumento gráfico podría ser más eficiente que el aburrimento de los rostros más o menos fotogénicos. Por suerte, también este aspecto ha sido superado.

La tercera faceta de la historia tiene que ver con la protección del affiche. Antiguamente no había ninguna: No existía ningun lugar en donde

estuviese seguro, cualquiera podía arrancarlo o pegarle otro encima. A las tiendas tampoco gustaba mucho recibir affiches para exhibirlos, ya que les quitaba espacio para mostrar mercadería. Más encima apareció una ley que exigía el pago de un impuesto a la publicidad y, entonces, el encargado de cobrarlo, pegaba un timbre, feo y grande, en medio del diseño, sin importarle la estética, si se trataba de una linda niña o de un blanco dentro de la composición.

Actualmente, con las vitrinas especiales en el Metro y en sitios reservados para anuncios culturales, la situación está solucionada.

En nuestro siglo de explosión informática, no creo en la existencia de estilos locales, ni en la plástica pura ni en el “affiche chileno”. Eso sí que en Chile hay muy buenos affichistas, algunos con ideas bastantes originales y con un cabal oficio. Doy por superado el tiempo durante el cual se dibujaba con “las tijeras en la mano”, en vez del lápiz. Naturalmente, aún así, este país está incorporado al mundo contemporáneo y abierto a influencias del exterior en todas las manifestaciones de la vida.

En cuanto a las inspiraciones estilísticas, creo que son varios los estilos internacionales los que marcaron el affiche en Chile: primero el SURREALISMO y el CUBISMO, y en las últimas décadas, el POP y el CONCEPTUALISMO.

Las respuestas a las preguntas relacionadas con el impacto de affiche en la sociedad y en la estética, me parecen obvias, o sea: pretende influir (y a menudo lo consigue) en el quehacer, los gustos y las opiniones del público. Y en lo estético, también logra su objetivo al entrar por la vista, educando la

percepción visual y la apreciación del arte aplicado a la vida de cada día.

Sept. / Octubre de 1992.

Francisco Otta.

Diseñador Gráfico.