

Manifestaciones gráficas posmodernas en el Chile de los 90

Postmodern graphic manifestations in 90's Chile

Resumen. Este artículo responde a una investigación que aborda el análisis de piezas gráficas elaboradas en Chile durante la década de los noventa, a la luz de la teoría posmoderna, con el objetivo de evidenciar una cierta sensibilidad en las prácticas y discursos de dichos años, y que coincidieron con la incorporación del computador en el ámbito productivo del Diseño, manifestándose en la utilización de nuevos códigos en los productos de comunicación visual.

Estos documentos fueron analizados a partir de su particular contexto sociopolítico y cultural, a saber: la transición a la democracia, un período crucial en la historia más reciente del país.

De acuerdo con la investigación, el restablecimiento de un orden democrático y la inserción del país en una cultura globalizada fueron factores que propiciaron una apertura de Chile al mundo, permitiendo el ingreso de nuevas influencias, las cuales se tradujeron en la adopción de prácticas asociadas al posmodernismo internacional como el collage, el eclecticismo y el pastiche, aplicadas en publicaciones juveniles, afiches y catálogos, entre otros.

Palabras clave: diseño en Chile, diseño gráfico, posmodernismo, tecnologías digitales

Abstract. This article responds to a research that deals with the analysis of graphic pieces made in Chile during the 90's, in the light of postmodern theory, with the aim of showing a certain sensitivity in the practices and discourses of those years, which coincided with the incorporation of the computer in the productive field of design, manifesting itself in the use of new codes in visual communication products.

These documents were analyzed from their particular sociopolitical and cultural context, namely: the transition to democracy, a crucial period in the country's most recent history.

According to the research, the reestablishment of a democratic order and the insertion of the country in a globalized culture were factors that propitiated an opening of Chile to the world, allowing the entrance of new influences, which resulted in the adoption of practices associated with the international postmodernism such as collage, eclecticism and pastiche, applied in youth publications, posters and catalogs, among others.

Keywords: design in Chile, digital technologies, graphic design, posmodernism

Financiamiento: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes a través del Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, Línea de Fomento al Diseño, Convocatoria 2016, folio n°215279.

Fecha de recepción: 06/07/2018

Fecha de aceptación: 29/10/2018

Cómo citar: Neira Román, A. (2018)

Manifestaciones gráficas posmodernas en el Chile de los 90. RChD: creación y pensamiento, 3(5), 1-16.

DOI: 10.5354/0719-837X.2018.51685

Revista Chilena de Diseño,

rchd: creación y pensamiento

Universidad de Chile

2018, 2(3)

<http://rchd.uchile.cl>

Introducción

A pesar de que la historia del Diseño ha teorizado respecto a una gran variedad de etapas y procesos de larga data en el país, el énfasis ha estado puesto en las décadas de 1960 y 1970. Temáticas como el Movimiento Moderno y su adopción en Chile han sido un tema recurrente de estudio.

Así, se detecta un vacío en la historia de la disciplina que tiene que ver con un período más reciente, desde la década de 1980 en adelante, el cual considera acontecimientos como la transición de una dictadura militar hacia un gobierno elegido democráticamente. Dicho contexto político y sociocultural admitió su desarrollo y la elaboración de piezas gráficas que dan cuenta de una sensibilidad que identificaremos como posmoderna, entendida como una que desestima las normas impuestas por el Movimiento Moderno, alejándose de su racionalidad y pragmatismo, para dar paso a nuevos códigos gráficos más expresivos y coloridos, abiertos a influencias externas provenientes de una cultura globalizada, y propiciada también por el surgimiento de nuevas tecnologías digitales que brindaron diversas herramientas de trabajo, lo que marcó un antes y un después en la historia del Diseño. Sin embargo, en relación a lo anterior surgen las interrogantes: ¿qué entendemos por posmodernismo? ¿Cómo se relaciona con el Diseño gráfico?

El término surge en el contexto internacional a finales de la década de 1960, principalmente asociado a ámbitos como la Filosofía y la Sociología, y es también sujeto de estudio en ramas de las Artes escénicas y proyectuales como la Arquitectura y el Diseño. Si bien hay una vasta variedad de autores que han hecho referencia al debate, un rasgo que pareciera ser transversal a los diversos estudios es la caracterización del período a partir de la pérdida de fe en el progreso de la humanidad por medio del desarrollo de la ciencia y la razón, ideal impuesto por la Ilustración. El filósofo francés François Lyotard, quien analizaría el fenómeno en su libro *La condición postmoderna: informe sobre el saber*, se refirió a esto como la caída de los metarrelatos, lo que se entiende por grandes proyectos teleológicos que apuntan a la plenitud del hombre (1987). De acuerdo con el autor, la posmodernidad consistiría precisamente en la inviabilidad de dichos metarrelatos, los cuales identificó como el cristianismo, el iluminismo, el marxismo y el capitalismo.

Así también, académicos como Óscar Ríos hablan de “una suerte de desdén, una pérdida de norte, donde los ídolos de la modernidad se agotan” (comunicación personal, octubre 2014), descripción que alude al interés de la modernidad de generar cosas nuevas en pos de un mundo mejor, el cual en la posmodernidad es dejado de lado, aceptándolo tal y como es. Se articula entonces “un desencanto de la modernidad que es precisamente la posmodernidad, donde aparece un elemento crucial que es vivir de la cita, no producir una propia” (Óscar Ríos, comunicación personal, octubre 2014).

David Harvey profundizaría en esta idea, argumentando que:

(...) al evitar la idea del progreso, el posmodernismo abandona todo sentido de continuidad y memoria históricas, a la vez que, simultáneamente, desarrolla una increíble capacidad para entrar a saco en la historia y arrebatarle todo lo que encuentre allí como si se tratara de un aspecto del presente (1998, p.72).

En este entendido, autores de la posmodernidad recurren al culto del pasado, a la cita a diversas modas y personajes, con el fin de crear a partir de ello. Es así como “la originalidad, en el sentido imperativo moderno de crear algo nuevo, deja de ser un objetivo (...) el objeto posmoderno *problematiza* el significado, ofrece múltiples puntos de acceso y está lo más abierto posible a la interpretación” (Poynor, 2003, p.12).

Por otro lado, la posmodernidad trae consigo un cambio en el campo cultural, el cual tuvo sus repercusiones en los productos que de él se desprenden. Esto quedó definido por el autor José María Cerezo, quien estableció:

(...) lo real, la multiplicidad de realidades, lo virtual, la sustitución del libro impreso por las pantallas de televisión, el tránsito del logocentrismo al iconocentrismo, la significación de las tecnologías de la información, la comunicación, el consumismo, la desconstrucción del lenguaje, todos ellos asuntos básicos de la postmodernidad son, evidentemente, algo más que el contexto cultural donde se desenvuelve nuestro trabajo: afectan directamente a cuestiones medulares del diseño gráfico (1997, p. 74).

Así entonces, tanto en el ámbito del Diseño como de la Arquitectura, se comienzan a ver prácticas que se van a alejar de la racionalidad alguna vez impuesta por el Movimiento Moderno. A partir de citas y diseños que se abrieron a la gestualidad y a una amplia paleta cromática, se dio paso a expresiones culturales híbridas, símbolo de una sociedad globalizada. Incluso en algunos casos del contexto internacional, esta nueva tendencia tuvo relación directa con las teorías posmoderna y posestructuralista, en las que se utilizaban los estudios del lenguaje como una base para llevar a cabo experimentos visuales, caso de la Cranbrook Academy of Arts, dirigida en los años 70 por Katherine y Michael McCoy.

Sin duda, un factor que propició el desarrollo de una estética posmoderna, fue el lanzamiento del computador personal Apple Macintosh 128k en 1984, un dispositivo que destacaría por su Interfaz Gráfica de Usuario, la cual permitió su uso a personas ajenas al mundo de la programación.

Su incorporación en el área productiva del diseño trajo consigo atributos que facilitaron los procesos productivos y de toma de decisiones. Entre ellos, se encuentran los *software* de autoedición, que permitieron la creación de maquetas que podrían ser impresas en pequeña o gran escala, y facilitaron la manipulación de texto e imagen de una forma antes impensada. Por otro lado, funciones como “deshacer” favorecieron el ahorro de recursos a la hora de idear maquetas y prototipos de ediciones gráficas.

Finalmente, el computador permitió al diseñador acercarse a procesos que anteriormente eran realizados por distintas especialidades:

(...) la industria gráfica era una cosa donde un tipo pensaba la idea, otro la dibujaba, otro la ilustraba, otro la coloreaba, otro hacía la tipografía y otro pasaba a la producción (...) era un tránsito por muchos departamentos para, por ejemplo, llegar al diseño final de una portada; lo más atractivo de eso era ser el Director de Arte, el jefe del proceso. Sin embargo, Apple bota todo eso a la basura, dice: ‘no, una sola persona, tú ves todo eso’. Es increíble (Patricio Pozo, comunicación personal, septiembre 2014).

En consecuencia, se supuso un cambio de roles en la cadena productiva, donde indudablemente, una de las especialidades más afectadas fue la de la Tipografía. Si bien, previo a la revolución digital se requería de un despliegue importante y, en general, bastante inaccesible para poder desarrollarse en el ámbito, con el computador personal el proceso se democratizó y se facultó a los diseñadores para proyectar sus propias fuentes, ahora en el contexto de las nacientes fundiciones digitales.

Ahora bien, ¿cómo llegó la sensibilidad posmoderna a América Latina y Chile? En la región, es posible ver los primeros debates en torno a la posmodernidad en ámbitos como la Sociología y la Filosofía a mediados de la década de 1980. En Chile, esto fue por medio de autores como José Joaquín Brunner, Norbert Lechner y Martín Hopenhayn, por mencionar algunos.

Más cercano al ámbito del arte, el fenómeno fue abordado por autoras como Nelly Richard y llevado a un público más amplio a partir de medios comunicacionales como la *Revista de Arte UC*, revista *AUCA*, y el cuerpo “Artes y Letras” de *El Mercurio*.

En contraste, en el área particular del diseño, el debate fue escasamente estudiado. A pesar de ello, es posible encontrar académicos como Óscar Ríos que han analizado la tendencia. Sin embargo, el influjo posmodernista vino principalmente de referentes internacionales por medio revistas, espacios comerciales y profesionales que tuvieron la oportunidad de desenvolverse en países en que la tendencia estaba en boga, como Estados Unidos o alguna nación europea.

La investigación aborda la tendencia posmoderna en dos frentes. Primero, a partir del material desarrollado en el contexto de la contracultura de la dictadura militar, el cual, por medio de una búsqueda de la rearticulación del ámbito cultural, se apropió de códigos del posmodernismo internacional como el *collage* y el *pastiche*; y segundo, a partir de productos de comunicación visual del “diseño oficial” en los años noventa en Chile, que dispuso de códigos gráficos de moda en el contexto internacional. Para efectos de este artículo, se profundizará en la década de 1990 y lo acontecido en la disciplina luego del establecimiento del gobierno democrático en el país.

Metodología

Debido a la escasez de estudios respecto al tema en Chile, la investigación fue llevada a cabo a partir de un estudio cualitativo, metodología que considera prácticas que permiten “conocer la realidad desde una perspectiva de *insider*” (Ruiz, 2003, p.17), para lograr una comprensión del otro y de sus representaciones sobre la realidad social, y admitir la descripción de un período determinado.

Este ejercicio se hizo mediante el análisis de imágenes en tanto a “evidencias”, cuyo valor reside tanto en lo histórico como en lo estético, convirtiéndose en el principal objeto de estudio de la investigación.

Así, se realizó un estudio de fuentes primarias: por una parte, se ejecutó una pesquisa en bibliotecas, archivos y ferias libres que permitió la adquisición de imágenes, de las cuales se digitalizaron las más relevantes para la investigación. Luego se establecieron criterios para la creación de un archivo y se procedió al análisis de dichos documentos. Del mismo modo, se entrevistó a actores con información relevante respecto al desarrollo de la tendencia en el país. Por otra parte, se hizo una revisión de fuentes secundarias a partir de una lectura bibliográfica en torno al tema, para luego dar pie al análisis y redacción del texto final.

Desarrollo y Resultados

En la década de 1990, Chile se insertó en un proceso de cambios políticos y sociales más conocido como la “transición a la democracia”, período que se inició con el gobierno de Patricio Aylwin, el primer presidente elegido democráticamente luego de diecisiete años de dictadura. A pesar de las diversas interpretaciones que existen respecto de dicho proceso, lo cierto es que fue una etapa que se caracterizó por la constante tensión entre las nuevas autoridades y la fuerza militar.

Sin embargo, si algo se mantuvo fue el sistema económico impuesto anteriormente, basado en un modelo neoliberal que otorgó primacía al sector privado e insertó al país en un mercado abierto al exterior, al admitir la exportación de productos, así como también la importación de artículos del extranjero.

En este ámbito se registró un importante crecimiento económico del país: el Producto Interno Bruto (PIB) mantuvo un sostenido aumento, se redujo la tasa de inflación y aumentó el ahorro fiscal. Sin embargo, el desarrollo no fue equitativo, lo que generó un aumento importante en la brecha entre ricos y pobres. Este sistema neoliberal propició el surgimiento de una cultura de consumo que se habría gestado ya desde la década de 1980, y así crear nuevos hábitos de consumo en una ciudadanía poco acostumbrada a la amplia oferta de productos.

En efecto, la sociedad chilena, ahora con nuevas libertades y en un contexto de prosperidad económica, inició el nuevo período democrático con un alto grado de optimismo. Así lo describieron autores como el sociólogo Eugenio Tironi en su ensayo *La irrupción de las masas y el malestar de las élites*, donde además advierte un salto a una sociedad de consumo, en la cual:

(...) las personas, en efecto, se comportan antes como consumidores que como ciudadanos; antes como individuos que como grupos sociales o comunidades; antes como defensores de derechos e intereses privados que como promotores de fines colectivos; antes como defensores de la transparencia del mercado que como demandantes de beneficios del Estado (1999, p.29).

5

Por otro lado, el Presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle describiría el periodo en *Chile en los noventa*, al apuntar que:

(...) hay una dinámica de modernización que ya es de carácter universal. Más fundamentalmente, el cambio se expresa en una profunda modificación de las concepciones sociales acerca de la felicidad humana que alimentaron utopías revolucionarias y proyectos históricos de construcción social. Se trata, al mismo tiempo, de un rápido y drástico cambio mundial producto del derrumbe de las ideologías totalizantes” (1998, p. 19).

El diseño se instala en la escena chilena

Hasta la década de 1980, las oficinas de diseño en el país eran escasas, por lo que la principal fuente de trabajo de los diseñadores se encontró en las agencias de publicidad, asociadas principalmente al ámbito comercial. Sin embargo, con el retorno de la democracia surgieron diversos factores que propiciaron el desarrollo y posicionamiento de la disciplina en el país. Por un lado, el nuevo contexto político admitió una apertura de Chile al mundo, lo que posibilitó la adopción de nuevas influencias del contexto internacional, así como también

una mayor diversidad en la tipología de piezas elaboradas. En palabras del diseñador Rodrigo Dueñas, “en el mundo juvenil se produce un fuerte interés por conocer las nuevas tendencias, como la *new wave* y el movimiento *punk*” (comunicación personal, julio 2016). En consecuencia, diseñadores como Neville Brody, April Greiman, Paula Scher, Zuzana Licko, Javier Mariscal, Jeffery Keedy y David Carson no eran desconocidos para la escena chilena. Por otro lado, el ya mencionado crecimiento económico que registró el país, sumado a su integración en el proceso de globalización económica a partir de la firma de acuerdos comerciales bilaterales con diferentes países y la participación en instancias de comercio multilaterales como el Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC) y el Mercado Común del Sur (mercosur), creó un ambiente propicio para que empresas e instituciones públicas se interesaran en nuevos tipos de proyectos, algunos de mayor envergadura, que incorporaron al diseño como una herramienta de comunicación visual y posicionamiento estratégico. Para la diseñadora Nevenka Marcic, “Chile recién se estaba abriendo al mundo. Hubo empresarios que se fijaron en otros proyectos de diseño, de arquitectura, de hotelería que eran magníficos y estaban a la altura del mundo” (comunicación personal, noviembre 2017). En consecuencia, de acuerdo con Dueñas, la empresa debió modernizarse y comenzaron a hacer estudios de marca, de manera que aparece el concepto de diseño para las empresas, “de alguna manera, el diseño es validado por el poder económico” (comunicación personal, julio 2016). Este escenario admitió un mayor posicionamiento de la disciplina, y cobró una cierta independencia respecto a la publicidad y la arquitectura. De igual forma, la posibilidad de generar proyectos de diseño con mayores recursos ocasionó un entusiasmo en los profesionales de la época, sentimiento relatado por el diseñador Patricio Pozo:

(...) era como ‘wow, ¡al fin vamos a ser diseñadores de verdad!’ porque antes el diseño estaba supeditado a la publicidad, había que trabajar en esa área y durante los ratos libres podías hacer cosas de diseño. Pero acá prevalecía ese ímpetu de decir ‘no, podemos ser diseñadores, podemos vivir de esta actividad’ (comunicación personal, septiembre 2014).

A propósito de esta autonomía, es que en el año 1994 se fundó la primera Escuela de Diseño creada por diseñadores, lo que marca un hito en la historia de la disciplina, al dejar de lado su condición de “hermano menor” de otras especialidades. Bajo la dirección del profesional Hernán Garfias, la Universidad Diego Portales creó un programa con la presencia de personajes como Guillermo Tejeda, Carmen Foncela y Federico Monroy, sumado a una generación de diseñadores más jóvenes como Patricio Pozo, Francisco Gálvez y Daniel Berczeller. Este grupo formó a entusiastas como Manuel Figueroa, quien recuerda el período como una época de gran ebullición, donde se mezcló gente joven con profesionales con experiencia y también con algunos que venían del extranjero (comunicación personal, julio 2016). Dicho contexto favoreció el permanente intercambio de conocimientos e influencias entre quienes formaron parte de la comunidad académica. Así, Figueroa recuerda un cierto *modus operandi*, donde, por ejemplo, “alguien compraba tipografías de *Emigre*, nos las pasaba, las copiábamos y a trabajar. Había dos o tres proveedores que eran cercanos. Además, muchos estábamos inscritos

para solicitar catálogos de *Emigre* a Estados Unidos. El primero te lo enviaban gratis, el segundo ya lo tenías que pagar” (comunicación personal, julio 2016). Ahora bien, ciertos hitos relacionados al ámbito de las tecnologías digitales y las comunicaciones también tuvieron un impacto sustancial en la disciplina. Un cambio paradigmático fue el de la digitalización del diseño, a saber, la incorporación del computador personal en su ámbito productivo.

El uso de esta nueva tecnología trajo consigo atributos que facilitaron los procesos productivos y de toma de decisiones. Para el diseñador Javier Cancino, sus atractivos eran principalmente dos. El primero tenía que ver con el factor tiempo: “tú podías reproducir cosas mucho más rápido de lo que lo hacías antes, ya que previo al computador podías pasar una mañana o un día entero haciendo modificaciones para poder presentar nuevamente al cliente”. El segundo se relacionaba con las funciones que incorporaba el computador, ya que:

comienzan a aparecer herramientas y cosas que resultaban divertidas. Anteriormente, uno experimentaba con aquellas tecnologías análogas que tenía a mano, con fotocopias, collages, etc., para obtener ciertos resultados. El computador comenzó a proporcionar todas las herramientas para que, al menos en el campo de la gráfica, pudieras diseñar *in situ*. (comunicación personal, noviembre 2014).

De acuerdo con Rodrigo Dueñas, el computador vino a democratizar el diseño, ya que tanto oficinas, como estudiantes y diseñadores que trabajaban al margen, disponían de las mismas herramientas. Así también, señala que gracias a este cambio, fue más fácil producir diseño, ya que no era una técnica cerrada y manejada solo por algunos; por lo tanto, se produce una proliferación de productos y comunicaciones desde la disciplina.

De igual forma, se habla de una suerte de autonomía que tiene relación con el concepto de “diseño de autor”, término que, de acuerdo con Raquel Pelta en *Diseñar hoy*, alude a un trabajo que “es personal porque cada diseñador está implicado en la comunicación de los mensajes y, como tal, es quien en gran parte, decide qué aspectos del mensaje se enfatizan y cuáles no” (2004, p. 49). De esta forma, esta herramienta trajo consigo nuevas formas de expresión. Así lo manifiesta la diseñadora Ximena Ulibarri: “impulsó un nuevo lenguaje gráfico y generó un *switch*, al tiempo que facilitó y agilizó el acceso a una infinidad de datos” (comunicación personal, agosto 2014).

Otro suceso importante en el ámbito de las comunicaciones tiene que ver con la conexión a internet en el país, hito que se llevó a cabo por primera vez en 1992 en el Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile. El fenómeno posibilitó el acceso a una gran cantidad de información, a partir de plataformas en las que podían converger sincrónicamente sucesos de alcance mundial. Es decir, el desfase temporal existente hasta los años 80 se acabó. Por otro lado, permitió el contacto más expedito con profesionales de otros países. Sobre este evento, Pozo comentaría:

nos costaba mucho conseguir cosas, nos traíamos libros de allá para acá. En el fondo, era parte de nuestra vida andar buscando el disco especial, el libro exclusivo, la entrevista novedosa. Después, gracias a la aparición de internet todo eso se tornó más

accesible. El hecho de poder entrar a la página del MoMA y ver la programación era como ¡Wow! No puedo creer que estoy viendo al mismo tiempo lo que está pasando en New York mientras yo estoy en Santiago (comunicación personal, septiembre 2014).

Finalmente, también relevante fue la llegada de la televisión por cable. De acuerdo a lo señalado por el diseñador José Manuel Allard, esto abrió una plataforma directa al exterior al transmitir de manera más activa y actualizada los contenidos generados en otros países. Este sería un medio que ayudaría a introducir códigos visuales provenientes del exterior, caso del canal MTV, que reflejaba la cultura juvenil norteamericana. Como consecuencia de ello es que acá se “emulaba, se repetía ‘a la chilena’ lo que se veía en este nuevo formato de televisión” (comunicación personal, noviembre 2014). Por lo tanto, lo visto en formato audiovisual se configuraba como un referente para la producción de material gráfico en el medio local.

A partir de la importancia que cobró la disciplina, la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile organizó la primera Bienal de Diseño en 1991, con el objetivo de “promover el desarrollo de la cultura del diseño en Chile, y consecuentemente, propender a la difusión de sus manifestaciones en el área de la comunicación visual, del diseño textil y del diseño de objetos” (1991, p. 5). Esta iniciativa tuvo una segunda y tercera versión en los años 1994 y 1996, respectivamente.

La tríada de eventos se constituyó como un entorno de diálogo donde el Diseño inició un proceso de inserción en la sociedad chilena a partir de la exposición de trabajos tanto de profesionales como de estudiantes. Asimismo, fueron instancias de relación directa con el contexto internacional al instaurar seminarios y *workshops* con figuras externas vinculadas a prácticas como la deconstrucción, la apropiación, la cita o el pastiche con exponentes como Javier Mariscal, David Carson y Michael Manwaring, entre otros.

La gráfica posmoderna permea en la escena chilena

La cultura globalizada de 1990 permitió el influjo posmoderno por medio de diversos frentes. Ejemplo de ello, son los espacios comerciales como *Fobbia Design e Interdesign*, tiendas que se ocuparon de la venta de mobiliario, iluminación y productos de decoración asociados a referentes internacionales de la tendencia, tales como Michael Graves, Aldo Rossi, Alessi y Atelier Mendini, entre varios otros.

Así también, la llegada de publicaciones extranjeras como *tipoGráfica* de Argentina, *ARDI* de España y *Matiz* de México posibilitaron la difusión de figuras del diseño internacional asociadas al posmodernismo. Por otro lado, en algunos casos, estas ediciones trabajaron una visualidad de corte experimental en su diagramación.

Chile no se quedó atrás en el ámbito de la difusión comunicacional. Ya en 1989, bajo la dirección de Hernán Garfias, se publicó la primera edición de *Diseño*, publicación que por medio de artículos y entrevistas dio a conocer referentes del contexto internacional, así como también tendencias que se estaban desarrollando en el país, configurándose como un medio de registro del acontecer nacional de la disciplina, instancia hasta entonces inexistente. Por último, otra influencia importante es la que se introdujo con algunos profesionales chilenos que tuvieron experiencia académica y/o profesional en el extranjero. Tal es el caso de Guillermo Tejeda, José Manuel Allard,

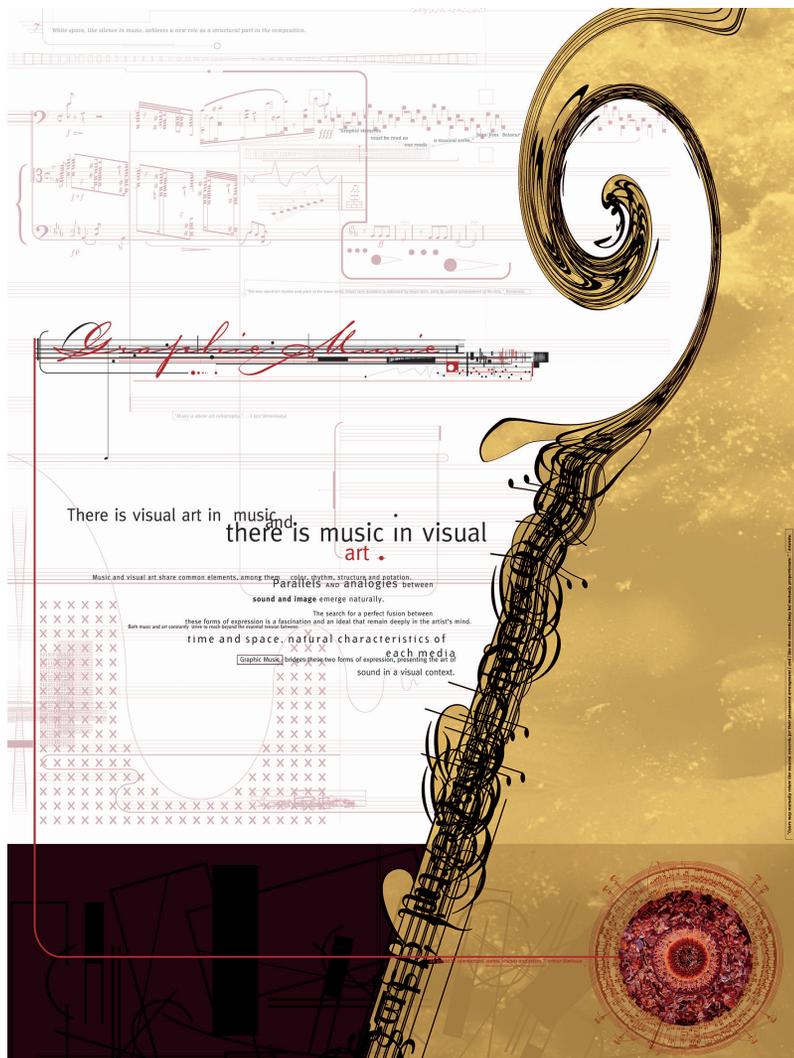


Figura 1. "Graphic-Music". Afiche extraído de la tesis de pregrado de José Manuel Allard, expuesto en la Tercera Bienal de Diseño, 1996. Autor: José Manuel Allard. Fuente: archivo del autor.

Patricio Pozo, José Neira y Julián Naranjo.

Estas influencias se tradujeron en una incorporación de nuevos códigos gráficos asociados al posmodernismo internacional, entendido como una tendencia que "volvió a las ideas anteriores de adorno y decoración, celebrando la expresión y la intuición personal sobre las fórmulas y la estructura" (Cambrose & Harris, 2010, p. 196). De esta forma, el pastiche, el collage y el eclecticismo fueron prácticas recurrentes que adoptaron algunos diseñadores nacionales a la hora de elaborar productos de comunicación visual.

Es importante mencionar que el resultado de estas nuevas prácticas contrastó radicalmente con la estética que predominó hasta finales de la década de 1980 en el país. Si bien, previo al golpe militar la gráfica que primaba era una de trazo manual, colorida y figurativa, asociada a una fuerte búsqueda de la identidad local, durante el régimen militar, tanto desde la academia como también desde el ejercicio laboral de la profesión, la tendencia predominante durante los años ochenta estuvo orientada hacia el racionalismo y la pragmática gráfica estadounidense, una estética pulcra, ordenada y más bien



Figura 2. "Zona de Contacto". Portada de suplemento del diario *El Mercurio*, publicado el 4 de junio de 1999. Autor: Iván Villalobos.

Fuente: archivo El Mercurio.

geométrica, influenciada también por los cortos años que estuvo en el país el diseñador alemán Gui Bonsiepe. El diseñador e investigador Mauricio Vico explica esta tendencia a raíz del carácter neutro de la geometría y la abstracción, libre de la connotación que traían imágenes como la de campesinos, estudiantes y obreros, muy recurrentes en el trabajo gráfico de los años setenta (comunicación personal, mayo 2016).

Asimismo, diseñadores de la década de 1990 fueron fuertemente influenciados por los trabajos realizados en el contexto contracultural de los años ochenta en el país, los cuales estuvieron ligados al arte, la experimentación y la resistencia política, buscando nuevos lenguajes y formas de expresión. Esta oleada de nuevos códigos gráficos comenzó a manifestarse en diversos productos. En el ámbito editorial, emergieron numerosas publicaciones periódicas que incorporaron una gráfica asociada a la tendencia *new wave*. Por ejemplo, las revistas juveniles *Zona de Contacto* y *Rock & Pop*, que abarcaron temáticas relacionadas a la escena musical y cinematográfica. En ambas es posible distinguir un trabajo tipográfico que, producto del uso de herramientas digitales, exploró composiciones con distintos colores y tamaños, la modificación del interlineado e interletrado, el uso de relleno y trazo, además de la expansión y condensación del texto, que configuraba una diagramación que en muchos casos desestimó las reglas racionalistas del Estilo Tipográfico Suizo, sin importar una posible merma en la legibilidad. Asimismo, los *software* de autoedición permitieron incorporar efectos como *degradé* y formas ovaladas, anteriormente menos masivas debido a su dificultosa factura antes de la llegada del computador. Por otro lado, en el caso de *Zona de Contacto*, se distingue un logotipo que varía su presentación –color y disposición en la página– en cada edición, convirtiéndose en una imagen no estática del suplemento.

También relevante para este análisis son los afiches para eventos masivos, caso de los realizados para fiestas en Blondie, discoteca ubicada en el otrora Cine Alessandri, en el centro de la capital. Luego de la desaparición de las fiestas *Spandex* y el Teatro Esmeralda, desde 1993 Blondie acogió el movimiento *underground* capitalino dando espacio a quienes adherían a las modas alternativas de turno: el *punk*, *new wave*, *new romantic* y la música tecno. Es así como surgieron las fiestas temáticas, entre las cuales se encuentran las emblemáticas "Old Wave", "Kitsch" y "Fiesta de los Vampiros", donde el repertorio musical permitía bailar al son de DJs en vivo y bandas como Morrissey, Blondie, Pixies, Blur, Joy Division, Upa, Emociones Clandestinas, Electrodomésticos y Brian Ferry, entre muchos otros.

En estas piezas gráficas es posible identificar la constante cita a objetos y tendencias referidas a iconografías pasadas. En una visualidad que cambia radicalmente en cada evento, se puede identificar también el uso de las herramientas digitales en la edición de imágenes y la incorporación de efectos especiales. Del mismo modo, llama la atención el trabajo tipográfico que se realiza, al mezclar diversas familias de fuentes en una sola composición, además de modificar el interlineado e interletrado. Esta práctica se extendió a diversos eventos masivos y a otros de corte cultural con productos como afiches y catálogos.

Por otro lado, durante este período se desarrollaron propuestas de identificadores visuales que se distinguieron por sus trazos, conceptos y uso de colores, asociados a prácticas más pluralistas y relativistas que permearon espacios antes no explorados. En este sentido, surgieron nuevos agentes que

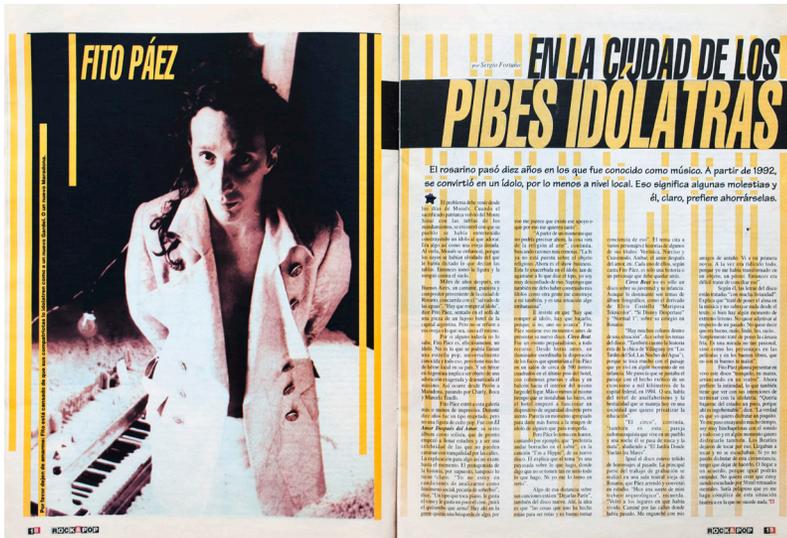
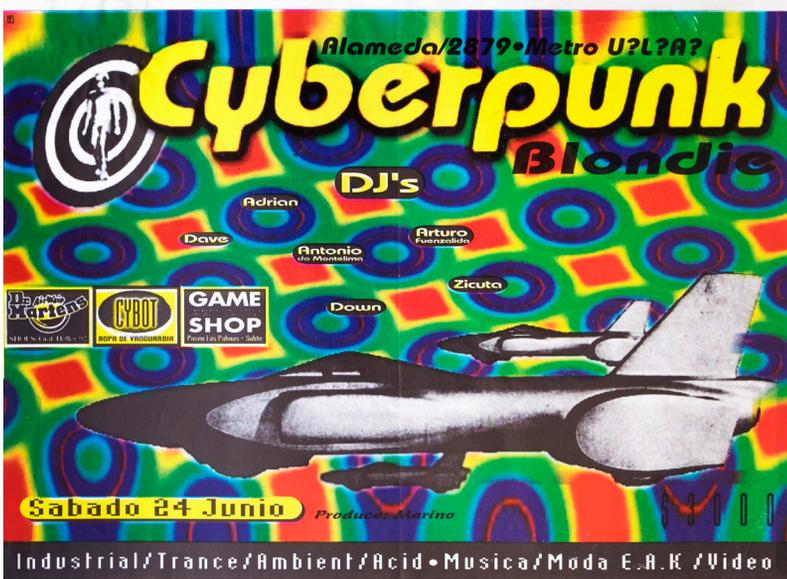


Figura 3. "En la ciudad de los pibes idolátras". Artículo de la revista *Rock & Pop*, publicado el 1 de enero de 1995. Dirección de arte: Andrés Yankovic. Fuente: Archivo personal.

Figura 4. "Cyberpunk". Afiche para fiesta en disquete Blondie, c. 1995. Archivo: Ricardo Vega. Fuente: Archivo personal.



buscaron adquirir una identidad gráfica, entre ellos, una variedad de personajes públicos, regiones, reparticiones de gobiernos y entidades provenientes del mundo privado. De este modo, el racionalismo moderno que Tejeda describiría como "una lista de prohibiciones" (2007, p. 212) fue dejado de lado. En relación con lo anterior, en la década de 1990 se encontró un nicho en la elaboración de memorias anuales de empresas, publicaciones editoriales cuyo contenido consistía en los objetivos, ideas y proyecciones de la compañía, en un formato agradable y "que no pareciera el libro estándar de diseño editorial" (Naranjo, comunicación personal, febrero de 2018). Este material, sirviéndose de la identidad corporativa y las acciones de la empresa, tenía por finalidad buscar un mejor posicionamiento como marca e informar, de forma atractiva, su gestión anual. En tal sentido, este producto de mercado

Figura 5. "Fiesta de los vampiros". Afiche para fiesta en discoteque Blondie, c. 1995.
Fuente: Archivo de Ricardo Vega.



12

exigió tanto un aporte de creatividad como también un vínculo profesional desde el diseño. En palabras del diseñador Julián Naranjo, “elaborar una memoria de empresa equivalía a diseñar diferenciación” (comunicación personal, febrero 2018).

Naranjo, quien se desarrolló en este medio durante los años 90 y principios del 2000, comenta que junto con algunos profesionales de la época lograron posicionar las empresas a través del diseño como una herramienta estratégica de marketing, de manera que ellas empezaron a invertir un presupuesto millonario en este producto. Agrega además, que cada año trabajaba en cinco o seis memorias, en un contexto en el que le era permitido experimentar e incluso hacer cosas “riesgosas” desde el punto de vista de la forma y el valor agregado del diseño (comunicación personal, febrero 2018). El desarrollo de productos más relacionados al ámbito comercial, requirió del diseño como una estrategia de posicionamiento en un mercado cada



Figura 6. "X Festival franco/chileno de video/arte". Afiche promocional de la décima edición del festival, llevada a cabo en noviembre de 1990. Fuente: Archivo de Ricardo Vega.

13

vez más saturado. El fenómeno, que involucraría también a otras disciplinas proyectuales como la arquitectura, fue explicado por Frederic Jameson:

Lo que ha sucedido es que la producción estética actual se ha integrado en la producción de mercancías en general: la frenética urgencia económica de producir constantemente nuevas oleadas refrescantes de géneros de apariencia cada vez más novedosa (desde los vestidos hasta los aviones), con cifras de negocios siempre crecientes, asigna una posición y una función estructural cada vez más fundamental a la innovación y la experimentación estética (1991, p. 18).

Finalmente, el acceso a *software* de creación y edición de tipografías trajo consigo el inicio de una etapa de experimentación que culminaría en el desarrollo, por primera vez, de tipografías digitales en Chile.

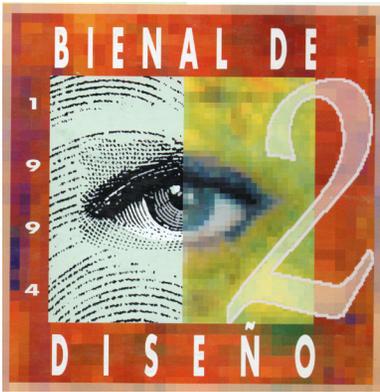
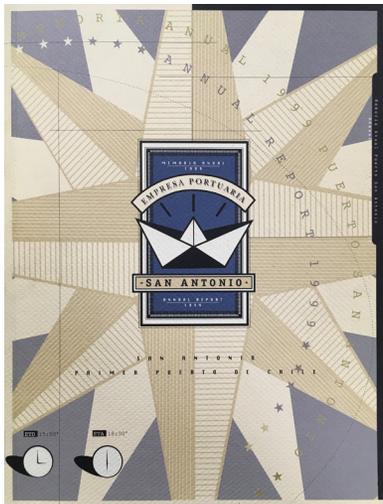


Figura 7. “Segunda Bial de Diseño”. Identificador gráfico de la segunda Bial de Diseño, llevada a cabo en el año 1994. Autora: Paula Celedón.
Fuente: Archivo de Pedro Álvarez.

Figura 8. “Empresa Portuaria de San Antonio”. Memoria anual de la empresa, 1999.
Autores: Ximena Ureta y Pablo Lugenstranss.
Fuente: archivo de Antalis Chile



Para el diseñador autodidacta de fuentes, Francisco Gálvez, este es un período que se caracteriza por la experimentación y las ansias de entender “cómo funcionaba una modalidad de *software* antes desconocida. Había mucha caligrafía y letras con efectos que eran característicos de los años 90, muy *grunge*. Se exploraba para ver efectos” (comunicación personal, septiembre 2014). Esta observación se relaciona con lo manifestado por Jeffrey Keedy, en un artículo para la revista *Emigre*, donde comenta que diseñó su tipografía *Keedy Sans* con el objetivo de “explorar las complejas posibilidades que se sitúan entremedio [de la legibilidad e ilegibilidad absoluta] y apuntar a hacer algo original o al menos único” (trad. autora, 1998). Por otra parte, el autor Lewis Blackwell se refirió a este fenómeno como un “objetivo de la tipografía que había pasado a ser el de vestir, en lugar de ser el de transmitir con claridad (lo que un día fue el ingenuo objetivo de los tipógrafos)” (1998, p. 149). En relación a esto, un hito importante para la incipiente historia de la creación de fuentes digitales en el país fue el lanzamiento en el año 2001 de *Elemental*, la primera fuente para lectura continua diseñada en Chile, desarrollada por Francisco Gálvez. El evento consistió en una exhibición en la que se invitó a diversos diseñadores para que realizaran afiches con la fuente, entre ellos Javier Mariscal, Rubén Fontana, José Manuel Allard, Patricio Pozo y José Neira. Por otro lado, se llevó a cabo una mesa redonda en la que se discutió acerca de la naciente escena tipográfica chilena.

De acuerdo con Manuel Figueroa, este suceso –llevado a cabo en el Museo de Arte Contemporáneo– marcó un hito relevante al tratarse de un evento orientado al público general, donde incluso se obsequió la misma fuente para su uso en Macintosh y Windows en sus versiones sans y serif (comunicación personal, julio 2016).

La década de 1990 se caracterizó por ser un período de profundos cambios en la disciplina. El contexto de una cultura globalizada sumado a la llegada del computador personal, facultó a los diseñadores para iniciar una etapa marcada por la experimentación y la adopción de nuevas modalidades de trabajo. En efecto, la disciplina cobraría autonomía y se instalaría en la escena chilena, al abordar proyectos de mayor envergadura y en ámbitos no explorados hasta ese entonces.

Discusión

Al hacer un análisis de las piezas gráficas elaboradas en la época, se hace evidente que factores del contexto sociopolítico y cultural influenciaron en la adopción de nuevos códigos visuales que marcaron una diferencia respecto a la estética desarrollada hasta la década de 1980 en Chile. Así pues, la adopción de un lenguaje formal que tuvo relación con aspectos en boga de la gráfica estadounidense y europea a raíz de una cultura inserta en el auge de la globalización, abre el cuestionamiento respecto a su origen y desarrollo en el país. Entonces, ¿es esta manifestación local la expresión gráfica de respuesta a un contexto sociocultural que podría ser denominado como posmoderno o es meramente el resultado del acto de “mirar y replicar”?

Por otro lado, de la lectura de los diversos autores que han estudiado el fenómeno del posmodernismo en Latinoamérica, se desprende que no hay un consenso respecto a la pertinencia de aplicar el término en la región, porque se entiende que este fue acuñado en las sociedades posindustriales de Europa y Estados Unidos. Por lo tanto, ¿es oportuno hablar de posmodernismo? En caso de no serlo, quizás vale la pena cuestionarse primero ¿cómo se podría denominar este

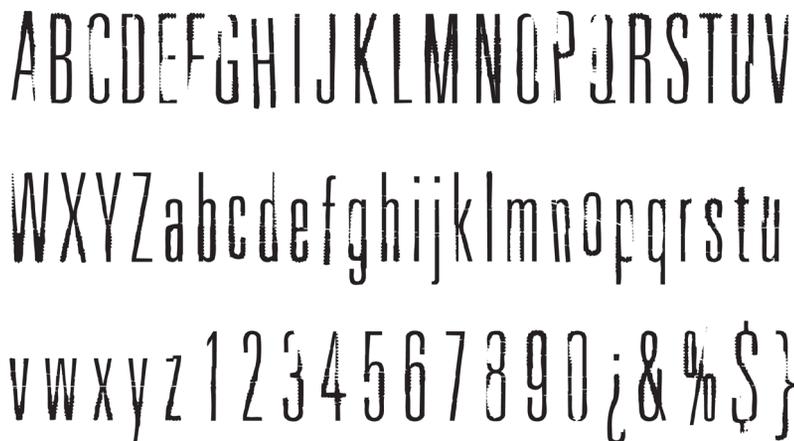


Figura 9. "Uniprint". Fuente digital diseñada a partir de modificaciones a Univers 39, 1998.

Autor: Francisco Gálvez. Fuente: archivo del autor.

período que vivieron las sociedades de modernidad tardía de América Latina? y en este entendido, ¿cuál fue, entonces, la particularidad de su desarrollo? y ¿cómo afectó esa particularidad el campo de las artes proyectuales?

Conclusiones

Como se ha expuesto en este artículo, es posible encontrar manifestaciones visuales que aluden a la tendencia posmoderna en el trabajo de algunos profesionales y académicos del país. Sin embargo, estos se asocian principalmente a publicaciones de avanzada o a universidades que, de alguna forma, estuvieron relacionadas con la postura. En este sentido, la expresión de estos códigos tuvo que ver con un grupo de profesionales informados sobre la misma, ya fuera por experiencia en países donde la tendencia estaba en boga o con interesados que se mantuvieron informados a partir de medios de comunicación que dieron a conocer las prácticas eclécticas y revivalistas de la arremetida. Hablamos entonces de un fenómeno localizado y no masivo. En este sentido, la versión chilenezada de la condición posmoderna en la esfera del Diseño gráfico obedeció a una transferencia de una sensibilidad disruptiva más bien adquirida. Posiblemente, porque los trabajos realizados en nuestro país tuvieron mayor relación con el acto de mirar y luego replicar. Sin embargo, también es posible encontrar piezas gráficas que adoptaron o hicieron algún guiño –con propiedad– a esta nueva codificación visual, que manifestaba particularidades inherentes a la cultura local, ya situada en un escenario de sesgo globalizador.

No obstante, esta tendencia que también se dio en espacios académicos internacionales, como Cranbrook Academy of Art, con una base teórica fundada en los planteamientos posestructuralistas, en Chile no tuvo dicho basamento teórico, menos aún en las escuelas de Diseño todavía ancladas en el paradigma bauhasiano. En este sentido, en el país no hubo una relación con las bases desencadenantes de la tendencia, relacionada primordialmente con ir en contra de la racionalidad pragmática que postula el Movimiento Moderno, con la desestructuración del lenguaje y los sistemas de lectura, y con la universalidad objetiva de las soluciones planteadas hasta ese entonces por la Arquitectura y el Diseño.

Por otro lado, un factor que favoreció su desarrollo fue la incorporación de las tecnologías digitales en el ámbito productivo de la disciplina, tanto por su calidad de medio de comunicación, como por su cualidad de herramienta de trabajo.

Finalmente, si entendemos la noción de “posmodernismo” como un abandono del orden previamente establecido por la racionalidad y universalidad que impuso el Movimiento Moderno al adoptar ideas fragmentadas y locales, se podría decir que la miríada de estilos gráficos desarrollados en Chile durante el período de estudio, son acogidos por los principios del Diseño gráfico posmoderno (Neira, 2018).

Agradecimientos

A Gonzalo Morales, Antonia Yunge, Pedro Álvarez y cada uno de los entrevistados por su interés y colaboración en el desarrollo de este proyecto.

Referencias

Libros

- Ambrose, G & Harris, P. (2010). *Diccionario Visual de Diseño Gráfico*. Singapur: Index Book, SL.
- Blackwell, L. (1998). *Tipografía del siglo XX*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Blanch, A., Sato, A. & Tejada, G. (2007). *Diseño teoría, práctica y enseñanza*. Santiago, Chile: ARQ Ediciones.
- Cerezo, J. (1997). *Diseñadores en la Nebulosa, el Diseño Gráfico en la Era Digital*. (3) Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Harvey, D. (1998). *La Condición de la Posmodernidad: Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Argentina: Talleres Gráficos Color Efe.
- Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. España: Paidós Ibérica Ediciones S.A.
- Lahera, E. & Toloza, C. (Ed.) (1998). *Chile en los noventa*. Santiago, Chile: Dolmen Ediciones.
- Lyotard, J. (1987). *La Condición Postmoderna: Informe Sobre el Saber*. Madrid, España: Red Editorial Iberoamericana.
- Pelta, R. (2004). *Diseñar Hoy, Temas contemporáneos de diseño gráfico*. España: Paidós Ibérica Ediciones S.A.
- Poynor, R. (2003). *No Más Normas, Diseño Gráfico Posmoderno*. México: Gustavo Gili.
- Ruiz, J. (2003). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. (5) Bilbao, España: Deusto

Catálogos

- Catálogo General Primera Bienal de Diseño 1991*. Santiago, 1991.

Documentos electrónicos

- Keedy, J. (1998). *Graphic Design in the Postmodern Era*. Recuperado de <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/GraphicDesigninthePostmodernEra>
- Neira, A. (2018). *Menos es aburrido. Diseño gráfico posmoderno en Chile, 1985 – 2000*. Recuperado de: https://www.academia.edu/36254612/Menos_es_aburrido_Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico_posmoderno_en_Chile_1985_-_2000