

HERNÁN GARFIAS, PREMIO EXCELENCIA TRAYECTORIA DISEÑO 2014 /  
EXCELLENCE IN DESIGN TRAJECTORY AWARD 2014

# Diseño chileno, ¿un patrimonio en peligro?

*Chilean Design patrimony in danger?*

FOTOGRAFÍAS\_PHOTOS: CHILE PAÍS DE BELLEZA, SECCIÓN PROPAGANDA DE LOS SERVICIOS DE TURISMO, MINISTERIO DE FOMENTO, 1937

## HERNÁN GARFIAS ARZE

Director nacional escuela DAC en Instituto Profesional AIEP, docente de la Facultad de Diseño UDD. Diseñador de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Cavaliere Orden Stella di Italia. Premio a la Excelencia del Diseño, otorgado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

*National director of the DAC School at AIEP Professional Institute, professor at the UDD Design School. Designer of the Pontificia Universidad Católica of Valparaíso. Cavaliere Order Stella di Italia. Design Excellence Award, by the National Council of Culture and the Arts.*

EXISTE UN VALIOSO PATRIMONIO DEL DISEÑO HECHO EN CHILE QUE SE ESTÁ PERDIENDO PORQUE NO EXISTE INSTITUCIÓN ALGUNA, PÚBLICA O PRIVADA, QUE LO ESTÉ RESGUARDANDO. SE HAN SALVADO LOS AFICHES DE LOS LARREA EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA, ALGUNOS MUEBLES DE GARRETÓN FABRICADOS EN SINGAL. Y QUÉ DECIR DEL DISEÑO GRÁFICO DE DISEÑADORES ASOCIADOS, HERGAR EDICIONES, BERTHELON, GUILLERMO TEJEDA, WALDO GONZÁLEZ Y, MÁS ATRÁS, DE MAURICIO AMSTER, FAURÉ. Y EL DISEÑO INDUSTRIAL DE CAPDEVILA, WALKER Y WEISS. ¿YA SERÁ TARDE PARA RESCATARLOS? SOBRE ESO QUEREMOS PONER LA ALARMA UNA VEZ MÁS: EL MAL MANEJO DEL PATRIMONIO NACIONAL.

THERE IS A VALUABLE HERITAGE OF DESIGN MADE IN CHILE THAT IS BEING LOST BECAUSE THERE IS NO INSTITUTION, PUBLIC OR PRIVATE, PROTECTING IT. SOME WORK HAS BEEN SAVED AS POSTERS OF THE LARREA BROTHERS IN THE CATHOLIC UNIVERSITY, AND SOME FURNITURE OF GARRETÓN MANUFACTURED IN SINGAL. BUT, WHAT ABOUT THE GRAPHIC DESIGN OF DISEÑADORES ASOCIADOS, HERGAR EDITIONS, BERTHELON, GUILLERMO TEJEDA, WALDO GONZÁLEZ AND, FURTHER BACK, MAURICIO AMSTER, AND FAURÉ? AND THE INDUSTRIAL DESIGN OF CAPDEVILA, WALKER AND WEISS. IS IT TOO LATE TO RESCUE THEM? ON THAT WE WANT TO RAISE THE ALARM, ONCE AGAIN: THE BAD MANAGEMENT OF OUR NATIONAL HERITAGE.

Cuando el mundo entraba al siglo XX, en Chile se desarrollaba el sistema editorial a través de revistas de actualidad y culturales. Comenzaba la publicidad de productos en esos medios y en los periódicos. Y los afiches en los muros de las calles como elementos publicitarios y culturales. La revolución industrial iniciaba su expansión en la agricultura, la minería, la alimentación, los textiles, la construcción, la infraestructura, la arquitectura y el mobiliario. Miles de familias campesinas comenzaron a trasladar su domicilio a las grandes ciudades, desde Arica hasta Punta Arenas. Santiago, como centro político y social, y Valparaíso, como centro comercial e intercambio internacional.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el país se fue consolidando como una nación democrática, con un alto sentido

cívico y republicano, donde a diferencia de la mayoría de sus vecinos sudamericanos, los gobiernos eran electos en elecciones libres y se sucedían con normalidad. Eso distinguió a Chile como un país democráticamente reconocido a nivel mundial. Las décadas de los 50, 60 y 70 fueron caracterizadas por grandes avances en el progreso de la infraestructura, el intercambio comercial, las reformas del agro, la modernización de la banca y la expansión de la industria chilena al continente sudamericano. Con empresarios innovadores y comerciantes creativos, se desarrolló la industria metalmeccánica, con firmas como Mademsa, Fensa, Sindelen, Somela, IRT, Bolocco. El mobiliario con empresas como Muebles Sur, CIC, Singal, Llul, Roamet, Muzard, Fernando Mayer. En iluminación, Chilectra. En textil, Machasa, Panal, Yarur, Sumar,

*When the world entered the twentieth century, in Chile the editorial system was developed through current and cultural magazines. Advertising of products began to appear in these media and in newspapers. And posters were present on the walls of the streets as advertising and cultural elements. The industrial revolution began its expansion in agriculture, mining, food, textiles, construction, infrastructure, architecture and furniture. Thousands of peasant families began moving their home to the big cities, from Arica to Punta Arenas. Santiago, was the political and social center and Valparaíso, became the commercial and international exchange center.*

*After the Second World War, the country was consolidated as a democratic nation, with a high civic and republican sense, where unlike most of its South American neighbors, governments*

*were elected in free elections and successively in a normal way. Chile was distinguished and recognized as a democratic country worldwide. The decades of the fifties, sixties and seventies were characterized by great advances in the progress of infrastructure, trade exchange, agricultural reforms, the modernization of banking and the expansion of the Chilean industry to the South American continent. The metal-mechanic industry was developed by innovative entrepreneurs and creative businesses, with firms such as Mademsa, Fensa, Sindelen, Somela, IRT, Bolocco. Furniture design with companies such as Muebles Sur, CIC, Singal, Llul, Roamet, Muzard, Fernando Mayer. In lighting, Chilectra. In textiles, Machasa, Panal, Yarur, Sumar, Chiteco, Linos La Unión, Stuyen. The first supermarkets to appear were Almac and Las Brisas. In the food industry, Carozzi, Mackay, Hucke, Costa, Luchetti,*

Chiteco, Linos La Unión, Stuver. Los primeros supermercados, Almac y Las Brisas. En la industria alimenticia, Carozzi, McKay, Hucke, Costa, Luchetti, Ambrosoli, Córpora Tres Montes, Nestlé, Deyco, Robinson Crusoe, Supremo, Serrano, Yely, Soprole, Colún, Ula, Calaf, Cristal, Escudo, Santa Carolina, San Pedro, Concha y Toro, Santa Rita. En limpieza, Indus Lever, Klenzo, OMO, Rinso, Opaline, Confort, Nova, Duette. La industria química farmacéutica con Mejoral, Odontine, Geniol. El comercio con los grandes almacenes, París, Falabella, Casa García, Los Gobelinos, Gath y Chaves. La industria editorial e imprentas como Lord Cochrane, Antártica, Marinetti, El Mercurio, Copesa, Zig Zag, Nascimento, Universitaria, con revistas como *Babel*, *Topaze*, *El Peneca*, *En Viaje*, *Rosita*, *Eva*, *Paula*, *Ercilla*, *Hoy*, *Qué Pasa*, *Mampato*, *Del Domingo*, *Vivienda y Decoración*, *Apuntes*, *Pocas Pecas*. El Estado como gran empresario con los servicios como Lan Chile, Ferrocarriles del Estado, Empremar, Metro Santiago, Hoteles Honsa, la gran minería de Codelco, Banco del Estado, Corfo, SAG, Indap, Corvi, Cormu, Intec, Laboratorios Chile, editorial Quimantú. Y también los servicios básicos de empresas privadas como Gasco, Abastible, Lipigas, Indugas. De la construcción como Cementos Polpaico y El Melón, Pinturas Montana, Tricolor, Ceresita, CMPC, Masisa, Arauco. A fines de los 60 y principios de los 70 se creó una

industria de la música con el Canto Popular. Y aparecen sellos discográficos como Alerce, Dicap con los grupos Quilapayún, Inti Illimani, y solistas como Violeta Parra, Víctor Jara y Patricio Manns. Y los afiches políticos y de campañas de promoción muy bien diseñados por los hermanos Vicente y Antonio Larrea y Luis Albornoz. También los carteles para la Polla de Waldo González. Revistas populares como *Ramona*, *Cabro Chico*, *La Firme*, *Onda*, fueron de tirajes masivos. Con el fin abrupto del gobierno de Salvador Allende y el comienzo de período militar, encabezado por Augusto Pinochet, se produjo un gran cambio de orientaciones en diseño gráfico. Se desarrolló una fuerte industria de servicios, se privatizaron gran parte de las empresas del Estado, creció la economía hasta que se produjo la primera gran debacle durante el régimen militar con el llamado *crash* del 83. Durante ese período comenzó a ser relevante la identidad corporativa de las empresas e instituciones, tanto públicas como privadas. Y se inició el *boom* de la publicidad, la televisión, las radios, los medios escritos y la comunicación. Fue la época del cambio de logos emblemáticos como Lan Chile, Banco Osorno, Financiera Fusa, Banco de Santiago, Publiart, Editorial Andina, Mademsa, Banco O'Higgins, Codelco, *Qué Pasa*, Teletrece, TVN, Canal Trece. Con la apertura política de fines de los ochenta se valoraron las marcas de las

*Ambrosoli, Córpora Tres Montes, Nestlé, Deyco, Robinson Crusoe, Supremo, Serrano, Yely, Soprole, Colún, Ula, Calaf, Cristal, Escudo, Santa Carolina, San Pedro, Concha y Toro, Santa Rita. In the cleaning industry, Indus Lever, Klenzo, OMO, Rinso, Opaline, Confort, Nova, Duette. The pharmaceutical chemical industry with Mejoral, Odontine, Geniol. Commerce with big department stores, París, Falabella, Casa García, Los Gobelinos, Gath and Chaves. The editorial and printing industry with Lord Cochrane, Antártica, Marinetti, El Mercurio, Copesa, Zig Zag, Nascimento, Universitaria, with magazines such as Babel, Topaze, El Peneca, En Viaje, Rosita, Eva, Paula, Ercilla, Hoy, Qué Pasa, Mampato, Del Domingo, Vivienda y Decoración, Apuntes, Pocas Pecas. The State as a great business manager with services like Lan Chile, Ferrocarriles del Estado, Empremar, Metro Santiago, Hoteles Honsa, the great mining of Codelco, Banco del Estado, Corfo, SAG, Indap, Corvi, Cormu, Intec, Laboratorios Chile, editorial Quimantú. And also, the basic services of private companies such as Gasco, Abastible, Lipigas, Indugas. In the construction sector, businesses as Cementos Polpaico and El Melón, Pinturas Montana, Tricolor, Ceresita, CMPC, Masisa, Arauco.*

*In the late sixties and early seventies, a music industry was created with the Canto Popular (Popular Song). And record labels like Alerce, Dicap appeared*

*with musical groups such as Quilapayún, Inti Illimani, and soloists such as Violeta Parra, Víctor Jara and Patricio Manns. And the political posters and promotional campaigns very well designed by the brothers Vicente and Antonio Larrea and Luis Albornoz. Also, the posters for the Polla (lottery) by Waldo González. Popular magazines such as Ramona, Cabro Chico, La Firme, Onda, circulated massively.*

*With the abrupt end of the government of Salvador Allende and the beginning of the military period, led by Augusto Pinochet, there was a great change of orientation in graphic design. A strong service industry was developed, a large part of the state companies became private, the economy grew until the first great debacle occurred during the military regime with the so-called crash of '83.*

*During this period, the corporate identity of companies and institutions, both public and private, began to be relevant. And the boom of advertising, television, radio, written media and communication began. It was the time of the change of emblematic logos such as Lan Chile, Banco Osorno, Financiera Fusa, Banco de Santiago, Publiart, Editorial Andina, Mademsa, Banco O'Higgins, Codelco, Qué Pasa, Teletrece, TVN, Canal Trece.*

*With the political opening of the late eighties, the brands of the Sí and No (Yes and No) campaigns, the*



⬆  
*Santiago, Plaza Baquedano*



⬆  
*Iglesia Los Sacramentinos*

campañas del Sí y del No, las elecciones libres, los medios de comunicación nacidos en oposición al régimen, como *Hoy*, *Análisis*, *La Época*, *Fortín Mapocho*. Y también las revistas de papel couché como *Cosas*, *Caras*. El famoso logo del No con el arcoíris inspiró a muchas campañas en el resto del mundo. Los más recientes son el No a Maduro y a Evo Morales.

La recuperación de la democracia con la derrota de Pinochet en 1988 y el triunfo de Patricio Aylwin en 1989 significó que durante los noventas se expandiera la cultura y comenzarían a aparecer los afiches de teatro, las revistas como *Diseño*, *Master Club*, *VM de Visa*, *Mundo Diners*, *Pluma y Pincel*, *ED*, *VD*, *Más Deco*. Y otras empresas van desarrollando un *branding* cada vez más sofisticado como BCI, Entel, CTC, Banco Edwards, Taller Uno, Prochile, Expo Sevilla, BancoEstado. Y los gobiernos van queriendo tener su propia identidad, como los logos para el período presidencial de Eduardo Frei y de Ricardo Lagos. Otro momento importante fue la aparición de los diseñadores de tipografías como Francisco Gálvez con sus familias Elemental y Australis o Luciano Vergara con Patúa y Rodrigo Ramírez con IndoSans.

Este relato breve que he querido hacer es un recorrido de memoria por la historia del diseño chileno, con la ayuda de los libros de Pedro Álvarez Caselli y Francisco Gálvez, de Guillermo Tejeda, y los catálogos de la primeras Bienales de Diseño de la Universidad Católica y los ejemplares de la revista *Diseño*. Pero lo que me preocupa es que esa historia solo va a quedar en estos impresos y no habrá posibilidades de sentarse en una silla de Singal o Muebles Sur, no podremos

*free elections, the media born in opposition to the regime, such as Hoy, Análisis, La Época, Fortín Mapocho, were valued. And also, couché paper magazines like Cosas, Caras. The famous logo of the No campaign with the colored rainbow inspired many campaigns in the rest of the world. The most recent are the No to Maduro and Evo Morales.*

*The recovery of democracy with the defeat of Pinochet in 1988 and the triumph of Patricio Aylwin in 1989 meant that during the nineties culture expanded and theater posters began to appear, magazines such as Diseño, Master Club, VM de Visa, Mundo Diners, Pluma y Pincel, ED, VD, Más Deco. And other companies started developing an increasingly sophisticated branding such as BCI, Entel, CTC, Banco Edwards, Taller Uno, Prochile, Expo Sevilla, BancoEstado. Governments were interested in having their own identity, such as the logotypes for the presidential period of Eduardo Frei and Ricardo Lagos. Another important moment was the appearance of typography designers such as Francisco Gálvez with Elemental and Australis families or Luciano Vergara with Patúa and Rodrigo Ramírez with IndoSans.*

*This brief story that I present in this article is a journey of memory through the history of Chilean design, with the help of the books by Pedro Álvarez Caselli and Francisco Gálvez, by Guillermo Tejeda, the catalogs of the first Design Biennial of the Catholic University and the copies of Diseño magazine. But what worries me is that this story will only be tangible in these forms*

tocar el envase de Klenzo o de Agua Mineral Panimávida y Orange Crush. Y admirar las ediciones diseñadas por Mauricio Amster o seducirse con los afiches de los Larrea y Albornoz. La enorme riqueza del diseño vitivinícola, la industria alimenticia, los envases de Rinso, o dimensionar el diseño industrial de las cocinas, refrigeradores y estufas de Mademsa, Fensa, Sindelen o Somela. Los televisores de IRT y Bolocco. Y así con miles de objetos, mobiliario, productos industriales, ediciones impresas, *branding* aplicados, *packaging*, envases y embalajes, etiquetas, afiches, campañas publicitarias, ilustraciones, diarios y revistas, catálogos, memorias anuales, y tantos otros registros que empiezo a olvidar.

De eso se trata el patrimonio de una nación. Y si no nos preocupamos de rescatar esa memoria gráfica e industrial que pertenece a todos los chilenos y chilenas, esta se perderá irremediablemente. Gran parte de este material está en bibliotecas, en colecciones particulares, en los herederos de los empresarios, industriales e impresores, de los publicistas, diseñadores gráficos, diseñadores industriales y de mobiliario de la época.

Propongo la unión del Estado, la empresa privada y las instituciones universitarias para crear el Centro Nacional de Diseño con un museo que reúna las colecciones y promueva el rescate de este patrimonio. De lo contrario este terminará desapareciendo, como pasó con gran parte de la arquitectura. Unidos todos se puede lograr materializar este sueño tan querido.

*and there will be no chance to sit in a chair by Singal or Muebles Sur, we cannot touch the container of Klenzo or Panimávida Mineral Water and Orange Crush. Neither can we admire the editions designed by Mauricio Amster or be seduced with the posters of the Larrea and Albornoz. The enormous richness of the wine design and food industry, the Rinso packaging, or the industrial design of Mademsa, Fensa, Sidelen or Somela stoves, refrigerators and heaters. The TVs of IRT and Bolocco. And the same happens with thousands of objects, furniture, industrial products, print editions, applied branding, packaging, labels, posters, advertising campaigns, illustrations, newspapers and magazines, catalogs, annual reports, and many other elements that I begin to forget.*

*That is what the Heritage of a Nation is about. And if we do not worry about rescuing that graphic and industrial memory that belongs to all Chileans, it will be irretrievably lost. Much of this material is in libraries, in private collections, in the heirs of entrepreneurs, industrialists and printers, publicists, graphic designers, industrial designers and furniture of the time.*

*I propose the union of the State, the private company and university institutions to create the National Center of Design with a museum that gathers the collections and promotes the rescue of this heritage. Otherwise it will end up disappearing, as it has happened with much of the architecture. United all we can achieve to materialize this dream so dear.*

Propongo la unión del Estado, la empresa privada y las instituciones universitarias para crear el Centro Nacional de Diseño con un museo que reúna las colecciones y promueva el rescate de este patrimonio.

*I propose the union of the State, the private company and university institutions to create the National Center of Design with a museum that gathers the collections and promotes the rescue of this heritage.*



Edición del Diario El Mercurio, agosto 1937