

El Estilo Tipográfico Internacional, su llegada a Chile

Desde las revistas a la letra transferible⁽¹⁾

por Mauricio Vico

Resumen

El movimiento que surgió durante la década de 1950 en Suiza se le ha conocido con diferentes acepciones: Escuela Suiza, de Basilea o Estilo Tipográfico Internacional. La llegada de este estilo a Chile comienza a hacerse efectiva a través de dos de sus principales publicaciones, las cuales circularán entre 1960 y la década siguiente. Por una parte, llegan aquellas publicaciones que provienen desde Suiza y Alemania, como la revista *Graphis* y la *Gebrauchsgraphik* respectivamente, y por otra, de origen estadounidense. No solo fueron estas revistas las que contribuyeron a instalar las nuevas concepciones del diseño en el campo profesional chileno, sino también hubo dos referentes que vinieron a determinar con claridad los preceptos del Estilo Tipográfico Internacional: las fuentes de palo seco, también llamadas sans serif o sin remates y la difusión de la letra transferible, producto que se ofrecía a través del catálogo de Letraset.

Palabras clave:
Transición, tipografía de palo seco, legibilidad, objetividad, sobriedad

Este artículo se propone develar algunos antecedentes del llamado Estilo Tipográfico Internacional o Escuela suiza y las influencias presentes en el Diseño Gráfico en nuestro país, desde tres ámbitos: la producción de revistas que llegaron desde el exterior, la expansión y uso de la letra de palo seco, también denominada *sans serif* o sin remate, y el catálogo de Letraset y sus letras transferibles.

Para la definición de sus contextos, así como de las denominaciones que este estilo ha recibido se han considerado como marco referencial las ideas expresadas por el historiador del diseño Philip Meggs, en parte el artículo de Simon Küffer ⁽²⁾, y “La influencia de la gráfica suiza en América Latina”, en el libro *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, y las propias investigaciones del autor de este texto.

Este estilo ha sido conocido con diferentes acepciones: Escuela Suiza o de Basilea o Escuela Tipográfica Internacional. Las raíces de este estilo provienen según Philip Meggs⁽³⁾ del movimiento *de Stijl*, la Bauhaus y de la nueva tipografía de los años 1920 y 1930. El movimiento internacional surgió durante la década de 1950 en Suiza, especialmente en las ciudades de Basilea y Zurich. Tuvo tal impacto e influencia en el contexto mundial, que hasta hoy se perciben sus postulados, y como aclara Simon Küffer, “*Si bien se la conoce como gráfica suiza, fue, en realidad, un fenómeno en el territorio suizo de habla alemana*”⁽⁴⁾.

Durante su historia este estilo ha tenido detractores y seguidores, provocando polémicas desde sus postulados. Por una parte, encontramos opiniones disidentes que consideran el movimiento como dogmático, por otra, las opiniones que lo avalan, resaltando la claridad, pureza, coherencia formal y composición haciéndolo digno de imitar, en especial, el uso e importancia que le dieron a la aplicación de la tipografía.

Lo que caracterizó a este movimiento fue la “objetividad” o “sobriedad” en el diseño, donde había que comprender el fenómeno de la gráfica como “organización de elementos y módulos”.

Este tipo de diseño tuvo su origen en dos corrientes que fueron denominadas de acuerdo a la ciudad donde se manifestaron: La Escuela de Zurich y la Escuela de Basilea. En la primera, sus tendencias estuvieron más ligadas al dogmatismo, mientras que en la segunda, formada por profesores, adoptando un perfil experimental.

La particularidad de estas ideas —las cuales se expandieron por el mundo— se debió a que los diseñadores reflexionaron sobre sus obras, su concepción del diseño, haciéndolo en muchos casos a través de libros, conferencias, artículos, concursos, exposiciones y esencialmente en las revistas que se publicaron en territorio suizo y alemán.

Entre sus máximas, Philip Meggs destaca la jerarquía que le asignaron a la unidad lograda a partir del uso de la retícula, dividiendo el plano de manera racional, es decir, el uso de la geometría como una expresión de orden. Un segundo aspecto relevante es la fotografía que trataba de presentar la información transparente y objetiva, dejando fuera los excesos decorativos. Un tercer elemento es la configuración del diagramado de textos justificado tanto a la derecha como a la izquierda. Estas ideas, que provienen del diseñador alemán Jan Tschichold, de la década de 1930, se convertirían en una norma. Uno de sus postulados más significativos es la tipografía de palo seco como forma de expresar la importancia y relevancia que le dieron al concepto de “legibilidad del texto”. Otra de las características en el plano de la morfología, la subdivisión en líneas rectas, verticales y

horizontales del espacio, dió como resultado esa atmósfera de construcción “aritmética controlada”, es decir, la pureza de los elementos visuales, su rigurosidad matemática en el uso del plano y del color. Estas concepciones se pueden apreciar especialmente en las producciones de revistas y afiches.

Otro rasgo que resalta Philip Meggs es la actitud que tuvieron ciertos diseñadores frente a la profesión, rechazando la expresión personal debido a que la actividad del diseño se insertaba en un contexto social. En este modelo, el diseñador se definiría no como un artista, sino más bien como un profesional que manejaba las herramientas científicas, lo que le permitiría entregar un objeto o mensaje al usuario claramente definido.

Algunos principios que compartieron gran parte de los diseñadores del Estilo Tipográfico Internacional fue la responsabilidad frente al usuario de comunicar “la verdad”, la confianza en el progreso artístico, tecnológico e industrial y entendiendo sus aportes a la democratización del arte, la publicidad de los productos y el consumo⁽⁵⁾.

La expansión de la gráfica suiza o Estilo Tipográfico Internacional por el mundo se debió a los contactos y trabajos que tuvieron algunos diseñadores de ese país con otros. El investigador Simon Küffer en su artículo sobre las influencias de esta escuela en Latinoamérica cita parte de un texto de B. Schneider para argumentar esta idea:

“Max Huber, Xanti Schawinsky, Walter Ballmer y Carlo Vivarelli se ocuparon con sus largas estadías en Milán de que el “swiss style” pusiera el pie en Italia. Adrian Frutiger, Jean Widmer y Gérard Ifier lo hicieron conocido en Francia (por los paneles tipográficos orientadores del metro de París de Adrian Frutiger). Hacia Alemania las conexiones se hicieron estrechas a través de la HfG Ulm con Max Bill, Ernst Hiestand, Josef Müller-Brockmann, entre otros. En Holanda se ocuparon de su difusión Pieter Brattinga y Total Design; en Gran Bretaña, lo hizo Pentagram. Herbert Matter y Armin Hofmann influyeron en EE.UU., por su estrecha relación con Paul Rand, Will Burtin y otros. El “swiss style” tuvo en los años sesenta una gran influencia en el diseño gráfico en EE.UU. y se mantuvo durante dos décadas”⁽⁶⁾.

Otro hecho significativo de influjos fue la publicación del periódico *New Graphic Design* (1959), donde los editores y posteriormente destacados diseñadores promovieron el diseño del Estilo Tipográfico Internacional. Estos diseñadores fueron Carlo L. Vivarelli (1918-1986), Richard P. Lohse (1902-1988), Josef Müller-Brockmann (1914-1996) y Hans Neuburg (1904-1983). Este periódico que era trilingüe⁽⁷⁾ hizo presentar internacionalmente el discurso y modelo de una nueva gráfica que contribuiría enormemente a fomentar el

diseño moderno y dio cuenta en gran parte de lo que estos diseñadores pensaban sobre cómo debía ser el diseño. Otros profesionales destacados de dicha escuela eran Emil Ruder (1914-1970), Armin Hofmann (1920), Hermann Zapf (1918), entre otros.

Otro antecedente que explica esta expansión y consolidación del movimiento suizo es su dimensión económica, la instauración del modelo de libre mercado, después de terminada la Segunda Guerra Mundial. Ello trajo como consecuencia la oportunidad de la comercialización de productos a gran escala en el mundo y la internacionalización de las empresas, surgiendo las transnacionales y como consecuencia en el diseño fue el desarrollo en plenitud de la imagen corporativa. En un mundo que se hacía multicultural, y los mercados de las grandes marcas se expandían, el diseño se justificaba como una disciplina que proponía valor agregado al producto, considerando en especial el concepto de estandarización. Además, el diseño gráfico en especial reforzado tanto por los preceptos del Estilo Tipográfico Internacional como por los de la Escuela de la Ulm, se impondrá como referente para dar sustentabilidad al desarrollo de un tipo de visualidad acorde con los nuevos tiempos.

En una sociedad que caminaba hacia la globalización, se hicieron relevantes aquellas tendencias que manifestaban ideas y conceptos de universalidad en el lenguaje del diseño; como dice Philip Meggs, *“era necesario aumentar la claridad de la comunicación, para que los formatos multilingües trascendieran las barreras del lenguaje”*⁽⁸⁾. El modelo de diseño gráfico sugerido por el Estilo Tipográfico Internacional contribuiría a romper estas barreras de la comunicación. En este marco las ideas de la economía social de mercado fue acompañada de un discurso visual, y si bien Chile no quedó ajeno a este fenómeno, la concreción fue tardía.

La implantación del Estilo Tipográfico Internacional en Chile se expandió de una manera muy lenta, desde fines de 1950 y se consolidó en plenitud posterior a 1973. Sin embargo, los rasgos de este estilo se sembrarían entre las fronteras de dos décadas, 1960 y los tres primeros años de 1970, donde el diseño editorial: libros, revistas y del afiche vivió una época de oro. Es decir, la edición de estos medios y sus propuestas de nuevos lenguajes estéticos alcanzó niveles de producción pocas veces visto en la historia del país, estimulada principalmente por una política cultural que provino del gobierno de la Unidad Popular, donde su principal difusión estuvo a cargo de la Editorial Quimantú.

El efecto que se provocaría en el diseño gráfico posterior al año 1973 fue finalmente consolidar dos líneas de influencia. La primera, aquella del Estilo Tipográfico Internacional con una menor concien-

cia intelectual de aquellos que la practicaron, sin embargo, silenciosa pero igual de efectiva. La segunda, aquella de la Escuela de Ulm, la que adquiriría una mayor presencia debida a la llegada de Gui Bonsiepe a Chile en 1969, quien había sido profesor en esta escuela. En su estadía, no sólo trabajó en los proyectos encargados por INTEC, sino, también, se encargó de dictar charlas y escribir en algunos medios locales los postulados que pregona dicha escuela. Así, Gui Bonsiepe forjó conciencia de estos preceptos en un grupo de estudiantes universitarios, muchos de ellos entusiastas por estas nuevas ideas y contaminados por el fervor de la Reforma universitaria. En él profesor y diseñador alemán vieron una auténtica renovación del diseño nacional, pero estos cambios hacía tiempo ya estaban instalados a través de los medios impresos, donde sutilmente el Estilo Tipográfico Internacional fue dejando sus huellas.

Las revistas de Diseño

Este movimiento el Estilo Tipográfico Internacional se expandió en Chile principalmente a través de las revistas que llegaban desde fuera del país. Este fenómeno, parte del diseño moderno, se produjo de una manera constante y sistemática, aunque en un círculo muy restringido, ya que no eran muchos los diseñadores locales que tenían acceso a estas revistas por sus altos precios o por su desconocimiento.

Otra causa de expansión fue una generación de artistas gráficos y publicistas que estuvieron abiertos a las nuevas tendencias que comenzaban a cambiar la manera de hacer diseño en el mundo. Esto influirá en el surgimiento de las primeras escuelas de diseño en Chile. Una de las causas basales fue justamente la renovación de los modelos, los lenguajes al interior de los recintos universitarios, en áreas como las escuelas de Bellas Artes así como las que se encargaron de la enseñanza de las artes aplicadas.

Es decir, una parte importante de la academia ignoró lo que sucedía culturalmente dentro y fuera del país. En este contexto, en pleno desarrollo de la Reforma universitaria de 1969, la Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile pasó a transformarse en el Departamento de Diseño, y oficialmente en agosto de 1970 se creó la carrera de Diseño.

A pesar de que muchos de los estudiantes que estuvieron allí consideraban que la Escuela de Artes Aplicadas era un recinto de excelencia⁽⁹⁾, ésta fue clausurada. Una de las causas más significativas de este cierre fue la distancia entre los contenidos que se enseñaban y la disconformidad y malestar de un grupo de alumnos que veían en el diseño una manera efectiva de cambio social y económico que en las Artes Aplicadas no encontró. Este proceso, ocurrido al interior

de la Universidad de Chile, contribuyó al cambio de una sociedad chilena cuya atmósfera de transformaciones sociales, culturales y políticas se estaba consolidando. Una nueva generación comenzaba a tener una incidencia relevante, una juventud que asumió la posibilidad cierta de ello; algunos tomaron el camino de las reformas, mientras que otros, la alternativa política, representada por posiciones ideológicas que se expresaron en la fuerza que adquirieron los partidos políticos de izquierda en este periodo.

Las revistas que trajeron a nuestro país el Estilo Tipográfico Internacional fueron la revista suiza *Graphis*⁽¹⁰⁾ y la alemana *Gebrauchsgraphik*⁽¹¹⁾. También hubo unas de origen estadounidense como *Art Director*, *Print* y *Communication art*. Esta última llegó a Chile desde la década de 1970 en adelante.

En Latinoamérica, estas hicieron su llegada muy temprano, trayendo nuevas concepciones del diseño, aunque se desconoce con certeza

cuales fueron exactamente los primeros ejemplares. Estas publicaciones de revistas suizas, alemanas y algunas de origen estadounidense comenzaron a circular en Chile desde la década de 1960. Estas revistas traían entre sus páginas un nuevo tipo de diseño gráfico, lo que atrajo la mirada de una nueva generación de jóvenes universitarios ya muy disconformes con la educación que recibían en este campo.

Las revistas *Graphis*, *Gebrauchsgraphik* ya circulaban en los primeros años de la década de 1960⁽¹²⁾ en el país. Como ejemplo de ello, se han encontrado el número 98 de la *Graphis* de 1961 y otro de *Gebrauchsgraphik*, el número 3 de 1962⁽¹³⁾. Otro ejemplo, es un anuario de la revista *Graphis* de 1959, que perteneció al diseñador autodidacta Rafael Vega-Querat⁽¹⁴⁾.

Vicente Larrea, destacado diseñador nacional, da cuenta de la circulación en el medio local y dice: “Nosotros siempre fuimos, desde que se nos formó, muy atentos a leer qué es lo que estaban haciendo otros diseñadores gráficos en el mundo. Estaba suscrita a revistas como *Gebrauchsgraphik*, *Graphis* y después *Communications Art* y *Print*”⁽¹⁵⁾. A propósito del mismo tema, el diseñador y académico Waldo González a mediados de la década de 1950, cuando aún era estudiante, trabajó como colaborador de la biblioteca de la Escuela de Artes Aplicadas. González se refiere a las

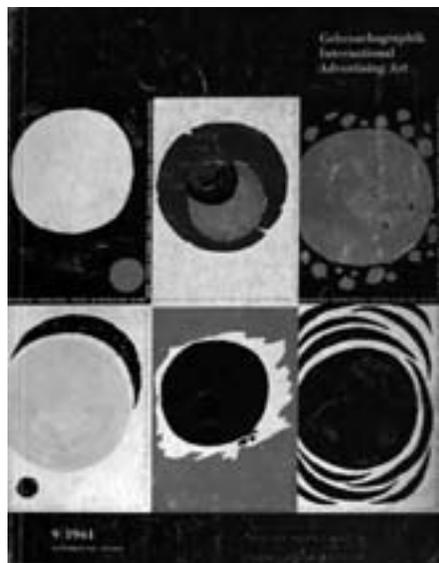


Imagen 1.
Revista *Gebrauchsgraphik* de 1961, realizada en la ciudad de Munich, Alemania, se comercializaría en Chile muy tempranamente.

revistas ya mencionadas: “La biblioteca era pequeña pero muy completa; teníamos buenas colecciones de libros, y también llegaban mensualmente las revistas *Graphis* y *Gebrauchsgraphik*”⁽¹⁶⁾.

El publicista Enrique Muñoz A., quien formaba parte del equipo del “Taller gráfico UTE” (Universidad Técnica del Estado) y que trabajó entre 1970 y 1973 en dichas dependencias, se refiere en especial a la publicación de *Gebrauchsgraphik*, destacando las propuestas de simplicidad del afiche y una nueva concepción que dicha revista divulgaba a través de sus imágenes:

“Esa revista primero consignaba lo mejor que se producía en el año o, del semestre parece, eran excepcionalmente buenos los trabajos que allí estaban, notabas que en otros países el concepto de diseño era diferente, la manera de ponerte frente a un afiche era distinto, acá todavía persistía mucho la parte pictórica, el pintor hacía un paisaje cargado de elementos. Todavía no operaba el afiche limpio; digamos en una palabra en lo posible, entonces nosotros ahí veíamos que las publicaciones europeas y americanas estaban con otra actitud, estaban con un criterio muy simple, muy bien entendido lo que debería ser un afiche [...], esa era la información visual que tuvimos nosotros, que superaba lo que nos había enseñado la universidad, ese era el ambiente de la gráfica nacional [...]”⁽¹⁷⁾

Por otro lado, indagaciones realizadas en un gran número de ejemplares encontrados en una biblioteca privada permitieron constatar que estas revistas y algunos libros tenían una restringida circulación en ciertas librerías de la ciudad de Santiago. Este hallazgo permite tener una perspectiva más amplia acerca de la influencia de éstas en el desarrollo y los cambios estilísticos en la gráfica practicada por algunos diseñadores locales de fines de 1960. Algunas librerías donde se vendieron las revistas citadas fueron:

- “Studio”, ubicada en la calle Agustinas N° 966. La inscripción está en el libro *The 44th Annual of Advertising & Editorial Art & Design*, edición de 1965.
- “The university Soc. chilena Ltda.”, ubicada en la calle Huérfanos N° 1156. Se encuentra el sello de la librería en el libro *Fotografismo*,



Imagen 2.
Revista *Graphis*, realizada en Suiza, y representa una de las ediciones que dio a conocer mundialmente el Estilo Tipográfico Internacional.

publicitario internacional, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1965.

- “Stela”, Weidner y Cía. Ubicada en la calle Merced N° 821, local 13, en la primera revista donde se encuentra esta inscripción es la *Gebrauchsgraphik* de noviembre de 1965.
- “Eduardo Albers”, calle Merced N° 820. La inscripción aparece en el anuario de *Graphis* 1970-1971.

Imagen 3.

Afiche realizado en 1972 por el diseñador-publicista Enrique Muñoz C. del “Taller gráfico UTE”. Se puede observar la aplicación de los preceptos del Estilo Tipográfico Internacional, tanto en su simplicidad de elementos como el uso de la tipografía de palo seco y la diagramación de textos justificadas a la izquierda.



Este fenómeno de circulación de revistas de la nueva gráfica suiza, no sólo sucedió en el territorio chileno, sino que también alcanzó dimensiones regionales como cita Simon Küffer: “... se deben considerar otras fuentes de influencia también significativas: la revista y libros suizos distribuidos en las ciudades principales desde los años cuarenta y más tardíamente las publicaciones de Gustavo Gili”⁽¹⁸⁾. Según el mismo autor, las revistas que más circularon por Latinoamérica, en especial México, Argentina, Brasil y Chile y que la mayoría de las editoriales confirman, fueron: *Neue Gebrauchsgraphik*, *Graphis*, *Neue Graphik*, *Typographische Monatsblätter*, *Die Spirale* y *Experimenta*. De las últimas tres se desconoce si circularon en el país.

Estas revistas internacionales tuvieron una llegada más temprana de lo que se podía presuponer. Los jóvenes rebeldes que acusaron recibo de los cambios en el diseño gráfico y que practicaron estos preceptos, allanaron el terreno para las nuevas generaciones que egresarían en los años posteriores al golpe militar, contribuyendo a imponer una nueva concepción de hacer diseño: una forma de hibridación, entre la práctica metodológica de la Escuela de Ulm y las huellas de una tipografía de palo seco, un sello inconfundible del Estilo Tipográfico Internacional. Sin embargo, los egresados de los recintos universitarios que habían entrado a estudiar diseño y se vieron enfrentados al ejercicio profesional desconocían el camino recorrido para la concreción de los nuevos lenguajes. Estas nuevas maneras se venían instalando y madurando con fuerza desde las fronteras de dos décadas 1960 y 1970.

La letra de palo seco, sans serif o sin remates

Otro antecedente, que viene a aportar en estos cambios del diseño nacional en la década de 1960, fue el uso de las fuentes llamadas de palo seco, *sans serif* o sin remates. Esta categoría siempre estuvo presente desde su primera apa-

rición en Alemania a principios del siglo XIX denominada en su tiempo *Akzydemz Grotesk*⁽¹⁹⁾. En el caso chileno, el uso de estas fuentes se observa en algunos anuncios publicitarios de principios del siglo XX⁽²⁰⁾. Se puede decir, que más que una creación nueva, el uso de la letra de palo seco fue el paradigma al servicio de un proyecto ideológico, a una concepción de la sociedad, a una nueva categoría estética: la funcionalidad. Es decir, en ello sí fue relevante el discurso de la “Nueva tipografía” que instaló la Escuela de la Bauhaus (1919-1933) mientras estuvo en las ciudades de Weimar y Dessau.

En esta nueva concepción, la letra de palo seco resurge con posterioridad al fin de la II Guerra Mundial, pero en un marco de una funcionalidad multicultural. Este es quizá el gran valor que le asignaron al diseño los suizos: la representación de una nueva escritura de carácter universal, globalizadora. La legibilidad de la letra como un concepto que buscaba la lectura para todos, es decir, el diseño en su rol social, contribuir a un mundo democrático y participativo, después de las catástrofes y experimentos totalitarios del fascismo y nazismo en Europa.

Las tipografías de palo seco adquirieron plena presencia en la industria gráfica chilena a fines de los años 1970, especialmente en la diagramación de revistas y afiches. De lo primero que se tiene conocimiento era que llegaban las planas de letras transferibles que fabricaba la empresa Letraset. Estas se ofrecían a través de su catálogo y de los avisos que aparecieron en las revistas internacionales ya nombradas. Podría ser esta última la causa de que llegaran al país las letras transferibles. Su socialización a un grupo muy reducido de profesionales, pero con una producción de soportes gráficos y presencia de lo que hacían fue de gran impacto en el medio: revistas, afiches, avisos, libros, carátulas de disco. Otro hecho que afectó el atraso de la incorporación de este tipo de letras fue la restricción de su comercialización en una economía chilena que estimulaba la industria nacional. Por ello, productos tan específicos no eran posibles de encontrar tan fácilmente en el comercio. Generalmente eran traídos a través de particulares que viajaban a EE.UU. o lograban importarlos con muchas dificultades, debido a los altos impuestos que había que pagar.

El arribo de este diseño tipográfico se propagó por varias vertientes. Una de éstas fue el uso del catálogo Letraset donde aparecieron muchas fuentes realizadas por los tipógrafos suizos y las fundiciones que divulgaron dichas fuentes: Berthold, Hass, Bauer y otras. En el caso de Chile esta propagación fue en parte a través de los avisos que aparecían tanto en *Graphis*, *Gebrauchsgraphik*, *Art Director* y *Print*. Ello terminó facilitando la expansión del Estilo Tipográfico Inter-

nacional y sus influencias en el uso de la fuente de palo seco. En el país, las más utilizadas para afiches fueron; *Helvetica*, *Cable Heavy*, *Compact*, *Univers* y *Optima*, todas de origen suizo. La *Univers*, diseñada por Adrian Frutiger, fue realizada por la fundición francesa Deberny y Peignot y la *Optima* de Hermann Zapf fue difundida por la fundición alemana Stempel, tipografía de palo seco que combina trazos gruesos y delgados, resultando elegante y de un alto grado de legibilidad. En el catálogo Letraset aparecen como variantes *Optima*, *Optima Bold* y *Optima medium*.

Otro de los tipos símbolo de este estilo fue la *Helvética* bautizada en primera instancia como *Neue haas grotesk*, familia que fue el resultado del mejoramiento de los tipos *Akzyl demz Grotesk* en 1957, producida por la fundición Haas de Suiza. Este diseño fue realizado en Alemania por D. Stempel AG en 1961 y se renombró *Helvética*, que es el nombre con el cual hasta hoy se conoce. El desarrollo de las variantes fue realizado por otros diseñadores. En el catálogo de Letraset se comercializaban la *Helvética* en: *Bold*, *Bold Italic*, *Compact*, *Extra Light*, *Light Condensed*, *Light Italic*, *Light*, *Médium*, *Médium Extended*, *Médium Italica*, *Médium Outline*, *Médium Reversed*, todas ellas con *copyright* de la fundición Haas. Algunas variantes que se realizaron de manera posterior fueron: *Helvética Bold Condensed* con *copyright* 1977, *Extra Bold copyright* de Letraset 1971, *Médium Condensed copyright* de Letraset, 1977.

En Chile se utilizó la *Helvética* en algunas variantes, las que fueron usadas especialmente en afiches; se pueden destacar: *Médium condensada*, *bold*, *médium*, *compact*, *light*, *médium italica*, las cuales coinciden con las elaboradas por el catálogo Letraset. Además, todas ellas pertenecieron a la fundición Haas. Otras fuentes que se utilizaron a menudo en impresos locales fueron: *Futura*, *Avant Garde* del diseñador Herbert Lubalin, *Bookman*, *Cable heavy*, etc. Así, el uso de estas tipografías nos permite constatar la llegada del Estilo Tipográfico Internacional, en especial a través del uso de sus fuentes de palo seco, las que vinieron a darle ese aire de renovación y modernidad que tanto buscaron los diseñadores chilenos de la década de 1960 y 1970. La presencia de esta tendencia y el uso de estas nuevas fuentes tuvieron en sí un valor de recambio donde los argumentos provinieron por el deseo de participación y la inserción real en los procesos industriales, el impulso de los *mass-media*, en un Chile que aspiraba a ser desarrollado.

En el contexto de la década de 1960 y 1970, el Estilo Tipográfico Internacional y sus influencias más evidentes, como se ha dicho, se hicieron sentir en el uso de la tipografía que adoptaron los grafistas nacionales para la aplicación en el diseño de afiches, también en el

campo editorial, especialmente en algunas revistas como *Paula*, *Onda*, *Ramona*, *Ritmo*, *Eva*, *Ahora*, *Paloma* y otras.

Se puede interpretar que para una parte importante de diseñadores de la época fue como “el último grito de la moda”. El solo hecho de utilizar fuentes de palo seco como signo de modernidad constuyeron las preocupaciones principales para un amplio sector de diseñadores chilenos. También lo fue en su tiempo tener acceso a una ampliadora fotográfica y un laboratorio de revelado, donde se pudieran realizar los procesos de traspaso y manipulación de los textos a través de los negativos *Kodalith*, y como realizar una buena copia fotográfica. Esta manifestación de contar con el acceso a las herramientas daría cierta atmósfera de éxito y de profesionalización, la práctica de un nuevo profesional de las comunicaciones, -el diseñador- estaba en condiciones de enfrentarse técnicamente a las exigencias que imponía la precaria industria nacional.

En el contexto de esos años, podrían explicarse estas corrientes emergentes para una nueva profesión que aparecía en la sociedad, y buscaba esa validez en el marco de proponer una nueva disciplina cuyas propuestas se dimensionaban en el mundo de las comunicaciones. Los cambios no sólo se exigían en el ámbito académico, sino también en lo profesional, donde lograron hacerse realidad con mayor evidencia y sus influencias se hicieron sentir fuertemente en el uso de la tipografía que adoptaron los grafistas nacionales. Especial énfasis en el uso de estas se hizo en la aplicación de afiches realizados al amparo de lo que fue el gobierno de la Unidad Popular. También en el campo editorial, especialmente en algunas revistas que se hicieron parte del proyecto cultural del gobierno, como las citadas -*Paloma*, *Onda*, *Ramona*- y la revista política *Ahora*. Sin embargo, en ese momento, las de mayor éxito no fueron precisamente éstas, sino la revista juvenil *Ritmo* y la feminista *Paula*.

La letra transferible y el catalogo Letraset

La empresa Letraset ⁽²¹⁾ fue fundada en 1959 en Londres ⁽²²⁾. Es en 1960 cuando aparecen las primeras hojas de transferencia en seco; estas venían en láminas de polímeros o plástico parecido a una transparencia, el lado del contacto con la superficie tenía un adhesivo sensible a la presión. La mayoría de las láminas venían con letras de color negro ⁽²³⁾. Por medio de la presión que se ejercía sobre la letra esta se transfería a la superficie del papel. Así se iban construyendo palabras o frases, letra por letra, lo que permitió a los diseñadores diagramar de una manera distinta.

El uso de la letra transferible implicó que no era necesario enviar a componer las palabras o líneas de texto, sino, por medio de un



Imagen 4. Página interna del catálogo de Letraset. Esta marca comenzó a comercializar estos productos desde 1958. Se pueden observar los diferentes tamaños que ofrecía para el uso profesional como letra transferible. Esta imagen corresponde a una impresión de 1978.

posición tipográfica. El catálogo de letras era restringido, si lo comparamos con la diversidad que otorga hoy el acceso a los medios digitales. Para la época, la letra transferible fue todo un suceso. Traía cerca de 156 fuentes entre variantes en sus pesos, incluidas 56 *script* como *display* ⁽²⁴⁾. *Mecanorma* de origen francés fue otro catálogo, el que bajo los mismos principios de comercialización de la letra transferible circuló en Chile. Se estima la disponibilidad y uso de este catálogo desde los años ochenta. *Mecanorma* promocionaba en su interior fuentes de palo seco; 192 que incluyen variantes de pesos; con serif 251 incluyendo algunas variantes de pesos script 69 y variantes; de fantasía 133 caracteres también con variantes de peso.

La aparición de la letra transferible, de la cual no se hace referencia en general como un hecho relevante, sí lo tuvo, ya que cumplió con expandir todo un movimiento del uso de fuentes de palo seco que se sustentó en los principios que promovió el Estilo Tipográfico Internacional. Las letras transferibles también permitieron que otras fuentes con remates se divulgaran internacionalmente, aludiendo a todo un pasado tipográfico. Estas eran, a modo de ejemplo, la *Capitallis Cuadrata* del Imperio Romano; *Garamond*, *Baskerville*, *Bodoni*, *Goudy*, y otras.

En el caso chileno, se tiene en antecedentes que llegaron en un principio las primeras hojas o láminas importadas de Letraset, desde fines de los años sesenta, para hacerse más populares cuando se instaló en definitiva la profesión de diseñador. Fue después de 1974 cuando comenzaron aparecer las primeras generaciones de profesionales educados en esta disciplina. El arribo del estilo suizo, reverberado por un catálogo que no solo contenía fuentes de palo seco, sino que concentraba una historia de la tipografía mundial en

sistema usando el principio de la calcomanía, se traspasaba cada letra a la superficie del papel. Este principio se le conoció como “letras de transferencia en seco”. El nombre del producto de la empresa se llamó *Instant Lettering*.

Para el mundo profesional de la gráfica nacional la llegada de la letra transferible dio más libertad a los diseñadores y no depender directamente de la fotocom-

pus páginas divulgó todo un acervo del diseño tipográfico. Así, las letras transferibles fueron usadas la mayoría de las veces sin saber que esto iniciaba una de las primeras instancias de difusión de las fuentes tipográficas y, por lo tanto, el reconocimiento tanto en la forma y en sus nombres, impactando en un alcance masivo. Sin embargo, el catálogo solo tuvo la intención de comercializar dichas familias tipográficas.

No está claro en qué fecha exacta llegó a Chile el catálogo Letraset. Se tiene conocimiento de que éste se usaba en la imprenta Zig-Zag. Rosario Torres, en ese tiempo diseñadora de la empresa, más tarde encargada de la realización de la famosa Colección *Nosotros los chilenos* de Editorial Quimantú ⁽²⁵⁾, en una entrevista señala “[...] el año 1969 más o menos empieza la lettraset [...] el jefe de arte tenía [...] recibimos algunas cosas, entre ellas nos quedamos con el catálogo...” ⁽²⁶⁾.

El cambio más radical, como consecuencia del uso de fuentes transferibles, fue la posibilidad de controlar el ancho de la frase, el tamaño de la letra, justo para calzar como lo proyectaba el diseñador o el diagramador. El control absoluto del espaciado de letras, entre palabra y palabra, entre línea y línea de texto en el caso de párrafos. Ello significó una innovación para diseñadores, publicistas, diagramadores y otros profesionales.

La diagramación se realizaba a través del procedimiento de la escritura de la palabra o de la frase, la que después era sometida al laboratorio fotográfico, y a través del uso de película *Kodalith*, en una secuencia de negativo y positivo se controlaba el tamaño del párrafo. Finalmente, se revelaba el texto al tamaño que se deseaba en papel fotográfico. Este procedimiento se puede corroborar con la siguiente cita a Luis Albornoz, uno de los actores relevantes del diseño nacional que hizo su carrera profesional en el Taller de los Hermanos Larrea: “*Los títulos grandes, un tiempo en que lo hacíamos en Letraset, como los cuerpos tipográficos que venían en las láminas no eran tan grandes, se hacía el negativo, se ampliaba al tamaño que se necesitaba para el afiche. Una copia fotográfica, que normalmente eso lo hacía Antonio*” ⁽²⁷⁾. Otra referencia se tiene de conversaciones con Vicente Larrea quien ratifica lo dicho anteriormente por Luis:

“Comienzo a utilizar la letra transferible que se conocía como Letraset cuando estaba trabajando en la Universidad de Chile, tiene que haber sido entre el año 1964 y 1967. Antes que llegara usábamos las tipografías de caja, por ejemplo: Monotipia para hacer los títulos de los folletos, todas esas cosas, cuando empecé con los afiches, dibujaba las letras. Se comenzó a usar Letraset, se armaba la frase o la palabra de un determinado tamaño, por ejemplo cuerpo 40 o 42, le sacábamos negativos (Kodalith), lo ampliábamos, en papel

F4 de alto contraste, esta se pegaba en el original de imprenta con cemento de caucho”⁽²⁸⁾.

El uso del producto *Instant Lettering* estaba disponible en una extensa gama de tipos de letra, estilos, tamaños, símbolos y otros elementos gráficos. Incluía una amplia gama de fuentes tipográficas, varias de ellas con sus familias completas como también los pesos (*bold, black, italic, outline, light*, compacta o condensada y extendida). Otro hecho significativo era que la empresa Letraset obtuvo la licencia de la biblioteca de colores Pantone⁽²⁹⁾ para fabricar sus productos (tabla de colores, marcadores, cartulina de colores y otros), y comercializarlos. De esta forma se produjo una irradiación de estos productos, los que también tendrían una incidencia en el uso de los colores Pantone para la industria gráfica chilena. Por otro lado, el Letraset tuvo impacto en los arquitectos, quienes no solo usarían sus tipografías, sino que también toda una gama de iconos transferibles: árboles, casas, autos, etc., denominados *cliparts* en esa época y que se podrían reconocer como *dingbats*. Todo este sistema iconográfico muchas veces lo utilizaron en los planos.

La llegada de estas influencias, en especial en la tipografía, se evidenció como un hecho concreto cuando sucedió el recambio generacional de artistas gráficos y publicistas a fines de 1960. Los jóvenes universitarios se empoderaron como diseñadores. Muy distintos a las generaciones anteriores, comenzaron a renovar el ambiente gráfico, fueron los pioneros del diseño local, a ellos les cupo la misión consciente y no tanto del uso de todas estas nuevas maneras de hacer diseño con formas más simples, preocupados del efecto comunicativo de sus piezas, de la importancia del concepto en el diseño, de la legibilidad tipográfica, del uso de la retícula en las revistas, de los textos marginados a la izquierda o derecha, y de la irregularidad de los textos siguiendo muchas veces el contorno de la imagen. Tal es el caso de los afiches de la izquierda chilena⁽³⁰⁾.

Un referente que dió cuenta de esta renovación fue la aparición en el mercado editorial de la revista *Paula* en 1967, con el uso en portada de la fuente *Helvética*, símbolo de la Escuela Suiza. Algunos de los primeros vínculos del diseño local con esta gráfica es posible detectarlos en la realización de determinados programas para las obras de teatro universitario realizadas por el ITUCH de la Universidad de Chile. En estas piezas gráficas es posible ver cambios en el lenguaje gráfico, en su mayoría realizados por Francisco Moreno y José Messina, en los primeros años de la década de 1960, cuando aún trabajaban en el Departamento de Extensión de dicha casa de estudios. Más tarde, en el año 1964, quedaría en su reemplazo Vicente Larrea.

Otros soportes donde se manifestó esta corriente, tanto en su

dimensión iconográfica como tipográfica, fueron los afiches, carátulas de disco, folletos, revistas. Estas piezas realizadas por el Taller de los Hermanos Larrea llevaban el sello de la Escuela Tipográfica Internacional.

Los primeros indicios de influencia de dicha escuela se dieron en algunos de los afiches realizados por Vicente Larrea cuando aún era diseñador del Departamento de Extensión de la Universidad de Chile entre los años 1964 y 1968. El primer antecedente donde Vicente usa tales tipografías —la *Helvética Bold* y los subtítulos *Univers 59*— fue en los títulos del afiche “Escuela Sindical” (1965). A posteriori, Vicente realizó entre 1964 a 1967 veintiocho afiches con fuentes de palo seco. Durante 1968, ahora con Antonio, Vicente funda el Taller de los Hermanos Larrea, y desde 1969 suman la colaboración de Luis Albornoz, quienes permanentemente recurrirían al uso de las tipografías de palo seco que tanto caracterizaron dicho movimiento.

La serie de afiches para la Polla Chilena de Beneficencia (1971-1973) fue otro testimonio donde se denotan algunas características de dicho movimiento. En este grupo de afiches se identificaron una serie de tipografías que provinieron de esta postura, que hablan de la aplicación de un cierto racionalismo en la utilización de las fuentes tipográficas de palo seco en su composición, características que identifica el historiador del diseño Philip Meggs quien al respecto establece “*en una configuración de márgenes alineados a la derecha y desiguales a la izquierda*”⁽³¹⁾. Un rasgo compositivo de aquellos trabajos fue el uso de “redes matemáticas” en ciertos casos y las justificaciones de líneas virtuales como una unidad para componer en una organización asimétrica los elementos visuales del afiche. Estas características que distinguían al diseño suizo eran reconocibles en los cartelistas Waldo González y Mario Quiroz quienes fueron los encargados de la realización de los afiches de la Polla Chilena de Beneficencia. Estos cartelistas coinciden en su conceptualización, mas no llegando al racionalismo matemático de la retícula, sino a la tendencia de la armonización de los textos con la puesta en escena de la imagen. Estos trabajos en el uso de las fuentes de palo seco utilizaron en su mayoría las mismas tipografías que el Taller de los Hermanos Larrea. Solo se distingue en algunos afiches el uso de la fuente *Óptima médium*.

Otro caso en que también se dieron estas citas de dicha escuela fueron los afiches realizados en el “Taller Gráfico UTE”⁽³²⁾, entre 1969 y septiembre de 1973. Las características que se pueden observar en este grupo de afiches están más bien en su uso, más que en un planteamiento de rigor, respetando los postulados del Estilo Tipo-

gráfico Internacional. Su uso provino de la facilidad de hacer los textos, de manipular la frase y su ubicación en el plano compositivo del afiche. Asimismo, varios de ellos denotando la marginación de los textos en un eje virtual al lado izquierdo. Por otro lado, no solo utilizaron las tipografías como lo testimonian las piezas encontradas, sino también recurrieron al uso artesanal, muchas veces, copiando las láminas en papel fotográfico para después recortarlas con tijera y pegar las letras una al lado de otra, una por una, para el armado de la frase o el título del afiche. Otro caso del uso de la tipografía, utilizando el mismo proceso, fue a través de hacer copias de revistas donde había fuentes de palo seco. Este hecho podría explicar por qué muchas veces no fue posible encontrar las fuentes originales.

Las fuentes fueron usadas para soluciones de legibilidad y visibilidad más que estéticas, respetando una composición precisa y limpia, caracterizada por las justificaciones de los textos a la izquierda, derecha, marginada o centrada, todo con un fin práctico.

Se puede resumir que el Estilo Tipográfico Internacional dejó una herencia en la comunicación visual que muchos diseñadores locales hicieron suya, precisión, método, pensamiento funcional e integral, originalidad, para enfrentar un discurso de un nuevo lenguaje tanto en el tratamiento de la imagen como en el uso de la tipografía de palo seco, en la diagramación, la aplicación de la retícula, el uso del color, más libre, menos academicista y una responsabilidad ante todo de la recepción del mensaje en la comunidad.

Notas

1. Este artículo tiene como origen la investigación doctoral "El cartel político, social y cultural de la izquierda chilena durante la campaña presidencial de Salvador Allende y el gobierno de la Unidad Popular: 1970 y 11 de septiembre de 1973", Directora de Tesis, Dra. Anna Calvera. Programa Investigación en Diseño de la Universidad de Barcelona, España, Facultad de Bellas Artes, Departamento de Diseño e Imagen.
2. KÜFFER, Simon, "La influencia de la gráfica suiza en América Latina", p. 238-244, en FERNÁNDEZ, Silvia, BONSIEPE Gui (ed.), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, Editora Blücher, São Paulo, Brasil, 2008.
3. MEGGS, Philip, "Historia del Diseño Gráfico", Editorial McGraw-Hill, Ciudad de México, México, 2000, p. 321.
4. KÜFFER, Simon, Op. cit., p. 239.
5. *Ibidem*. cit., p. 239.
6. *Ibidem*, p. 241.
7. No deja de extrañar que fuera bilingüe justamente en un país donde la población habla tres idiomas. alemán, francés e italiano. N. del A.
8. MEGGS, Philips, Op. cit., p. 333.
9. Revisar CASTILLO, Eduardo et. al. *Artesanos, artistas, artífices*, La Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile, 1928-1968, capítulo "Transformación social, arte popular e identidad", pp. 317-342, autor Mauricio Vico, Ocholibros editores, y Pie de Texto, Santiago, Chile, 2010.
10. Publicada por Amstutz y Herdeg Graphis Press Zurich, Suiza.
11. Su razón social de circulación internacional fue Gebrauchsgraphik, International Advertising Art. Su nombre original en alemán, *Gebrauchsgraphik, Monatschrift zur Förderung künstlerischer Reklame*. Revista mensual que apareció en 1924 hasta 1944, publicada en Berlín, promocionaba las artes gráficas y la publicidad. Terminada la II Guerra Mundial se producirá su relanzamiento en 1950. (<http://aqua-velvet.com/2010/08/gebrauchsgraphik-covers-1955/>. Última visita 23 marzo, 2011).
12. Aparte de los ejemplares ya nombrados, se ubicaron en su poder una serie de estas revistas hasta el año 1968 y una *Art Direction* de 1966. N. del A.
13. Estos números se encontraron en poder del Sr. Mario Muñoz, publicista, quien en un momento estuvo a cargo de una imprenta en Santiago. N. del A.
14. Diseñador autodidacta proveniente del norte de Chile y que centró sus preocupaciones en la renovación del lenguaje visual en la gráfica local. Tuvo una fuerte incidencia en la concepción del diseño de los hermanos Larrea, Vicente y Antonio como en Luís Alborno y esporádicamente en el diseñador vecindado en la ciudad de Concepción Domingo Baño. N. del A.
15. LARREA, Vicente entrevista realizada por Mauricio Vico, octubre 2003.
16. CASTILLO, Eduardo, *Waldo González, obra gráfica*, Ediciones Universidad Diego Portales, Santiago de Chile, 2011, p. 158.
17. MUÑOZ A., Enrique: entrevista realizada por Mauricio Vico, 16 de marzo de 2010.
18. KÜFFER, Simon, Op. cit., p. 244.
19. El primer carácter sin remates conocido hasta ahora era un muestrario de 1816 de la fundición W. Caslon IV; sin embargo, James Mosley, autor del libro *Sobre los*

orígenes de la tipografía moderna, Editorial Campgranic, 2010, sitúa como el primer diseño donde aparece el carácter sin remates o palo seco el texto que figura debajo del diseño para la biblioteca de Lansdowne House (1792), de George Dance. Se ubica en Sir John Soane's Museum, Londres, Inglaterra. N. del A.

20. Revisar tomo IV "Retrospectiva visual del Centenario de Chile", autor Felipe Bruna, Ediciones Pehuén, Santiago de Chile, 2010.
21. Para este artículo se ha utilizado un ejemplar del catálogo de *Letraset* adquirido en 1982, que trae su copyright de 1978. solo se ha revisado el *Letraset* debido que los primeros indicios de su uso en Chile se vinculan a este producto y el otro catálogo que existió, *Mecanorma*, vino a tener una presencia masiva y de comercialización a mediados de los setenta en el país. N. del A.
22. *Letraset* es una empresa con sede en el barrio industrial de Kingsnorth Ashford en el condado de Kent, Inglaterra. Información obtenida en la página web: <http://en.wikipedia.org/wiki/Letraset>
23. Aunque en la década de los 80 existían láminas de algunas fuentes tipográficas venían en color rojo, verde, azul, amarillo, oro y plata. N. del A.
24. Otro catálogo Mecanorma de origen francés que también se comercializó en Chile, se conoce de este desde los años ochenta, agrupó en palo seco; 192 fuentes que incluyen variantes de pesos; con serif 251 incluyendo algunas variantes de pesos; script 69 y variantes; de fantasía 133 caracteres también con variantes de peso. N. del A.
25. Colección que publicó 49 números, desde 1971 hasta septiembre de 1973.
26. TORRES, Rosario: entrevista realizada por Mauricio Vico, enero, 2008.
27. ALBORNOZ, Luis: entrevista realizada por Mauricio Vico, marzo, 2004.
28. LARREA, Vicente: entrevista realizada por Mauricio Vico, octubre, 2003.
29. Según el catálogo de 1982, el sistema Pantone está basado en una gama de 505 colores elaborados a partir de 10 tintas básicas.
30. Revisar *Cartel chileno, 1963-1973*, Ediciones B, Santiago de Chile, 2004, y *Un grito en la pared, Psicodelia, compromiso político y exilio en el cartel chileno*, Ocholibros editores, Santiago de Chile, 2009.
31. MEGGS, Philip, Op. cit., p. 320.
32. Este taller formó parte de la Vicerrectoría de Comunicaciones de la desaparecida Universidad Técnica del Estado. Fue encargada de producir oficialmente los afiches de esa casa de estudios. N. de A.

Bibliografía

- Álvarez, P. & Castillo, E. (2010). *Historia gráfica de la propiedad industrial en Chile*. Santiago, Chile: INAPI.
- Bruna, F. (2010). *Retrospectiva visual del Centenario de Chile*. Santiago, Chile: Ediciones Pehuén.
- Castillo, E. (2011). *Waldo González, obra gráfica*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Craven, D. et al. (2006). *Latinamerican posters*. Santa Fe, Nuevo México, EE.UU.: Edition by Russ Davidson.
- Fernández, S. & Bonsiepe, G. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo, Brasil: Editora Blücher.
- Meggs, P. (2000). *Historia del Diseño Gráfico*. Ciudad de México, México: Editorial McGraw-Hill.
- Mosley, J. (2010). *Sobre los orígenes de la tipografía moderna*. Barcelona, España: Editorial Campgranic.
- Vico, M. (editor). (2013). *El afiche político en Chile: 1970-1973*. (en edición). Santiago, Chile: Ocholibros ediciones.
- Yanker, G. (1972). *Pop Art, over 100 contemporary political posters*. Londres, Inglaterra: Studio Vista Publishers.
- Programa Básico de gobierno de la Unidad Popular*. (1972). Santiago, Chile: Impresora Horizonte.
- Programa de gobierno de la Unidad Popular, Declaración de "El Arrayán"*. (7. ed.). (1972). Santiago, Chile: Imprenta Horizonte.
- Con Allende y por la patria, plataforma de gobierno del partido de la unidad popular*. (c.1973), [s.l.]: Empresa Editora Nacional Quimantú.

Revistas

- Art Direction*, mayo, 1961; abril, 1966; octubre, 1966; junio, 1967; julio, 1967; octubre, 1967; mayo, 1972; agosto, 1972; septiembre, 1972.
- [s.a.]. (1957-1958). Anuario art. "posters". *Graphis annual*, International Journal of Graphic Art an Applied Art, 21-65.
- [s.a.]. (1959-1960). Anuario art. "posters". *Graphis annual*, International Journal of Graphic Art an Applied Art, 21-63.
- [s.a.]. (1968-1969). Anuario art. "posters". *Graphis annual*, International Journal of Graphic Art an Applied Art, 25-71.
- [s.a.]. (1970-1971). Anuario art. "posters". *Graphis annual*, International Journal of Graphic Art an Applied Art, 27-71.
- [s.a.]. (1971-1972). Anuario art. "posters". *Graphis annual*, International Journal of Graphic Art an Applied Art, 25-69.
- [s.a.]. (1961, septiembre). Anuario art. "German posters 1960", *Gebrauchsgraphik, International Advertising Art*. (9), 2-13.
- [s.a.]. (1961, septiembre), Art., "Typisch für Berthold und weltweit verbreitet" *Gebrauchsgraphik*,

International Advertising Art. (9), 71.

- [s.a.]. (1964, octubre). Aviso de fuente univers, *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (10), 74.
- [s.a.]. (1965, abril). Aviso de fuente univers, *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (5), 75.
- [s.a.]. (1965, mayo). Art. "Porsh circus posters", *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* 12-15.
- [s.a.]. (1965, julio). Art. "For people who have seen their fill", The graphics designs *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (7), 8-21.
- [s.a.]. (1965, diciembre). Aviso de Letraset, *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (12), 6.
- [s.a.]. (1966, junio). Art. "Selection of Swiss posters 1965", *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (6), 10-19.
- [s.a.]. (1966, junio). Art. "Signets and trade-mark of the World", *Gebrauchsgraphik*, *art. International Advertising Art.* (6), 39-51.
- [s.a.]. (1967, octubre). Art. "Graphics design Deutschland 66/67", *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (10), 2-64.
- [s.a.]. (1967, diciembre). Art. "The Lucas-award 1967" *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (12), 14-27.
- [s.a.]. (1968, enero). Art. "Air France posters by Georges Mathieu", *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (1), 2-7.
- [s.a.] (1968, enero). Art. "Lettered graphics by Friedrich Poppl", *Gebrauchsgraphik*, *International Advertising Art.* (1), 20-25.

Entrevistas

- ALBORNOZ, Luis: entrevista realizada por Mauricio Vico, marzo 2004.
- LARREA, Vicente: entrevista realizada por Mauricio Vico, octubre 2003.
- MUÑOZ A., Enrique: entrevista realizada por Mauricio Vico, marzo 2010.
- TORRES, Rosario: entrevista realizada por Mauricio Vico, enero 2008.

