

El
Diseño
Gráfico
en
Lima.
1960

Octavio Santa Cruz

El
Diseño
Gráfico
en
Lima.
1960

ediciones  Noche de Sol

Octavio Santa Cruz Urquieta

EL DISEÑO GRÁFICO EN LIMA. 1960

ISBN N° 978-612-46156-3-4

Autor

© Octavio Santa Cruz Urquieta

octavioscu@yahoo.com

<http://laguitarraenelperu.blogspot.com>

Editado por:



© Ediciones Noche de Sol

de Catalina Bustamante Méjico

Av. Dos de Mayo 1153, Edificio Firenze, piso 802, San Isidro, Lima 27, Perú.

bustamantecatalina@yahoo.com

0051 27 496 8848

Primera edición: febrero 2018

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ N° 2017-18176

Se terminó de imprimir en febrero de 2018 en:

Litho & Arte S.A.C.

Iquique 026, Lima 01

Corrección de estilo:

Juana Iglesias

Diseño de portada e interiores:

Octavio Santa Cruz Urquieta

Composición de interiores:

Paolo Dulanto

Apoyo en proceso editorial:

Daniel Segovia, Gustavo Gutiérrez, Hilary Meza, Julio Vega

Publicación apoyada por el Ministerio de Cultura del Perú

a través de la Convocatoria INFOARTES 2017

www.infoartes.pe

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro sin permiso del editor.

© Octavio Santa Cruz

Todos los derechos reservados

Todos los diseños, cubiertas, fotografías y demás contenido informativo pertenecen a sus autores.

De las imágenes correspondientes:

© Carlos González, Carlos Tovar, Ciro Palacios, Claude Dieterich, Eliseo Guzmán,

Jesús Ruiz Durand, Joe De León, Pedro Guimoye. Víctor Escalante.

Esta es una publicación de carácter cultural, educativo e informativo.

Las opiniones expresadas en la presente publicación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Tiraje: 500 ejemplares

Impreso en Perú - Printed in Perú

A Catalina, mi esposa.

A Alina, Gabriela y César Octavio, mis hijos.

A Mayanne, Etane, Rafael y Alessandra, mis nietos.

A mi familia.

ÍNDICE

PRÓLOGO 6

PREFACIO 13

INTRODUCCIÓN 15

Capítulo I

LA GRÁFICA ANTES DE LOS SESENTA 21

A manera de antecedentes y contexto

I.1 El contexto 22

Los años cincuenta 22

El caso local 23

Primera aproximación al mundo del arte 25

Porfirio Meneses 25

El profesor Sagástegui 27

Juan Rivera Saavedra 28

I.2 La gráfica antes de los sesenta 32

El caso peruano 32

Arte gráfico, artes gráficas 33

Antecedentes 33

Carátulas de libros con solo texto a tipografía 34

Carátulas de libros con texto a tipografía y viñeta o ilustración 35

Carátulas de libros con ilustración encargada a un dibujante 36

Carátulas de libros con ilustración encargada a un artista reconocido 37

Carátulas de libros con diseño encargado a un artista profesional 40

I.3 Colecciones, series y festivales 41

Francisco Campodónico 43

Populibros 45

Otros productos gráficos. Anuncios y programas de teatro 52

1.4 Técnicas de mesa 57

Capítulo II

LA GENERACIÓN DEL CINCUENTA 59

El Estilo Tipográfico Internacional como referente

II.1 La generación del cincuenta 60

Werner Stockli 60

Los diseñadores suizos 62

Los diseñadores peruanos 64

Claude Dieterich 65

1964 66

II.2 El arte gráfico aplicado 67

Las revistas gráficas 68

El diseño gráfico en exposiciones de arte 71

Hans Erni 72

Max Bill 73

Alberto Caballero 73

Josef Müller-Brockmann 74

II.3 Fin de los cincuenta e inicios de los sesenta 76

Tipografía sin adornos 76

II.4 Los Cuatro 77

II.5 El Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado 79

II.6 El Segundo Salón de Arte Gráfico Aplicado 79

II.7 Los diseñadores extranjeros y sus obras 81

Hans Bosshard 81

André Bovey 81

Markus Barandún 84

José Casals 84

Baldomero Pestana 84

Werner Stockli 85

Lena Bassler 94

II.8 El diseño en las carátulas de revistas 96

La revista *Fanal* 96

La revista *Copé* 103

CREART. Guía Cultural de Arte y Espectáculos 103

La revista *UNICEF* 104

Capítulo III

LA GENERACIÓN DEL SESENTA 105

Recuerdos, entrevistas y anécdotas

III.1 La generación del sesenta 106

III.2 Entrevistas individuales 107

Carlos González 107

Claude Dieterich 116

Joe De León 124

José Bracamonte 128

III.3 El conversatorio en la Casa de la Literatura Peruana 129

Capítulo IV

LA GENERACIÓN DEL SETENTA 135

Participación en la vida cultural del país

Jesús Ruiz Durand 137

Víctor Escalante 149

Ciro Palacios 151

Carlos Tovar 154

Eliseo Guzmán 157

Pedro Guimoye 160

Capítulo V

ANÁLISIS Y COMENTARIOS 169

De la materia, la forma y el contenido

V.1 Análisis de obras 170

Sabino Springett 172

Carátula de *Fanal* N° 45

Alejandro Romualdo Valle 175

Carátula de *Fanal* N° 18

Eduardo Badía Vilató 176
Carátula de *Fanal* N° 38

Werner Stockli 178
Aviso de Navidad para la Casa Oechsle
Aviso de Otoño para la Casa Oechsle

Hans Bosshard 181
Portada de la revista *UNICEF* N° 23

Markus Barandún 182
Logotipo de Polystel

Lena Bassler 183
Carátula de *Fanal* N° 67
Carátula de la revista *UNICEF* N° 24

Claude Dieterich 185
Símbolo gráfico para el Acuerdo de Cartagena
Logotipo para alfombras Hogar
Caligrafías

José Bracamonte 188
Carátula de libro *Lima, hora cero*
Carátula de libro *Ayer y hoy*
Carátula de *Fanal* N° 58
Afiche para la Cámara Junior
Afiche para Cine Club ENBA
Logotipo del Banco de Crédito del Perú

Carlos González 193
Afiche para la obra de teatro *Rodil*
Afiche para la Feria de La Victoria
Carátula de libro *Matalaché*

Joe de León 195
Afiche para la Feria Internacional del Automóvil
Ilustración para aviso

Jesús Ruiz Durand 196
Símbolo gráfico *Túpac Amaru*
Logotipo para ESAL
Afiche para Reforma Agraria
Afiche para Encuentro Internacional sobre Ricardo Palma
Carátula de libro *Katatay*
Afiche para la Semana de Integración Cultural Latinoamericana

Víctor Escalante 200
Carátula de la revista *Pesca*
Afiche para seguros
Afiche de teatro para Cuatro tablas.
Afiche-poema *Balada para un caballo*.

Ciro Palacios 202
Afiche *Sandino vuelve*
Afiche para pinturas Acrylart

Carlos Tovar 204
Afiche *Arte es Integración*
Afiche Seminario Internacional Audiovisual e identidad cultural
Carátula de disco LP *La Casa de Cartón*
Afiche Inmigración japonesa
Logotipo Comisión de la Verdad y Reconciliación

Eliseo Guzmán 206
Afiche para Exportadores de azúcar
Carátula de *El libro de los niños del pueblo*
Logotipo para Prodimá
Afiche para Convención de Mujeres Peruanas

Guzmán-Tovar 208
Afiche para Feria del Libro, 1973

Pedro Guimoye 208
Papel membretado
Logotipo Radio Miraflores
Logotipo Glamour & Beauty

Octavio Santa Cruz 210
Logotipo para Capeco
Carátula para la Guía Telefónica 1974
Afiche. Asamblea de las Naciones Unidas para el Desarme
Símbolo del Coro Nacional

V.2 Coincidencias y singularidades 213

Coincidencias 213
Diagramación 226
Singularidades 235
Santa Cruz: una experiencia en blanco y negro 249

Capítulo VI

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS 249

Otras dedicaciones, habilidades y competencias

Capítulo VII

SÍNTESIS Y CONCLUSIONES 277

Los instrumentos y sus resultados

Síntesis 278
Conclusiones 280
Bibliografía 282
Anexos 284
Modelo de cuestionario 306
Glosario 308

PRÓLOGO

*La gente permanece fuera
de la comprensión de una ilustración
en proporción inversa a la del autor
que se mantiene dentro.*
Norman Rockwell¹.

Conocer y admirar al artista, ser colegas y amigos por muchos años, convierte la experiencia que procuraré transmitir en un orgullo profesional y personal que agradezco de antemano, por la confianza de haberme permitido expresarlos. *El diseño gráfico en Lima. 1960* de Octavio Santa Cruz Urquieta es en primer lugar una fiesta de información gráfica sorprendente y evocadora, así como un esfuerzo de investigación importante e indispensable para la historia del arte peruano contemporáneo y una propuesta alentadora para quienes buscan información sobre los artistas peruanos que desarrollan un género artístico específico, en un ámbito de tiempo y espacio determinados. Santa Cruz se propone explorar, recopilar y contrastar información de primera mano de la etapa del comienzo del diseño gráfico en Lima, a partir del testimonio directo de sus protagonistas, para llenar un vacío pues su desconocimiento resiente la historia del arte peruano, así como perjudica la formación profesional actual de quienes siguen la carrera desconociéndola. Guía la propuesta de Santa Cruz la convicción de poder estructurar y sistematizar una visión histórico-crítica del diseño gráfico de la década de 1960 en Lima, una práctica que se remonta a muy antiguo en la historia del arte. Él pertenece a la generación que inaugura este campo, lo que ha sido una experiencia inédita en esta investigación, pues suma a su contacto directo con los personajes y las circunstancias que dieron lugar a su auge, el conocimiento profundo de la técnica y del aspecto creativo, cualidades ambas que le han sido reconocidas internacionalmente a Octavio Santa Cruz Urquieta. Es parte del grupo, vivió sus avances y consolidación desde el interior del proceso creativo y de aceptación pública. Este hecho es un privilegio que la historia del arte peruano debe agradecer y los lectores apreciar y valorar. Los artistas dan su testimonio, como

ningún otro crítico o historiador de arte hubiera podido lograr de manera distinta por la oportunidad que ofrece de contrastar sus apreciaciones.

Santa Cruz *ve y sabe mirar*, está atento a lo que las imágenes transmiten, una cualidad que lo acompaña desde niño. Para hacernos partícipes de su experiencia y facilitar la comprensión del proceso creativo, ha organizado el corpus que analiza de acuerdo a generaciones, considerando la fecha en que comenzaron su actividad profesional definitiva los artistas incluidos. El material comprende diagramación; carátulas e ilustraciones de libros; revistas y memorias; el aspecto publicitario de afiches, folletos, avisos, logotipos; símbolos; señalética; tipografía y aspectos vinculados. El sustento de la indagación es comprender el desarrollo de la especialidad.

La imagen, vehículo fundamental del diseño gráfico, tiene gran complejidad debido a su intención precisa de convencer y porque contiene significados concentrados y sintetizados a favor de una idea. Significados y propuestas que están estrechamente ligados a su medio, al contexto específico para el cual se crea y con la intención que se pretenda en su origen. Inicialmente la imagen se posicionó en el campo de la estampa religiosa acompañando libros piadosos, o de manera individual para la devoción popular. Pero incursionó hacia espacios laicos mayores y orientada como finalidad principal a informar. Entre 1605 y 1609 en Amberes se publicó *Nieuwe Tijdingen*, que se considera el primer periódico ilustrado de la historia. El *Boston News Letter* publicó el primer grabado de prensa en 1707, y desde 1719 se empleó pequeñas imágenes (*recursos*), para ilustrar las noticias. La imagen fue ocupando espacios en las publicaciones de diarios y libros posicionándose como un medio

1 Satué, Enric. *El factor diseño en la cultura de la imagen y en la imagen de la cultura*. Madrid: Alianza Editorial, S. A., 2011: 198.

alternativo de significados, con un amplio poder de asociación y de convencimiento. Su presencia fue cada vez más amplia a finales del siglo XVIII e inicios del XIX, democratizando la información y permitiendo el uso popular de copias de obras de arte, antes solamente disfrutadas por las clases acomodadas. Inglaterra, Francia y Alemania contribuyeron con los avances técnicos que auspiciaron el éxito del recurso al facilitar su calidad y ampliar su uso a ediciones ilustradas. En 1830 Estados Unidos de Norteamérica lanzó los *penny papers*, de bajo costo y gran número de ejemplares, que inauguraron la inclusión de publicidad para solventar el costo de la publicación y abaratarla, favoreciendo un mayor número de lectores. La publicidad comercial es hasta la fecha condición indispensable en este tipo de proyectos aparejada, inevitablemente, a la direccionalidad ideológica que la acompaña. Se considera que el *New York Mirror* publicado en 1823² es el ejemplo más claro del aumento exponencial de la imagen en el periodismo ilustrado que en esta, como en otras publicaciones europeas, se fue apropiando con seguridad y vehemencia de sus páginas. Junto con la imagen publicitaria se incorporaron la caricatura y la historieta como refuerzo importante para transmitir mensajes. A partir de este momento fue evidente la eficacia de la imagen como medio de comunicación, apoyada con el texto en mayor o menor medida.

En el Perú, Santa Cruz se remonta a los años cincuenta del siglo XX, cuando aparecen nombres pioneros del ámbito intelectual que impulsaron, por diversas circunstancias, el dibujo gráfico publicitario y artístico. Considera fundamental para su desarrollo la presencia en Lima de diseñadores representantes del *Estilo Tipográfico Internacional* o *Diseño Suizo* que encauzaron la inquietud de jóvenes talentosos, así como contribuyeron a intercambiar experiencias con quienes en el momento desarrollaban el arte aplicado. Es especialmente significativa la actividad de Werner Stockli, que atendió desde vitrinas y avisaje hasta imagen institucional y memorias. En coherencia con la importancia de la ilustración para reforzar el mensaje, la historia de la gráfica limeña ofrecida por Santa Cruz se complementa con reproducciones que permiten recorrer el desarrollo del diseño gráfico y sus antecedentes desde las imágenes, gran parte de las cuales son material inédito de los archivos personales de los protagonistas, entre ellos el autor, pues no existen en repositorios. Este material, debidamente identificado, es analizado formalmente en cada oportunidad para valorar su condición artística, recurriendo a los métodos de

análisis formal de la historia del arte, el iconográfico y el histórico-crítico, que permiten situarlos en su momento histórico. Informan, igualmente, sobre el habitante de la ciudad de Lima, sus intereses, aspiraciones, correspondencias visuales y configuración de su imaginario, porque el diseño gráfico responde al medio que lo guía, su formulación no es aleatoria ni se puede aplicar en cualquier circunstancia.

Los jóvenes creadores de los años sesenta se iniciaban en el campo profesional desarrollando características estilísticas precisas que permiten identificarlos en sus cualidades formales y comparar sus aportes. Para cumplir su propósito integrador y de respeto al artista, fueron convocados por Octavio Santa Cruz a un evento realizado en la Casa de la Literatura en Lima, en el que pudieron intercambiar sus conocimientos y experiencias. La comparación de resultados logró mayor precisión en la información, que fue consolidada en las entrevistas personales con los mismos artistas, como Jesús Ruiz Durand, Víctor Escalante, Ciro Palacios, Carlos Tovar, Eliseo Guzmán, Pedro Guimoye y el propio Octavio Santa Cruz, quienes respondieron un cuestionario, además de intercambiar ideas, con la familiaridad que permitió compartir, conciliar experiencias, completar recuerdos y ofrecer sugerencias que beneficiarán la formación de los diseñadores gráficos en nuestro medio. Este material se incluye en el libro pues Santa Cruz ha buscado difundir íntegramente su experiencia y es imprescindible para conocer el estado del diseño gráfico en Lima desde la percepción de sus protagonistas. Cada uno aporta sus vivencias nacionales e internacionales; aspiraciones y frustraciones; inquietudes y remembranzas; opinión crítica del contexto sociopolítico y artístico del momento en el que desarrollaron más activamente su profesión, así como la visión retrospectiva de su trayectoria, y reflexionan sobre cómo se desenvuelve la formación actual de los diseñadores, enfrentados al cambio del ejercicio manual al digital, con las ventajas técnicas que ofrece y, en ocasiones, las desventajas conceptuales que presenta. Santa Cruz llama la atención acerca de problemas que pueden incidir negativamente en la profesión como no dedicarse a ella de manera exclusiva; tener una formación intelectual insuficiente, o el desconocimiento de los valores plásticos básicos del dibujo.

La importancia comercial que cobró la imagen la llevó al muro y al surgimiento del cartel o afiche, al *arte en la calle*, según la crítica francesa. Antes, también en el Perú, ya se empleaba para convocar espectáculos

2 Ramírez, Juan Antonio. *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Ediciones Cátedra, S. A., 1976: 61.

o informar sobre acontecimientos de importancia a toda la población en tiradas cortas preparadas casi individualmente por artistas reconocidos, lo que inició la costumbre de enmarcarlos para uso personal. A fines del siglo XIX e inicios del XX la modalidad del diseño gráfico alcanza relevancia frente a otras expresiones, gracias a los avances técnicos y al impacto de la idea sintetizada en sus contenidos. Su fuerza estuvo en su propuesta declarada en voz alta y con gesto enérgico, en respuesta al conocimiento de un espacio temporal específico y orientado a un público identificado. Se produjo un incremento que inundó las ciudades al consolidarse como práctica persuasiva, con sus propios lineamientos de estructura y lenguaje. El mercado capturó la oportunidad y en poco tiempo el dibujo se estableció como obra de arte. Pero con la ventaja llegó el perjuicio, la hábil manipulación de contenidos que permite la imagen obliga a la existencia de un receptor informado de sus mecanismos operativos. También en este aspecto está la importancia que reviste este libro al presentar guías de lectura que informen al observador y lo conviertan en un sujeto capaz de distinguir conscientemente las propuestas que recibe.

Las convenciones que guiaron la producción de carteles se deben a Jules Chéret (1836-1933), quien los colocó en todo París desde 1866 y por lo que le otorgaron la Legión de Honor en 1889, pues se consideró que había creado una nueva rama del arte³. Este género artístico guarda aspectos en común con la pintura, aunque se distancia de ella en sus presupuestos teóricos y técnicos. El cartel o afiche tiene un propósito previo a su realización que no está definido por el artista, sino por un cliente que espera ser beneficiado con el resultado. Sin embargo, y como en cualquier género artístico que surja por encargo, el artista marca su impronta sin ignorar al cliente. Su verdadero valor está, precisamente, en ser reconocido por rasgos que lo caracterizan y hacerlo de manera eficaz, cualquiera sea la imagen que proyecte.

Técnicamente, el diseño gráfico definido en un afiche tiene un mensaje preciso que debe enunciarse con claridad, tener una lectura fácil y directa, sin complicaciones visuales. Debe ser simple y atrayente, de impacto, empleando la línea, el color y la composición de manera original y audaz, pues su objetivo es convocar al espectador, atraerlo y obligarlo a mirar y tomar conocimiento de su propósito, sabiendo que lo hará de manera rápida y sin detenerse. Por eso debe generar empatía con

el usuario, ser ingenioso y sorprendente; preciso y característico; insistente pero atento al gusto y necesidad del observador. Un exceso de confianza en el diseño puede generar rechazo, ofender las creencias, o mostrar indiferencia ante las dificultades por las que atraviesa el espectador, al punto que ninguna rectificación posterior revierta. La responsabilidad del artista es enorme para con su arte, su cliente, el receptor potencial y consigo mismo, por lo que su habilidad estará aparejada a su comprensión del medio en el que desarrolla su arte. No toda imagen puede exponerse en cualquier lugar. Logrará establecer cambios o afianzarlos, de acuerdo a la orientación en la que se la enfoque. En este aspecto, el cartel publicitario difiere en intención y estructura del cartel político. Este último busca advertir a la población, o a un sector de ella, y recurre con insistencia al texto y a una imagen que reafirme el mensaje conminando su aceptación. El cartel publicitario puede ser sutil e ingenioso, con tono humorístico y ligero, aunque en ambos casos el objetivo es informar y persuadir, orientar a una acción en un sentido preciso. Lo significativo es cuando ambas direcciones coinciden y mediante un anuncio se dirige la conducta a lo político social. Como toda obra de arte, el diseño gráfico produce obras que no son inocentes, porque todos y cada uno de sus componentes llevan connotaciones múltiples que, bajo apariencia inofensiva, van construyendo ideología. Nada se deja al azar, y es comprensible en un medio cuya razón radica en la persuasión y divulgación apelando a la mirada, que para ser efectiva en el nivel que se le requiere, no necesita una preparación exhaustiva previa.

En este contexto, las carátulas de los libros cuya trayectoria presenta Santa Cruz han mostrado valiosas muestras del diseño gráfico realizadas por importantes dibujantes y artistas plásticos. Enric Satué menciona con precisión que "Cada libro es susceptible de erigirse en un monumento tipográfico"⁴, una convicción que también anima a Octavio Santa Cruz para quien la letra y sus infinitas combinaciones lineales y espaciales son una fuente de inspiración creativa que va más allá del código lingüístico de su origen. El tipo de letra en el diseño gráfico es un elemento connotativo relevante que transmite sensaciones, orienta la percepción, atrae y seduce al receptor y, en el caso de las carátulas, no puede estar relegada al impacto visual de imágenes.

El diseño gráfico en Lima. 1960 de Octavio Santa Cruz Urquieta hace un recorrido que evidencia

3 Ramírez, obra citada, 1976: 127; 176.

4 Satué, obra citada, 2011: 21.

prácticamente todas las modalidades por las que esta expresión artística incursiona, desde la sencilla publicitaria que refuerza la presencia de una marca, una firma en el mercado, un anuncio cultural, hasta la campaña política de fuerte carga ideológica extendida a nivel nacional. Este recorrido lleva implícita la convicción que deja su lectura. Para ejercer el diseño gráfico se necesita habilidad, creatividad y responsabilidad pero, sobre todo, es indispensable la inteligencia.

Como para el arte en general, existe “la evidencia de que la importancia artística de un medio expresivo no radica en ninguna cualidad del propio medio, sino en las cualidades del cerebro humano y la mano que lo usan”⁵.

El diseñador gráfico requiere un alto grado de sensibilidad, información amplia y extensa del lugar en el que se desenvuelve, así como un sentido ético. La carga moral que supone inducir la conducta de un medio sociocultural específico no puede improvisarse. Su responsabilidad es indispensable porque marcará el desempeño de los grupos sociales por mayor tiempo del que la imagen esté vigente.

Y aquí se presenta una paradoja, los carteles no se conservan. Santa Cruz ha comprobado que pocos artistas guardan alguno en sus archivos, no existe la idea de perennizarlo, el afiche es efímero, coyuntural, y como tal se aprecia. Pero nos engañamos si pensamos que su efecto también es efímero. La constancia con la que aparece en su segmento temporal será suficiente para establecer parámetros de valor en quienes lo observaron, aunque físicamente sea excepcional encontrarlo después.

La imagen creada, en ocasiones perdiendo su valor icónico, permanece en el recuerdo colectivo porque concentra significados asumidos como válidos en un determinado contexto.

El diseño gráfico, en última instancia, existe y crea por y para la sociedad en la que aparece, no se comprende aislarlo de sus necesidades y de sus anhelos. Allí donde surja, y dirigido al público objetivo al que aspire—mercado, consumo variado, político, lectura, educación, creencias, uso particular recreativo—, desarrollará sus potencialidades comunicativas y artísticas adecuadas al medio en que está, es imposible que se extraña de él, que pretenda ignorarlo, que no se informe.

De la empatía, que es fundamental para cumplir con éxito sus propuestas, dependerá su supervivencia como expresión artística y en la memoria del colectivo.

Historia del arte y diseño gráfico

Gonzalo Borrás Gualis⁶ recuerda que la historia del arte ha incorporado los *mass media*—fotografía, cartel, historietas, anuncios publicitarios, diseño industrial, cine, video, la ciudad— como artes que comprometen hechos históricos de carácter específico y referidos únicamente al pensamiento y lenguajes plásticos. El arte se considera un agente de cultura cuyas obras, reconocidas como “de arte”, han sido sometidas a un juicio de valoración crítica que las sitúa como parte de un proceso propio y significativo del devenir de la historia del arte, transformadora y propositiva.

Como objetivo primordial, el historiador de arte construye la historia del proceso de creación de la obra de arte. Sin embargo, es constante la dificultad para definirla de manera concreta y universal, lo que radica en parte en sus variados y complejos métodos. Han surgido nuevas propuestas de aproximación a la obra de arte que abren perspectivas innovadoras desde varios enfoques, como el que este libro propone, lo que lleva a considerar que sobre la base de principios definidos y de acuerdo a interrogantes concretas, hay tantos métodos como historiadores de arte.

El diseño gráfico en Lima. 1960 constata que la obra tiene su propia dinámica respecto a los elementos profesionales que la construyen, aquellos que provienen del género al que pertenece, y no está aislada del momento de su creación. Nunca es ingenua ni indiferente; transmite juicios y opiniones; conocimientos y conceptos mediante el lenguaje que le corresponde y al que hay que decodificar lo más cercanamente posible. Requiere esfuerzo, dedicación, compromiso y sobre todo fidelidad.

Porque en cuanto a su ejercicio profesional, el artista tiene una herramienta creativa personal que no puede ser controlada por ninguna de las exigencias—político-sociales, del cliente o del mercado— que aparentemente lo controlan y obligan a seguir sus pautas y el gusto que se le impone: el lenguaje plástico y técnico de su especialidad. El verdadero acto creativo supera cualquier imposición o demanda, y el artista con sus medios profesionales y el manejo inteligente del lenguaje artístico, logra comunicarse con el receptor cómplice en condiciones de dialogar y comprenderlo.

La condición de objeto material, artificial, creado con la intención de darle un valor agregado a su presunto uso que es la obra de arte, emana de sus características, distintas a objetos similares o próximos.

5 Ivins, W. M. Jr. *Análisis de la imagen prefotográfica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S. A., 1975: 168.

6 Borrás Gualis, Gonzalo. *Historia del arte y patrimonio cultural. Una revisión crítica*. Zaragoza: Prensas Universitarias, 2012.

Las formalizaciones que trata Octavio Santa Cruz son en alguna medida objetos de uso, producidos con un fin específico, pero no se definen como utilitarios, su valor excede su aplicación práctica. El historiador de arte los aborda desde varias focalizaciones con el fin de reconstruir en lo posible su proceso de creación, formalización y apreciación. Esto compromete al artista, al cliente, al observador, su permanencia en el tiempo respecto a su receptor y su influencia entre sus pares. Así, la obra es decodificada en sus múltiples aspectos pero, igualmente, la imagen encuentra en sí misma su sentido, lo contiene. El diseño gráfico se propone abarcar significados en la simplificación de la imagen, los sintetiza y concentra, obliga a la reflexión en la traducción que se hace legible y poderosa en el mensaje, porque convoca la memoria de aquello que representa y fija la imagen vinculándose a su referente reinventándolo. Consolida ideas, programas, actitudes y acciones.

Desde el acercamiento introspectivo crítico, la propuesta de Octavio Santa Cruz demuestra que las obras de arte que son próximas a quien las estudia y valora pueden ser enjuiciadas desde una prudente distancia, que beneficiándose del conocimiento interno de las piezas las observa desde su impacto y aplicación. El autor ha inaugurado una operación teórico-metodológica altamente precisa y de utilidad extraordinaria para el estudio de obras de artistas vivos. Para el historiador de arte la aplicación de cualquier método en la disciplina debe partir, precisamente, del estudio y análisis de la obra, en tanto expresión de una mente creadora que se expresa a través de un lenguaje específico que conlleva sus propios condicionantes y posibilidades, tanto a nivel técnico general (soportes, formatos, organización estructural y compositiva, pigmentos, materiales, etc.), como en la destreza del artista para valerse de él en la consecución de sus propios fines, sin límites ni restricciones. Y en el caso particular de este libro, el artista ha podido ser interrogado sobre sus resultados creativos; confrontarlos con los de otros artistas que, como él, ejercen la profesión, y todo ello, compararlo con el análisis que el historiador de arte, en tanto profesional externo, ha realizado del mismo corpus.

Para configurar el conjunto se aprovechó toda la información vinculada pues el artista es un ser social producto de su tiempo, experiencia, lugar de residencia y está influido por las condiciones de su época, en la que hay que incluir la opinión de sus contemporáneos, para conocer si fue comprendida o no su propuesta y, por consiguiente, si la sociedad en la que surgió la obra

se identificó con los valores visuales y de contenido que proponía. Santa Cruz ha estado en disposición de experimentar el momento histórico que trata, tanto en lo político social como en lo artístico. Su experiencia ha sido directa, como cercana la que compartió con cada uno de los artistas cuya producción conforma este libro, una posibilidad que no muestran los documentos, porque hay hechos que por intereses de variado tipo no llegan a difundirse en los medios regulares y, por tanto, se pierden porque nunca se recogen. Como se constata aquí, ser parte de un grupo y estudiarlo es excepcionalmente productivo.

Actualmente, la historia del arte, en su intención por alcanzar métodos objetivos y científicos para comprender el fenómeno creativo, está abierta a temas y metodologías innovadoras que incluyen a todos los protagonistas en el proceso de creación – artistas, receptores, clientes, estilos; la crítica de arte; instituciones y prácticas vinculadas como el mercado, la conservación y la restauración; galerías y museos de todas las expresiones creativas con intención artística–; es autocrítica, sobre todo en su concepto de *verdad*, en su posibilidad de acercamiento al conocimiento del acto de creación, y a la aplicación que permite dicho conocimiento, como demostración del desarrollo histórico social de los grupos humanos. Este libro ofrece una auspiciosa focalización, Octavio Santa Cruz se arriesgó, y con éxito, a emprender lo que nadie antes que él. Y es, precisamente, esa inquietud lo que lo llevó a recoger directamente la información que habían soslayado otros investigadores. Era la oportunidad para confrontar material biográfico artístico, lograr resultados informados y con ejemplos gráficos de quienes vivieron directamente el proceso.

En el contexto de la historia del arte peruano debemos ser conscientes de que hay tantos hechos artísticos por rescatar y organizar y conocimientos que en ocasiones no hemos llegado siquiera a identificar, que todo esfuerzo por ampliar la metodología nunca será suficiente. En historia del arte el análisis formal y el histórico-crítico son ineludibles, cualquier acercamiento que no los considere será no solamente parcial, sino engañoso. En un país como el nuestro, con extraordinarias y múltiples manifestaciones artísticas, de variadas procedencias, que se valen de diversos materiales y responden a distintas motivaciones, que a su vez involucran grupos sociales con estructuras, ideales y comprensión del mundo diferentes, en todas las épocas de nuestra historia, la disciplina no puede conformarse cuando afronta objetos que intenta calificar como *obra de arte*.

La indagación supone un esfuerzo lento porque implica una labor de rastreo de todo cuanto involucra la experiencia personal e intelectual del artista creador y la dirección de su propuesta; la intención de sus comitentes; el interés de sus promotores; las condiciones del mercado; la posición de sus colegas y de sus detractores; la recepción del público al que se dirige; en síntesis, orienta la indagación del mundo alrededor y lo que el estudioso quiera conocer de ella mediante variados métodos de análisis que reconozcan que son importantes las circunstancias de la obra pero especialmente lo es ella misma, el hecho histórico artístico que llegó a ser, las características físicas que presenta.

Estudios como *El diseño gráfico en Lima. 1960* se necesitan porque muestran el derrotero que debe seguir toda intervención que busque el rescate y preservación del amplio y valioso patrimonio artístico que posee el Perú en diversos campos. En este sentido de responsabilidad histórica se inserta *El diseño gráfico en Lima. 1960*, valioso e insustituible aporte de Octavio Santa Cruz Urquieta a su vocación artística. Había esperado durante décadas que el tema fuera de interés para algún historiador del arte, no existía información y tampoco reflexión crítica para su desarrollo que ofreciera una visión sustentada de la profesión y de sus alcances a nivel artístico. Apremiado por la necesidad de compartir esta experiencia única, decidió emprender él mismo el reto. Su labor llevó años de paciente trabajo y permanente curiosidad. Este libro busca estructurar una visión histórico-crítica, un acercamiento que permita reconocer la tarea constante y pionera de los primeros dibujantes que se dedicaron al diseño gráfico.

Octavio Santa Cruz, además de diseñador gráfico es doctor en historia del arte y magíster en literatura, condiciones que le han permitido el acercamiento a una adecuada apreciación crítica en el aspecto artístico, así como la contextualización en el amplio campo de la creación literaria, con la que los artistas incluidos tuvieron coincidencias. El amplio panorama que aborda el libro está respaldado por importante material gráfico que recorre el desarrollo del diseño gráfico y sus antecedentes, complementando el texto con las imágenes, en acertada conjunción que es el resultado de una búsqueda exhaustiva por los lugares en los que aún podía encontrarse algún aislado ejemplar de un libro con una carátula importante, un afiche o un programa teatral. La experiencia como historiador de arte de Santa Cruz permite que el material que incluye esté debidamente identificado y analizado de manera minuciosa en su condición artística.

Siendo él protagonista, esta obra es un caso de excepción en el ejercicio profesional histórico-artístico, pues el autor ha mantenido la distancia crítica para abordar su propia producción, la de sus maestros y sus colegas, con la seriedad y equilibrio que requiere una investigación como la que presenta. Complementa este apartado con la biografía artística de los convocados. Al final del análisis se agrega una sección de coincidencias y singularidades que identifican a cada creador tanto en lo práctico de la técnica como en el de la invención. Aquí da a conocer la actividad artística adicional que desarrollan algunos diseñadores como la pintura sobre diversos soportes—lienzo, mates, caricatura, tira cómica, publicidad—y la música. Destaca en este caso la influencia que estas actividades tienen sobre el estilo del diseño gráfico practicado en cada uno y la comprobación de que el acto creativo hermana las artes distinguiéndolas solamente por las exigencias del lenguaje particular que cada una desarrolla.

Entre los muchos aportes que ofrece el libro está la sección de Anexos en los que se incluye material de apoyo documental y visual. Es de utilidad el referido a la evolución del alfabeto occidental, cuya variedad y uso se destaca en los análisis por considerarse instrumento indispensable para el diseño; la información acerca de la Academia de Dibujo Comercial con una entrevista a Juan Rivera; los recortes periodísticos que permiten complementar la amplia información que contiene el libro y ofrece documentación no siempre fácil de obtener. Acertadamente se incluye al final un glosario de términos profesionales.

Este libro ha puesto en valor obras olvidadas como objetos de arte y demuestra que pueden ser estudiados por la historia del arte por sus altas cualidades formales y su inserción en un contexto histórico que dan cuenta de su contenido y significación para la sociedad en la que se produjeron. Estudios como este abren el derrotero adecuado que debe seguir toda intervención que busque la identificación, el rescate y preservación del amplio y valioso patrimonio artístico que posee el Perú en diversos campos. En este aspecto, no puede olvidarse que esta investigación inserta a Octavio Santa Cruz en el devenir del diseño gráfico en Lima, se documenta su trayectoria desde una perspectiva imposible de superar: la del investigador que investiga al artista que lo incluye. Excepcionalmente se produce la coincidencia entre artista y estudioso y, de suceder, no suele ofrecerse con la objetividad y distanciamiento que Santa Cruz ha logrado. Este es un ejemplo del ejercicio profesional de un historiador de arte que cumple la aspiración utópica de observar al artista que es.

No puede dejar de comentarse lo inédito de esta experiencia en el contexto del posgrado en arte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y de la historia del arte peruano en general. Tradicionalmente la disciplina se dedica a temas alejados en el tiempo, lo suficiente como para que la participación vital del historiador de arte no arriesgue su postura crítica y le reste objetividad. La contemporaneidad obra-estudioso se considera campo de la crítica de arte, aunque su presunción es inconsistente porque es suficiente seleccionar un tema para que, si no lo estuvo antes, se involucre entonces. Octavio Santa Cruz ha puesto sobre el tapete la necesidad de reformular esta premisa al mostrar que el diálogo directo con el artista creador ofrece ventajas que la revisión de documentos y obras, así como la reflexión, en sí mismas, no pueden alcanzar. Sin embargo, como investigador serio, advierte que se trata de recuerdos de sucesos que lo impactaron y que podrían no corresponder a “la experiencia real”, frente a lo cual ofrece el testimonio de otros artistas. Si bien se conoce que el creador no es siempre el mejor interlocutor para comprender su producción, puede aprovecharse de manera eficiente si se aplica una metodología de contraste y comprobación que matice su percepción personal. El alejamiento crítico que adopte un investigador hábil permitirá contar con información insustituible sobre los motivos que llevaron al artista a tomar una u otra decisión formal, y a conocer el proceso creativo de manera cercana. Esta es la mayor aspiración de todo historiador de arte que, por determinación profesional, tiene que enfrentar la obra de artistas a los que no puede interrogar, porque trabaja con piezas vivas y autores muertos donde la obra se convierte en presencia y único testimonio de su creador, de la que deberá extraer datos de lo que no puede obtener de manera directa del artista.

Este libro es un privilegio para sus lectores porque está enfocado simultáneamente desde el interior y la superficie del diseño gráfico. La propuesta arriesgada e innovadora de Santa Cruz muestra que la posibilidad está abierta a temas próximos, que no es indispensable concentrarse en el pasado, que el presente requiere ser atendido con imparcialidad, responsabilidad, pericia y respeto porque los resultados serán un material que agradecerán los contemporáneos y las futuras generaciones de profesionales en el diseño y en la historia del arte. El enfoque del conjunto es altamente didáctico, está orientado a informar sobre el proceso que ha llevado a desarrollar una exitosa carrera profesional a sus protagonistas.

El objetivo de la historia del arte peruano debe ser ofrecer temas inéditos que deberán abordarse desde una metodología propia derivada de la experiencia con los diversos métodos de la disciplina, así como brindar el sustento teórico que la respalde. Este tema no ha sido tratado anteriormente y es lejana la posibilidad de que pueda analizarse desde el interior de la experiencia artística del diseño gráfico en el Perú con tan alto valor testimonial, con la competencia que lo ha sido en este caso, tanto en lo formal como en lo teórico metodológico.

Martha Barriga Tello

Departamento de Arte. UNMSM

Octubre 2017

Completar este texto y tenerlo listo para entrar en prensa significó tocar un punto de llegada y a la vez un nuevo comienzo, en el sentido de que cumplir con lo pendiente libera nuestro espacio para próximos eventos. El documento fue elaborado originalmente como una tesis para el doctorado en historia del arte en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y en verdad fue retomar y darle forma a un proyecto que se inició hace mucho. Las primeras veces que hablé públicamente del diseño tuve que referirme a una cosa tan nueva que era todavía poco divulgada; ahora significaba hablar de algo casi desconocido por olvidado; afortunadamente el diálogo con otros colegas, comentando y compartiendo recuerdos, fue fructífero. Aunque al escribir los detalles de mi aprendizaje hube de revivir mis experiencias de juventud, percibo alguna variación en el tono de voz luego de pasar por las aulas de San Marcos. Al ingresar a la Escuela de Arte en 1984 no solo me dediqué al estudio

de la carrera, sino que mi actividad en la producción de diseño disminuyó drásticamente.

Siendo que mi tesis de licenciatura “La guitarra en el Perú, Bases para su historia” estuvo dedicada a la recopilación y comentario de cuanta partitura para guitarra peruana pude hallar, mencioné allí las singularidades del cuaderno de 1786, destacando la novedad de presentar por primera vez como músico al —hasta entonces conocido solo como arquitecto— presbítero Matías Maestro, datando con precisión su presencia en Lima. Pero, por las ilustraciones que acompañan ese cuaderno, mi publicación posterior *Matías Maestro: guitarrista* (Lima: Biblioteca Nacional del Perú, 2001), además de poner de relieve sus aportes a la música peruana, pudo comentar desde la página 9 hasta la 20, previo análisis formal, las características visuales de la carátula.



El *Cuaderno de guitarra de 1786*, cuya carátula ostenta en la zona central el nombre de Mathías José Maestro, ocupa de hecho un lugar de privilegio dentro de la historia de la música peruana escrita para guitarra. Quiero puntualizar aquí que su importancia dentro de una historia del diseño gráfico en el Perú no ha de ser menor. Si bien no es una obra impresa, la carátula ilustrada organiza una composición compleja de varios personajes entre naturales y angélicos, hace uso de soluciones tipográficas, floridas, simbolismos evidentes y figurados, incluyendo elaborados recursos compositivos, así como triangulaciones virtuales y recorridos espirales propios de la proporción áurea. Y aunque en su tratamiento caligrafiado y con profusas viñetas interiores este cuaderno luce una gráfica preciosista, por haber sido realizado en la Lima de 1786, solo nos corresponde mencionarlo como un antecedente remoto y que no presenta conexión ni tradición alguna con nuestro trabajo referido al siglo XX.

Una mirada panorámica que procure remontarse hasta los inicios del diseño gráfico en el Perú, hallará en la carátula de Maestro por lo menos un hito destacable, cuando no, quizás, el más antiguo.

En atención a todo ello queremos también dejar constancia aquí de nuestro reconocimiento al doctor Guillermo Ugarte Chamorro, quien puso el documento original en nuestras manos, permitiéndonos no solo dar a conocer a Maestro en nuestra tesis para guitarra, sino

estrenar públicamente sus piezas desde 1992, y señalarle incluso un lugar en el diseño gráfico del Perú.

Expresamos también nuestro agradecimiento a las siguientes instituciones: Biblioteca Nacional del Perú, Biblioteca de la Municipalidad de Lima Metropolitana, Biblioteca de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Casa de la Literatura Peruana, CREART - Guía Cultural de Arte y Espectáculos, Petroperú y Radio Filarmonía.

Asimismo, dejamos constancia de nuestra gratitud a las siguientes personas: Juan Acevedo, Carlos R. del Águila, Alberto Bracamonte, Hernán Bartra, Catalina Bustamante, Doris A. Calderón, Jaime Campodónico, Sandro Chiri, Luis Cumpa, Joe De León, Claude Dieterich, Aldo Durán, Víctor Escalante, Adolfo Escobar, Carlos González, Pedro Guimoye, Eliseo Guzmán, Maureen Llewellyn-Jones, Ciro Palacios, Juan Rivera Saavedra, José Antonio Romero, Jesús Ruiz Durand, Carlos Sánchez, Werner Stöeckli, Carlos Tovar, Víctor Hugo Velázquez, Patricia Victorio, Virginia Vílchez y Bruno Ysla.

A los integrantes del jurado que acompañaron la sustentación de tesis: doctor Marco Martos Carrera, doctor Ricardo Estabridis Cárdenas, doctor Jorge Valenzuela Garcés, doctor Fernando Villegas Torres. Y en especial a la doctora Martha Barriga Tello, por su orientación siempre acertada y oportuna.



La sustentación de la tesis estuvo acompañada por familiares, amigos y varios de los artistas cuyos trabajos son motivo de este estudio. En la foto los diseñadores Ciro Palacios, Víctor Escalante, Pedro Guimoye, Claude Dieterich y Carlos González con la doctora Martha Barriga.

Hoy que el diseño gráfico en nuestro país ha dejado de ser sinónimo de cosa novedosa o extraña para convertirse en una opción profesional reconocida, publico este libro que se inicia visualizando las manifestaciones del diseño en el siglo pasado, con el fin de establecer una secuencia coherente y contextualizada que nos conduzca hacia una mejor comprensión del momento actual.

No hay trabajos antecedentes y la información previa es mínima. La *Historia del diseño en América Latina y el Caribe* de Fernández y Bonsiepe (2008) no incluye al Perú. Y en *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Satué (2004) solo logra citar a Reynaldo Luza, que no produjo obra en el Perú; aunque dedica nueve líneas a Claude Dieterich.

En las pocas décadas que van desde mediados del siglo XX a la actualidad, la curva del prestigio de esta profesión ha pasado desde el pico más alto de sus aspiraciones hasta decaer en nuestros días a un nivel extremadamente bajo, que no por ello deja de ser, a la vez, el de su más amplia divulgación.

Nunca como hoy los productos gráficos tuvieron tan impactante, vistosa y estandarizada presencia. Y nunca los productores de objetos visuales e impresos portadores de propaganda o de imagen institucional y cultural supieron tan poco sobre la que—mal que bien—es su labor diaria, su medio de vida.

Hoy los diseñadores de nuevo cuño no solo no se preocupan por saber cómo fue el diseño en nuestro país, sino que simplemente lo ignoran.

Estoy hablando de esa gran mayoría constituida por aquellos que se autodenominan diseñadores, que están convencidos de serlo y que, ciertamente, producen diseños en abundancia, merced a un hábil manejo de los recursos de la tecnología—obtenido a veces en cursillos acelerados, cuando no en forma autodidacta—, pero que, en rigor, desconocen algunos detalles de nuestro arte.

Como quiera que esos detalles son fundamentales y se encuentran justo en la base de lo que debe ser una formación sólida, este libro se presenta—para beneficio de esa pléyade de productores funcionales— con miras a recordar lo que fue esta actividad hace algunas décadas, indagando el pensamiento de quienes prestigiaron la que por entonces se llamaba una profesión nueva, y visualizando cómo debe formarse un profesional en este rubro.

Y para aquellos que estudiaron o estudian en instituciones con seriedad académica—que las hay—, el ofrecerles de primera mano, y armado, el rompecabezas de esta historia ha de tener—espero—un cierto sabor a nostalgia de familia. Ser testigo directo del momento histórico que esta investigación aborda requiere que se señale que se ha recurrido a un método poco frecuente. Los testimonios de los protagonistas—incluyéndome— referidos a la década que se estudia son recuerdos, y estos suelen estar matizados por nuestras experiencias y reflexiones posteriores. Tal carácter “reflexivo y cognoscitivo” se vincula “con la voluntad y la afectividad” (Rubio, 2010: 45), con aquello que nos impactó y que hemos guardado en la memoria, positiva o negativamente, no siempre ajustado exactamente a la experiencia real.

Sin embargo, los reminiscentes diálogos que figuran aquí tienen la virtud de recoger—sin tal vez haber sido exactamente como aparecen— el sentido y dirección del espíritu e intención que llevaron implícitos, esa sutil e inasible condición que no podría transmitirse de otra manera y que revela el carácter de la relación que existió entre los personajes o las emociones del entrevistado frente a una situación de hecho. En este particular son reales, no transgreden lo histórico y se han tomado como fuente directa.

Octavio Santa Cruz aparece más precisamente dibujado porque mi acceso a sus recuerdos ha orientado la focalización que organiza esta investigación desde mi disponibilidad de la generosidad de su memoria y de sus archivos.

En ese entendido, la recuperación histórica de nuestros primeros diseñadores a través de algunas de sus obras ha de inscribirse en el correspondiente marco contextual, aunque no debemos extrañarnos de que el marco mismo cambie según el periodo histórico —a veces de una década a otra— y de que, a la vez, ello explique las intenciones, técnicas y soluciones estilísticas de unos u otros.

Debo puntualizar que la selección de artistas y sus obras se ha elaborado a partir del relieve que alcanzaron sus productos, de la mayor o menor asequibilidad de las obras y, por supuesto, de la posibilidad de un diálogo fructífero. La muestra procura organizarse con precisión temática. En este trabajo no se pretende la exhaustividad porque ninguna investigación la alcanza, pero fundamentalmente porque se trata de un intento de sistematización elaborado sobre fuentes primarias, no escritas, y que recoge experiencias directas, de campo.

Al respecto, Giorgio Vasari da el ejemplo de cómo en su tiempo él no hizo otra cosa que servirse a cabalidad de los medios a su alcance. Muy oportunamente, Juan Plazaola nos dice: “Vasari utilizó la mayoría de fuentes manuscritas que hoy conocemos y además se sirvió de un grupo de ayudantes que le comunicaron abundante información, y él mismo consiguió copiosa información oral, además de una colección de dibujos de numerosos artistas. Con todo ello hizo una obra que, no obstante su carácter enciclopédico y un cierto localismo, puede considerarse personal” (Plazaola, 2003: 22).

Y eso —que en nuestros días equivale a utilizar apropiadamente el abundante material identificado, entrevistas grabadas, videos y reproducción digital de buena resolución— es lo que nos proponemos hacer, merced también a la buena relación personal que, a lo largo de estas casi seis décadas, logramos cultivar primero con los que ahora podemos citar como los patriarcas o pioneros de los años sesenta, y luego con las siguientes generaciones de los setenta y ochenta.

Aquí es pertinente explicar que el conocimiento de las personalidades que veremos discurrir por estas páginas no se debió a una amistad casual o gratuita, sino que ha sido el resultado de una interacción natural a lo largo de nuestra propia vida, desde encontrarnos en una imprenta supervisando nuestros respectivos trabajos, hasta participando en algún concurso o en una exposición. Es por ello que algunas notas en este texto habrán de ser testimoniales y parte de la información llegará a través de mis memorias, ya que

yo mismo soy un diseñador de lo que ahora podemos llamar *aquellos tiempos*: los años sesenta. Por ello en ocasiones se ha transcrito íntegramente una entrevista, para ofrecer sin mediación alguna el pensamiento del artista y mantener separada nuestra interpretación o comentario.

La **importancia** del tema que hemos escogido reside en que, a partir de los datos iniciales acerca de la naturaleza de esta profesión, nuestra investigación se propone explorar, recopilar y contrastar el caso peruano con el diseño en general para establecer su desenvolvimiento y sus manifestaciones particulares.

A su tiempo, ofrecer esta información tanto a los actuales profesionales como al lector no especializado permitirá una mirada panorámica que hable de quienes estuvieron antes que nosotros, de los retos que afrontaron y de cómo respondieron a las demandas de su tiempo. Es de esperar que ello permita a las jóvenes generaciones de diseñadores peruanos clarificar lo que somos y el porqué; lo que no descarta que quienes fuimos los partícipes directos en ese proceso también podamos hallar en este intento un momento para la reflexión. El método hermenéutico de contrastación de información se complementa con el de análisis formal de las obras.

Como un resultado adicional hemos encontrado que además del análisis iconográfico, connatural a nuestra carrera, para resolver este aspecto de nuestra historia del arte será preciso atender con propiedad a un objeto visual que desde tiempos primigenios ha acompañado a la imagen y que tiene su propia vida artística, paralela y rica. Me refiero a *la letra*, cuyas variedades y usos son aplicados hoy, generalmente, de manera cada vez más pragmática y superficial dentro de las técnicas de producción del diseño; y cuya naturaleza, evolución histórica y proyecciones contextuales son conocidas a cabalidad solo por una minoría de especialistas interesados. Consideramos que poner especial énfasis en el estudio de la letra será también un aporte de este trabajo a nuestra perspectiva académica.

Los **alcances** de esta propuesta se verán en el camino, ya que reconocer las particularidades locales del diseño y datar su presencia en la segunda mitad del siglo XX, así como las referencias a sus cultores más destacados o conocidos, requiere la recolección de material de primera mano suficiente para la estructuración de un corpus que permita la revisión detallada de objetos específicos y para la catalogación en subgrupos, por casos o afinidades temáticas.

En pos de una comprensión secuencial, habremos de precisar las características del diseño gráfico en general. A manera de un glosario se consignará la definición de algunos términos de carácter práctico que han devenido obsoletos o cayeron en el olvido.

La determinación del universo de personas, temas y objetos en sus diferentes tiempos y usos, y su representación a través del análisis pormenorizado o de comentarios sucintos, permitirá verificar la pertinencia del título de este trabajo: *El diseño gráfico en Lima. 1960*.

Los **límites**, sin embargo, ya empiezan a perfilarse. Si bien a primera vista la viabilidad para hacer contactos personales que garanticen una amplia recolección de datos pareciera asegurada, un examen más detallado y sobre todo su puesta en práctica revelan algunas lagunas. Por ejemplo, el caso de artistas cuyo nombre, por haber sido repetido durante décadas, nos es familiar y que a pocos años de su fallecimiento está presente en la memoria de sus amigos, conocidos y admiradores, pero cuyas obras no se encuentran ahora, pese a haber sido vistas en su momento en vitrinas y carteleras. Si bien objetos como ilustraciones de revistas y carátulas de libros son relativamente identificables, sea en bibliotecas especializadas o particulares, cuando se trata de afiches callejeros, folletos médicos o industriales, programas de mano o avisos de periódico representan una búsqueda incierta y en todo caso engorrosa. Todo esto se dio en grado sumo al inicio de nuestro trabajo en lo referente a José Bracamonte, que aparece incluso en alguna exposición retrospectiva como pintor, mas no como diseñador.

Los **objetivos** que nos motivan son presupuestos con los cuales trataremos de orientar nuestra búsqueda. Siendo que los estudiantes e interesados actuales no tienen a la mano instrumentos adecuados para conocer cómo fueron los primeros momentos del diseño en el Perú y cómo ha cambiado, nos proponemos:

- Desplegar una visión diacrónica de los varios aspectos de nuestra profesión.
- Ponderar su devenir, documentado con énfasis en la década de los años sesenta.
- Definir en qué modo el entorno y la crisis han sido determinantes.
- Evaluar la naturaleza de este cambio.
- Ofrecer la experiencia directa de muchos de sus protagonistas y su evaluación del proceso.

Este trabajo se realizó desde la participación directa; más que una invitación a responder un cuestionario, hemos procurado que los entrevistados encuentren en estas páginas una ocasión para comentar sus tópicos preferidos y compartir sus experiencias. Quedará por ver si, como un subproducto final, la visión del conjunto conlleva a los propios gestores de este fenómeno a clarificar una reflexión o afinamiento de la perspectiva personal, y a replantear el lugar que hoy nos es posible.

La denominación del libro

En la medida en que el corpus de objetos y textos por cotejar se organiza por décadas, la secuencia es histórica. Teniendo en cuenta el marcado centralismo que Lima ha mantenido respecto de las demás ciudades principales del país a mediados del siglo XX, la trascendencia de los acontecimientos en la capital y su repercusión nacional explican su representatividad. El eje lo constituyen las técnicas, soluciones y propuestas plásticas de los años sesenta, previos a la computadora. Y en atención al aserto de que la actitud científica es siempre falsable, consideramos que este trabajo es parte de un discurso aún y siempre perfectible. Ello por supuesto dependerá del nivel de respuesta participativa que logre despertar en los futuros estudiosos que pudieran continuar y completar esta tarea.

La aplicación del **método biográfico**¹ debidamente contrastado consistió en entrevistar a los diseñadores representativos del periodo, lo que permitió recoger sus comentarios y anécdotas que, aun cuando se originan en un punto de vista personal, constituyen el correlato natural; también fue posible el acceso documentado a sus archivos o, cuando menos, el acercamiento a una buena cantidad de obras que terminaron conformando el corpus representativo.

Lo recogido por escrito fue detallado posteriormente en conversaciones. Los datos y opiniones así reunidos no solo constituyen material de primera mano que permite determinar las particularidades de las propuestas personales, sino que contribuyen a construir el contexto que establece el estado de la cuestión, con el fin de reconocer las características de una situación aún no definida adecuadamente.

En otros casos fue necesario realizar trabajos de campo para reunir, mediante la búsqueda y recopilación en archivos, hemerotecas e incluso un comentario al paso en alguna conversación circunstancial, ya no una selección de obras sino cualquier elemento que resultara

1 "La historia del arte, como hemos visto al principio, comenzó siendo una historia de artistas" (Plazaola, 2003: 89).

representativo, sea obra impresa, fotografía, recorte de periódico o de revista. “Un cierto sabio escepticismo lleva a Gombrich a preferir una especie de método zigzagueante, con el que parece mantener como historiador un equilibrio entre el enfoque personalista, el análisis formal de las obras y la visión psico-histórica y culturalista” (Plazaola, 2003: 22).

La historia del arte supone metodológicamente la adaptación al objeto de estudio según se requiera absolver determinadas respuestas. “(...) si algo distingue a Gombrich es su resistencia a todo dogmatismo en metodología histórica, su negativa a atarse a un método fijo” (Plazaola, 2003: 95).

Así, para el consiguiente procesamiento hemos considerado un abanico de posibilidades.

- Se prevé escoger del corpus algunos bloques temáticos, lo que permitirá un análisis comparativo. Un bloque temático puede estar constituido por obras de diversos autores producidos en una misma época. O puede ser un grupo de piezas de un solo autor.
- Siendo amplia la muestra con la cual trabajamos, algunas piezas se reseñarán someramente; otras serán objeto de mayor mención de acuerdo a su importancia o disponibilidad. El análisis pormenorizado se aplicará a las obras más significativas, que representen hitos para la comprensión del proceso que se estudia. Desde el punto de vista formal requerirán enfoques diversos, pues son obras representativas del periodo o partícipes de algunos cambios, tales como la abstracción o la figuración. A ello se añade el universo de las letras, constituido por la tipografía y la caligrafía, a las cuales —en la forma de filacterias, cartelas y tarjetas— los historiadores del arte ocasionalmente se refieren, pero cuya evolución y modelos portan cantidad de particularidades que de por sí constituyen una densa especialidad; la génesis del alfabeto permite una diferente mirada en algunas obras del arte universal (ver Anexo 1), sin mencionar la infinidad de familias de letras y variables resultantes de la época de las ornamentaciones talladas, grabadas o fundidas que se integran al diseño significativamente.
- A partir de una identificación de base, los aspectos formales podrán contrastarse según los enfoques metodológicos de Donis Dondis, Frederic Chordá u Óscar Morriña. En ocasiones la comprensión de la obra puede requerir aplicar la perspectiva semiótica y/o retórica.

El estudioso y crítico Juan Acha opina que:

(...) la nueva historia del arte demanda amplios conocimientos de sociología, psicología, politología, economía, etcétera, y cada vez se torna más sociología o sociohistoria (...) deviene ardua la tarea de adquirir y aplicar tal amplitud de conocimientos, las imposibilidades no vienen de aquí sino de la vastedad de la realidad artística misma con una totalidad sociocultural de múltiples procesos de cambio (...) Como soluciones quedan, entonces, la prioridad o jerarquización de partes y el estudio de alguna o algunas de estas secciones (Acha, 2012: 482).

Si bien compartimos ese punto de vista, no es nuestro propósito agotar la exégesis de la obra o la trayectoria de los artistas seleccionados por no corresponder al objetivo de esta investigación. La aproximación al reconocimiento de la naturaleza de los casos característicos sitúa a los artistas y a sus producciones en el desarrollo del arte gráfico peruano. El análisis en profundidad de algunas obras determinantes de dicho proceso, dará clara evidencia de su importancia en la secuencia histórico-artística que se aspira a construir. El diagnóstico situacional y el conjunto de obras revisadas se confrontarán con los testimonios de los autores, que serán comentados para ampliar la información contextual. Igualmente se espera que en otros casos el sentido de la obra pueda ser develado, tanto en detalles anecdóticos como en aspectos de precisión que solicitan una observación rigurosa e informada.

La suma de estos procedimientos resultará en la comprensión histórica del fenómeno, avalada por una visión crítica pormenorizada. La expectativa por identificar obras y configurar un corpus significativo abarca la presencia del diseño en diferentes vertientes.

En la producción editorial

- Diagramación de libros, revistas y memorias.
- Carátulas de libros, revistas y memorias.
- Ilustraciones.

En la producción masiva y publicitaria

- Afiches.
- Folletos.
- Avisos publicitarios.

En la creación de la imagen para la identidad corporativa

- Logotipos y símbolos.
- Eventualmente tipografía y señalización.
- En casos especializados: diseño de alfabetos y caligrafía.

El capítulo I se centra en el diseño gráfico peruano de mitad del siglo XX, con énfasis en la década que va desde 1960 hasta 1970. Todo lo registrado respecto a hechos anteriores, como las referencias a los años cuarenta y cincuenta, constituyen el marco teórico y contextual, y sus productos gráficos se toman como antecedentes.

El capítulo II está dedicado a la trascendente presencia de los diseñadores suizos que produjeron en el Perú de los sesenta, aunque no se localiza suficiente obra tangible, sobre todo de aquellos que se ausentaron tempranamente como André Bovey, Hans Bosshard e inclusive Markus Barandún. Es afortunado que podamos ilustrar esta parte de la historia con los trabajos de Werner Stockli.

El capítulo III se ocupa de los diseñadores peruanos cuya producción entre los años sesenta y setenta ha sido significativa y que aún están en ejercicio. Se recogen sus referencias, datos biográficos, anécdotas, obras, ejemplos, procedimientos y comentarios.

En el capítulo IV se aplicará el acercamiento teórico-metodológico para establecer una secuencia artístico-formal. Trataremos de aquellos artistas que en los años sesenta empiezan a tener presencia en la vida cultural del país. Verificaremos sus vínculos con sus antecesores y si llegaron a influir directa o indirectamente en las generaciones siguientes.

El capítulo V analiza las obras propiamente dichas, entre aquellas más representativas, identificando sus coincidencias, similitudes y diferencias estilísticas, incluyendo asimismo comentarios sobre algunas singularidades.

Aquí es preciso puntualizar que aunque nuestro trabajo aspira a ser exhaustivo en algunas direcciones, no pretende agotar la amplitud del tema, ni en cuanto a los autores ni en cuanto a sus obras. Hay obras que en sí podrían trabajarse prolijamente y hay autores que ameritan un trabajo antológico individual, ya sea por su incidencia en la vida profesional, por el volumen de su producción o por el tipo de encargos de su preferencia. Así también hay temas emblemáticos—como la serie de afiches sobre la Reforma Agraria o el ciclo *Memorias de la ira* de Jesús Ruiz Durand, las portadas de libros de Carlos González, los afiches de teatro de Víctor Escalante, los programas de mano de José Bracamonte, la caligrafía de Claude Dieterich, por citar solo algunos— que merecen sendos trabajos de análisis e investigación.

No resulte pues de extrañar si algunas solo son citadas brevemente, ya que quizás sea lo pertinente en relación al tema específico que se esté tratando. De igual manera, para nuestros fines basta mencionar una muestra comentada de las carátulas de libros de la primera mitad del siglo XX o los programas de obras teatrales de los cincuenta, o la serie Populibros, dado que son temas que pueden trabajarse a cabalidad, tal como hemos visto por ejemplo en el caso de las portadas de libros argentinos de los años XX, en un texto de Rodrigo Gutiérrez Viñuales (2014).

La hipótesis de trabajo que proponemos como guía plantea que respecto al diseño gráfico en nuestro país es posible estructurar un corpus de obras, comentarios y apuntes biográficos que proporcionen una visión histórico-crítica del periodo de los sesenta.

Este texto recoge las informaciones recibidas entre 2014 y 2015 mediante un cuestionario escrito, así como la ampliación y desarrollo posterior con entrevistas grabadas en audio. Igualmente, reúne por primera vez un invaluable material artístico que respalda la indagación.

Al realizar la transcripción se ha procurado preservar la frescura del testimonio directo y la espontaneidad de la oralidad, por lo cual hay pasajes que conservan su original tono conversacional.

No se trata, por lo tanto, de una historia en el tradicional sentido formal y académico, sino de una selección de notas, apuntes de entrevistas, fragmentos de conversaciones y recuerdos personales que al ser sistematizados pretenden ofrecer una visión de conjunto. La recolección del material visual, tanto en impresos, entrevistas y artículos procedentes de repositorios públicos como en obras, objetos y reproducciones procedentes de archivos personales, así como su disposición referenciada dentro del corpus, contribuyen a darle coherencia a esta visión panorámica historiada.

El consolidado final incluye los anexos, el modelo de cuestionario, un glosario terminológico, reseñas de publicaciones, exposiciones, artículos periodísticos y aclaraciones de citas; todo lo cual, siendo material muy pertinente al contenido en general, no es prescindible, por lo que hemos preferido ubicarlo en este apartado con el fin de evitar digresiones al discurso expositivo y mantener la continuidad. El propósito también es ofrecer material para posteriores indagaciones.

En la reflexión acerca de cómo fue, cómo es y cómo puede llegar a ser el diseño en nuestro país será de interés sopesar que su historia—según la conozco—estuvo hecha en principio sobre la base de logros y éxitos individuales, y aunque estos resultados legítimos de esfuerzos personales hayan dado como subproducto un innegable incremento en el desarrollo del diseño gráfico, en esos primeros tiempos no cabía hablar de una vida institucional de la profesión. Podemos sí destacar comportamientos ejemplares o soluciones visuales que marcaron época.

Por ello este texto referido a esos años está hecho de situaciones y anécdotas relatadas con nombre y apellido, cuyos protagonistas espero habrán de reconocerse veraz y gratamente presentados. En mi propia participación doy testimonio de algunas cosas que llamaron mi atención al ingresar en el mundo del diseño gráfico, donde el punto de vista resulta necesariamente autobiográfico. También he incluido algunos de mis artículos, conferencias y notas inéditas que conservan el tono de las diferentes épocas en que fueron escritos.

Por lo que a mí respecta, el mayor mérito que me reconozco es haber sabido encontrar un buen maestro.

Con mis dieciséis años cumplidos, y cuando hasta el término “diseño gráfico” era desconocido en Lima, fui capaz de llegar hasta Werner Stockli, quien me tomó como aprendiz. Werner Stöeckli Blinke era conocido en la Lima de los sesenta como “Estokli” o “Estoclin”. En la práctica, para todo tipo de comunicaciones, él mismo sencillamente omitía la *o* con diéresis y la *e*, y firmaba Stockli. Procedente de Suiza, había llegado a Lima en 1951. Tenía su propio estudio como diseñador independiente en pleno Centro Histórico y producía sus obras personalmente, desarrollándolas en todos sus aspectos: desde entrevistar al cliente y hacer bocetos, hasta realizar los acabados y supervisar la impresión.

A su lado pude participar poco a poco de todos esos menesteres. Bajo su tutela, me familiaricé desde el primer día con los artificios de la profesión, empezando por sus rudimentos, pasando por la elaboración de cuidadosos y pulcros artes finales, hasta llegar a la concepción de bocetos que respondieran a las necesidades del cliente. Durante cuatro años recibí diariamente sus detalladas y gentiles indicaciones. No he vuelto a conocer a otro artista tan sensible como él. Desde entonces, fiel a los principios que me inculcó, siempre me desempeñé tratando de poner el diseño al servicio del arte, de la función comunicacional y de los más altos ideales.

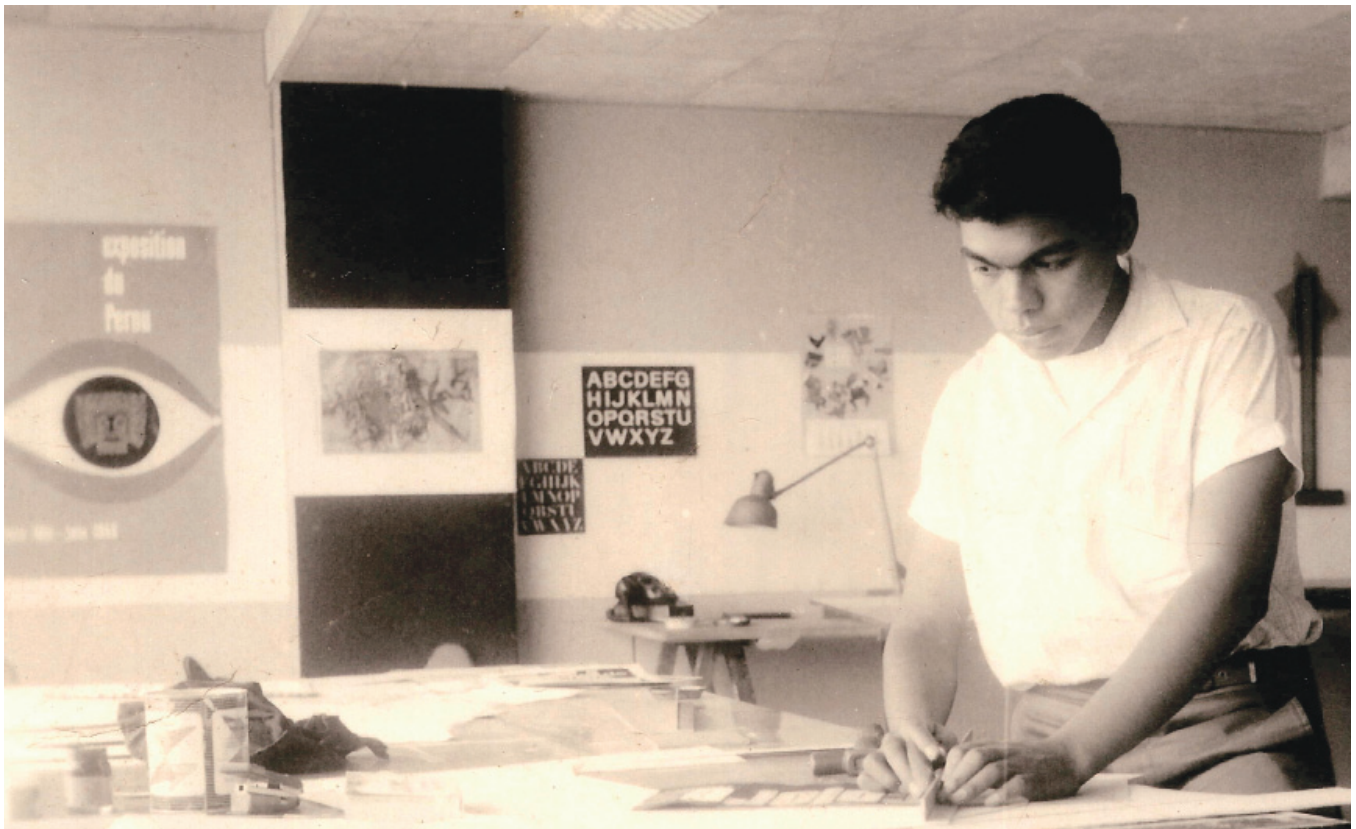


Figura 1: Octavio Santa Cruz. Fines de 1960, en el *atelier* del edificio El Sol. Foto: W. Stockli.

La gráfica antes de los sesenta

Capítulo I

A manera de antecedentes y
contexto

I.1 El contexto

Los años cincuenta

A mitad del siglo XX, terminando los años cincuenta, los espacios recreativos para jóvenes—en lo referente a lo visual— estaban casi circunscritos al cine en blanco y negro; en los cines de barrio se pasaban seriales por capítulos de Roy Rogers, El Zorro y El Llanero Solitario, que los chicos llamábamos “coboyadas”. La generación anterior—según me contaron mis tíos— había delirado con Flash Gordon y El Emperador Ming, que aún se veían de cuando en cuando; con las películas mexicanas protagonizadas por Jorge Negrete, “Cantinflas” o Sara García; con las películas argentinas y sus ídolos: Luis Sandrini y hasta Carlos Gardel que mi abuela aún encontraba con regocijo en algunos cines. La televisión aún no pensaba en llegar.

Pero, fundamentalmente, el universo visual de un niño de mi edad estaba constituido por las revistas de historietas: *Superman*, *La Zorra y el Cuervo*, *La Pequeña Lulú*, *Súper Ratón*, *Misterix*, *El Peneca*. Aún circulaban los anuarios o ediciones gruesas de *PifPaf* con el capitán Marvel y su eterno enemigo el doctor Sivana, las aventuras de Anita y su perrito Zero, Mamá Cachimba, el prehistórico Trucutú... y todavía se encontraban de vez en cuando algunos números de la legendaria revista *Leoplán*.

A media página en *El Comercio* y a toda página en *La Crónica* de la mañana había tiras cómicas—*Rip Kirby*, *El Fantasma*, *Mandrake*, *Dick Tracy*, *Periquita*, *Avivato*, *Fulmine*, *Falseti*¹, *Purapinta*, *El otro yo del doctor Merengue*— que también venían en revistas pícaras como *Rico Tipo* y *Pobre Diablo*.

A fines de los sesenta aparecieron los terroríficos *Cuentos de brujas* y, como contraparte, no tardaron en hacerse presentes *Hermelinda* y *Aniceto*, las extravagantes revistas con sabor chicano, que eran más bien para adultos. También proliferaron las fotonovelas y las historietas románticas noveladas, con dibujos de chicas sensuales en trazo vigoroso y cargado a la tinta. Todo eso debe haber correspondido a un mercado común sudamericano cuyas producciones llegaban a nuestros quioscos y tiendas luego de un proceso productivo-comercial de selección, aceptación y divulgación, del cual me percaté simplemente al notar que en casa habíamos leído *Cuentos de brujas* en inglés un par de años antes de que llegara la versión castellana. Mi padre, que coqueteó varias veces en su vida con el aprendizaje del inglés, apareció un día con esa revista, que mi tía Victoria leía de inmediato y que después del almuerzo nos relataba con lujo—casi histriónico—de detalles porque era una amena narradora; así mi papá, por su parte, verificaba discretamente si había comprendido bien su lectura previa. El encanto de tales reuniones se acabó meses después con la aparición de esas revistas en castellano, aunque permitió a toda la familia leerlas directamente. Aprendí pues por los hechos que muchas historietas y tiras eran originarias de Norteamérica; en algunas se notaba la traducción con modismos argentinos y, años después, algunas variantes españolas en publicaciones colombianas.

La competencia lugareña de *Rico Tipo* (Argentina) y de *El Peneca* (Chile) ha de haber tenido una fuerte infraestructura porque se mantuvo firme y llegaron

1 Ver *Falseti* (Un personaje como hay muchos) en Anexo 2.

regularmente por años, hasta que la crisis se hizo presente y empezaron a proliferar en algunas páginas cómicas las bromas sobre el valor de los pesos chilenos y su nueva moneda llamada escudo, cuya trascendencia yo, como niño, no evaluaba debidamente. Recuerdo que me pareció algo soso el chiste entre “gauchos” y “rotos”: “¿Y ahora tendré que cantar una escudo-onga?”. Se refería al canto típico llamado milonga y a que el escudo era sinónimo de mil. Años después entendí la broma, cuando de la noche a la mañana apareció acá una nueva moneda llamada inti que, para comenzar, valía mil soles. La cosa no fue nada graciosa cuando llegó a equivaler a un millón de soles y el gobierno peruano decretó ilegal la tenencia de dólares.

El caso local

Entre las revistas extranjeras que se vendían en los quioscos, así como entre todas esas tiras extranjeras de periódicos, se confundían algunas pocas tiras peruanas, como *Pachochín* de “Crose”, seudónimo de Carlos Roose Silva, quien nació el 8 de octubre de 1929 y falleció el 10 de octubre de 2016, a los 87 años.

La aparición del diario de la tarde *Última Hora*, que se escribía insólitamente en una especie de replana limeña de nueva generación, fue sorpresiva y trajo también novedades: era decididamente un diario popular y en pequeño formato, introdujo tiras con personajes pueblerinos, correspondientes a la estratificación

social de los cincuenta, producto de la migración que inició la reconfiguración de la Lima ciudadina; entre ellas *Sampietri*—el “vivito” criollo del barrio— por Julio Fairlie, *Jarano* por “Crose”; *Serrucho y Boquellanta* por David Málaga, todos ellos marginales, y el cuadro humorístico de Luis Baltazar, *Chabuca*, una evocación a las chicas del dibujante argentino Guillermo Divito, pero en versión “guachafita” limeña.

Para los hinchas del deporte había caricaturas de los astros del fútbol realizadas por “Cano” Romero (ver caricatura en Anexo 2) a toda página y hasta a dos páginas en *La Crónica* de la tarde.

Un capítulo de novela, escrita más bien para mayores—que yo devoraba ávidamente— se podía leer cada tarde en *El Comercio*, que también traía a diario un cuadro de humor ilustrado por Alfonso La Torre.

En el *Dominical* de *El Comercio* la historieta *El Supercholo* llenaba toda la contracarátula con varios cuadros, en el característico estilo de Víctor Honigman. Sus dibujos eran muy vistos en los avisos publicitarios—en forma de cuadros historiados a casi media página— que anunciaban la lucha libre para la promotora de espectáculos Empresa Aguirre, propiedad del empresario Max Aguirre. Allí los cachascanistas eran resueltos con una plumilla detallista que en ocasiones resaltaba una cantidad absolutamente fantástica de músculos y venas.

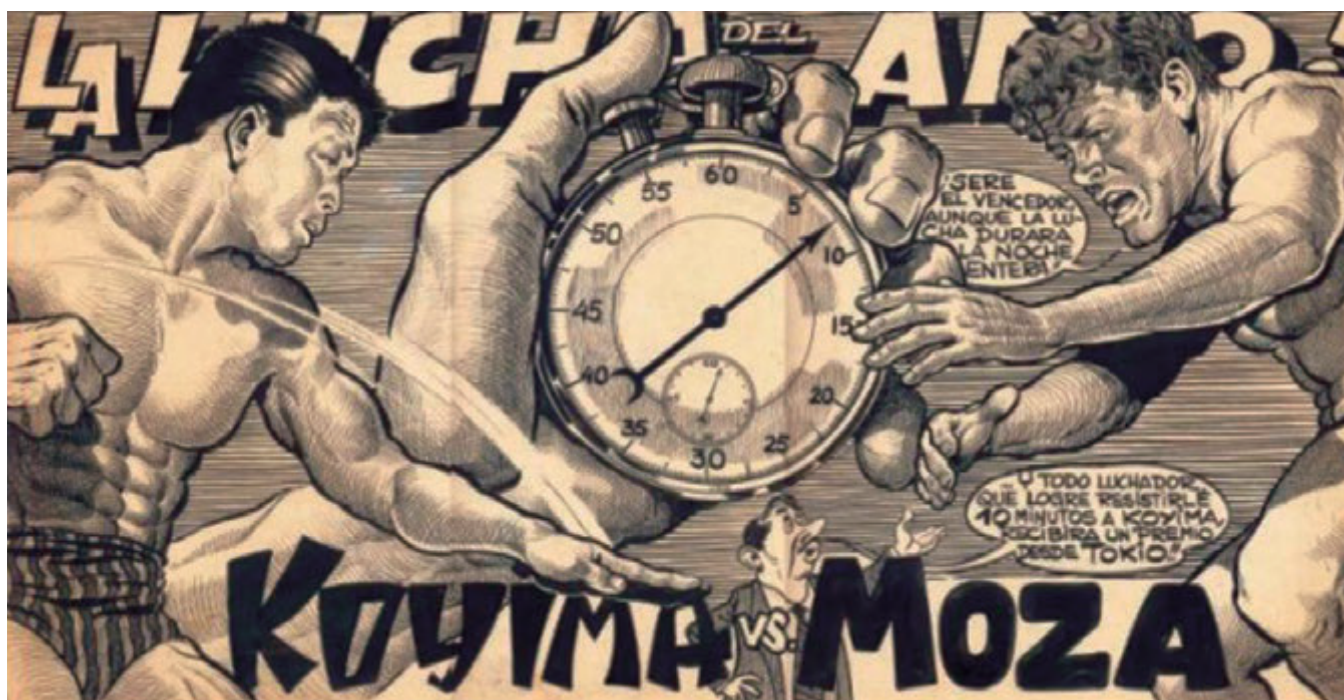


Figura 2: Aviso de diario realizado por Víctor Honigman a 50 cm de ancho. Usualmente los anuncios de peleas de cachasacán se publicaban a cuatro columnas en *La Crónica*, edición de la tarde, que por entonces era un diario muy popular. He conservado este original que el propio Max Aguirre me entregó como modelo. Él conocía de mi afición al dibujo y cuando supo que empezaba a dedicarme profesionalmente a esa actividad me invitó para una prueba; la que realicé sin la menor convicción y que por cierto no pasé, pues ya en esos días había dejado de pensar en la historieta y solo tenía ojos para las formas estilizadas y los colores planos.

A mediados de la década de los cincuenta ya eran revistas las que circulaban, como *Avanzada* (1953), con muy buenos dibujos de Rubén Osorio— que hacía historieta seria con un estilo personal, y firmaba “Osito”—, y de Hernán Bartra, “Monky”, igualmente hábil en historieta cómica.

También la revista *Loquibambia* (1954) tuvo por entonces gran éxito, ya que graficaba al programa humorístico radial del mismo nombre que se emitía paralelamente con *Escuelita Nocturna*.

En otros espacios visuales también pasaban cosas interesantes. Naturalmente de eso solo tengo recuerdos vagos.

Alguna vez—debe haber sido por 1958— vi un afiche en la tienda de la esquina que llamó mi atención: un perfil que pese a sus rasgos cobrizos recordaba el aire distinguido de las estatuas griegas. El trazo era fresco y algo suelto, con la calidad de una buena ilustración a pincel, la composición elaborada y fuerte, y el tratamiento pastoso y texturado como del tipo mural. Había espigas, tal vez para vinos o para cerveza; sin duda la mano de un buen pintor.

Del mismo golpe de vista—aunque mucho más estilizada—he visto después una carátula de disco, al parecer de esos mismos días.



Figura 3: Carátula de LP del Trío Los Morochucos (década de los cincuenta aproximadamente). En justicia, lo que tengo conmigo es una reproducción de escasos cinco centímetros propagandizando el disco. La encontré entre las páginas de un álbum coleccionado por algún aficionado a la música, cuando buscaba partituras para cierta investigación sobre la guitarra en el Perú.

Y ambos corresponden en mucho a la estilística de algunas carátulas de la revista *Fanal*, que adquirí mucho tiempo después, una de ellas firmada por Springett.



Figura 4: Revista *Fanal* N° 60 (1961). Carátula: Sabino Springett.

También recuerdo haber visto varios almanaques, uno algo *naif* firmado por Osorio.



Figura 5: Almanaque (década de los cincuenta aproximadamente). Lima.

Entre las pertenencias del profesor de guitarra don Germán Morón Silva encontré esta ilustración en los ochenta.

Debido a su magra economía, el músico escribía en papeles de todo tipo: usaba Bulky para borradores a lápiz y Couché de almanaques para los acabados a tinta.

No se ve la fecha ni el crédito del auspiciador; tampoco supe si se trataba del mismo Osorio conocido como caricaturista político.

Y también tengo el recuerdo difuso de otro almanaque ilustrado a toda página en estilo humorístico; tiempo después supe de algunos artistas de nivel cuyo paso al parecer fugaz por Lima no dejó propiamente escuela, pero cuyos trabajos no pasaron desapercibidos para los dibujantes locales, alimentando su inquietud y sirviéndoles de ejemplo y motivación, como ocurrió con el dibujante humorístico argentino Guillermo Mordillo, quien fue diseñador *freelance* para la agencia de publicidad McCann Erickson en 1955; y también con el grafista catalán Eduardo (Xavier) Badía Vilató, quien a los veinte años (1937) había publicado una serie de afiches contra la represión franquista, antes de partir a un exilio que lo llevó a Francia y a varios países de Sudamérica.

Ciertamente algunos libros tenían carátulas ilustrativas desarrolladas de manera muy pictórica; un libro de colegio cuya pasta era un retrato de Ricardo Palma me impresionó tanto que, años después, cuando conocí a Jorge Gálvez Almeyda haciendo diseño publicitario en el ICPNA llegamos a tener amistad por años, pero nunca lo vi como a un colega dibujante o diseñador. La imagen que había guardado de él era la de un artista pintor.

De manera que, según veo ahora, el imaginario visual que los niños de los sesenta compartimos estaba impregnado del humor y la fantasía de las tiras de historieta seria o cómica y de las revistas o “chistes”, como se les llamaba.

Definitivamente, ese bagaje teñiría significativamente los sucesos siguientes.

Primera aproximación al mundo del arte

La visión que tengo de este tránsito es diacrónica, una sucesión de hechos relacionados, la vida que parece conducirnos de sorpresa en sorpresa y, como subyaciendo, uno mismo creando en el fondo las condiciones para llenar la próxima necesidad.

En 1958 yo estaba en la Unidad Escolar Mariano Melgar, un colegio de barrio en Breña, y el recuerdo que de inmediato me viene es el de los salones hacinados y la poca exigencia en los estudios.

Ahora, a la distancia, creo que no era del todo así, el sentimiento de esa inanidad no venía totalmente del colegio, era mi manera de recibir las cosas y en el fondo quizás se trataba en parte de la marca de mi niñez, de mi ánimo deambulante, pese a todo el cariño con que las tías suplían la ausencia de mis padres. Eran los tiempos de la media (hoy secundaria) industrial o

de la media comercial, y aunque yo seguía la media común notaba que había muchas oportunidades para quien las quisiera, lo que de ningún modo era mi caso, porque... ¿qué quería yo?, ¿acaso lo sabía? En todo caso, para muchas de las que habrían debido ser “mis cosas” me comportaba más bien como un espectador. Algo que motivaba mucho a los demás chicos era el deporte, de nuestras aulas salieron nombres que en su momento brillaron bastante en los interescolares de fútbol representando al Melgar—por supuesto contra el Guadalupe. Yo no entendía qué tenía de deportivo ir a mirar cómo jugaban otros y luego discutir horas tras horas, aunque recuerdo algunos nombres: Seminario, Biselach, Cortés, Lostaunau, Grimaldo, que luego pasaron a clubes profesionales.

El día que nos llevaron a una exposición en el museo, me hubiera quedado todo el tiempo mirando un cuadrito surrealista, casi una miniatura, pero había que pasar en fila; así es que cuando regresé a mi casa inventé uno a lápiz y le escribí los nombres de los colores. “Para cuando tenga pinturas”, me dije.

Porfirio Meneses

Mi interés personal se orientaba hacia el Departamento de Actividades Culturales del colegio, dirigido por el profesor Porfirio Meneses, un escritor muy respetable según nos habíamos enterado.

A través de ese departamento se hicieron cosas que en algunos de nosotros dejaron huella: una vez nos alinearon para presenciar la actuación de una afamada bailarina de marinera—Carlota Villasante—, quien dio una charla sobre la danza que cultivaba, con demostración y todo. Pese a que se realizó en el patio, al aire libre, con la consiguiente deficiencia del equipo de sonido, la actividad era algo que rompía la monotonía de lo cotidiano. Y aunque pueda sonar extraño para quien lea estas páginas, la aparición de una bailarina de verdad, con vestuario y maquillaje, en medio de nuestro patio era toda una novedad para los jóvenes y niños de ese mundo aún no globalizado.

Eran los años cincuenta, sin Internet, sin Facebook y sin celulares.

Hoy pienso que las experiencias vivas que este profesor con alma de poeta nos proporcionaba día a día fueron propiciando mi posibilidad de integrarme al arte en general y al diseño en particular; solo así se explica que estén archivadas en mi memoria con la etiqueta “gratitud infinita” y es por eso que en su recuerdo lo menciono aquí.

Otra vez se anunció que los integrantes del Club de Pintura estábamos invitados a visitar a un auténtico pintor en su propio taller. El profesor Meneses nos llevó a conocer a Macedonio de la Torre, quien nos dedicó toda una tarde. En la entrevista le preguntamos todo lo que se nos ocurrió sobre su vida y su obra. Nos llamó mucho la atención su manera de trabajar, su búsqueda de libertad y de medios inusuales, como por ejemplo pintar con los dedos o recoger en la playa ramas y huesos carcomidos. Compartió con nosotros sus experiencias, métodos y predilecciones al detalle, enfatizando aquello que pudiera orientar nuestras vocaciones.

Luego daríamos testimonio de esta actividad en actuación y ante todo el colegio. Pero lo que más nos impactó fue ver poco después, en una exposición, los mismos cuadros que habíamos podido apreciar en su taller; y lo que es más, también reconocí su modalidad de pintar en la portada de una revista.

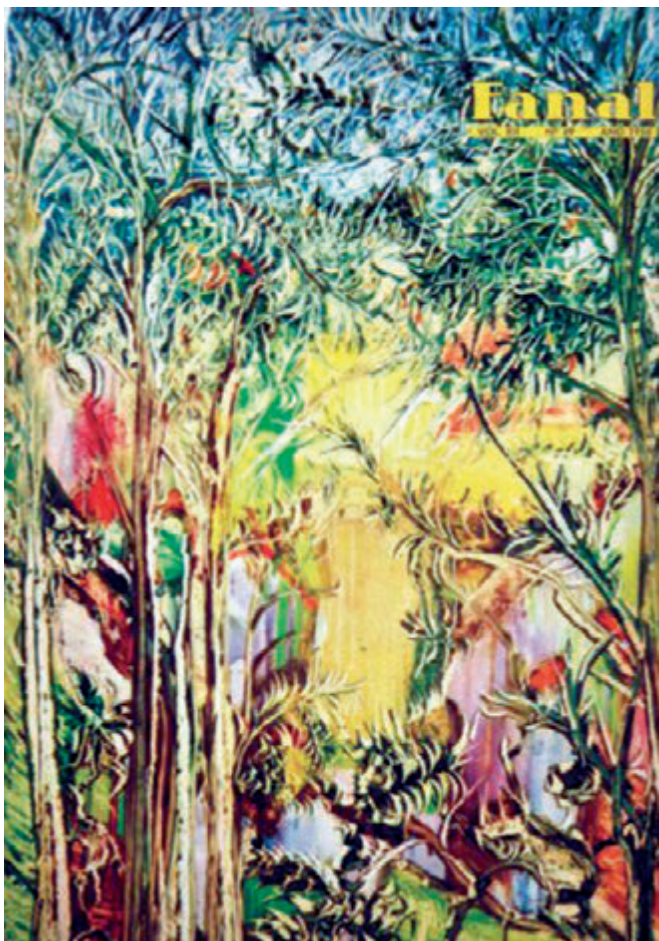


Figura 6: Revista *Fanal* N° 49, Vol. XII (1956).
Carátula: Macedonio de La Torre.

La vez que hubo un concurso interescolar de canto, Policarpo Gonzales, hermano de uno de mis compañeros, estaba ya en quinto año y justo a tiempo de ganar una beca para estudiar en el Conservatorio, lo que decidiría su incursión en la lírica.

En los últimos tres años yo había participado bastante en las actividades culturales como integrante del Club de Teatro, actuando en pequeñas obras con Guillermo La Cruz y Néstor Paredes. En el Club de Poesía más nos dedicábamos a intercambiar novelas sobre Doc Savage, que eran las preferidas de Tokeshi (¿Eduardo?); pero sobre todo compartíamos fascinados con Nelson Arias, en cuanto salían, los números de *Más Allá*, *Minotauro* y otras revistas de un género que empezaba a imponerse: la ciencia ficción. Al terminar el colegio, Nelson estudiaría en la Escuela de Arte Dramático, donde pronto descubrió su voz, llegando a ser uno de los ídolos de la denominada Nueva Ola.

En mi penúltimo año (1958) intervine en un concurso de dibujo que gracias al desconcertante incentivo de realizarse en un lugar imprevisible por desconocido —la Escuela de Bellas Artes— aún recuerdo como un escalofrío de helada impotencia que duró todo un día.

En las actuaciones cantábamos en pequeños grupos con Hugo Ríos, con los dos hermanos Iburgüen. En esas ocasiones alternábamos con otros músicos como Víctor Reyes, que era de media industrial y tocaba mucha guitarra criolla; al oírlo nos parecía estar escuchando los discos de los mejores conjuntos de moda. Conformó con Granda el dúo Los Criollitos, pero después empezó a tocar con Wendor Salgado, quien hacía sus pininos en la segunda guitarra.

Ávila y Hague formaban un dúo de boleristas, cantaban y se acompañaban, pero actuaron poco. El flaco Hague también participó en el interescolar de dibujo como caricaturista y llegó a tener trayectoria profesional porque en los setenta sus dibujos se vieron en *Don Sofó*, el periódico del humorista Luis Felipe Angell “Sofocleto”. Ávila por su parte formó un trío romántico que se hizo muy conocido, si mal no recuerdo se llamaba Los Cristales.

Luis y Antonio, los dos hermanitos Zañartu, cantaban y tocaban. Tendrían como doce y trece años, y se notaba que contaban con apoyo familiar porque llegaban con vestuario y unas guitarras que a la vista eran caras. Cuando ya era cosa de actuaciones oficiales invitaban a su hermana Elena, que era del colegio Rosa de Santa María o del colegio Elvira García y García.

También estaban los dos hermanos Juan y Jorge Merino —Los Charritos—, que cantaban rancheras, pero sobre todo boleros. Sus versiones eran lo más fieles que podíamos imaginar al repertorio de Los Panchos; hoy se les conoce como Los Perlas. Todos estos músicos harían luego carrera profesional.

Ese mismo año —1958— Víctor Piminchumo grabó su primer disco de 78 RPM en el género criollo, aunque luego no se supo más de él.

En general es curioso que pese a ser de un colegio de barrio, en lo referente al mundo del arte y de la cultura nada nos parecía lejano.

Nuestro auxiliar Gilberto (Guido) Mendivil era galán de radionovelas y se esperaba que pronto actuaría en la televisión, que acababa de llegar. Y se sabía que un amigo nuestro hasta tenía permiso para salir un poquito más temprano algunas tardes porque ya conducía su primer programa en Radio Inca: era Wilmer Salgado, hermano de Wendor, quien poco después fundaría Radio Mar.

También en 1958 se anunciaron Juegos Florales y se convocó a un concurso de poesía. Aunque yo jamás había escrito una línea, revisé con mucha suficiencia la estructura, métrica y rima de la décima, según había difundido mi tío Nicomedes en los programas dominicales por Radio Victoria, y sin más participé. El Día de la Primavera fui ungido con una corona como el poeta laureado de la unidad escolar.

Para cualquier otro la ceremonia habría sido más que imponente, pero me tocó participar en un aspecto adicional, digamos más doméstico: elegir la corona. Los del Club de Pintura fuimos los encargados y nos tuvimos que arreglar con lo que había en el jardín: hicimos una corona de ramitas, otra de unos haces muy tupidos como romero, una tercera con unas hojas un poco largas, en fin... pero el caso era: ¿dónde encontrar laurel?

Así es como, para mí, la coronación se desmitificó un poco, se hizo menos solemne... lo que de hecho consideré una suerte.

El profesor Sagástegui

Pedro Alberto Sagástegui, que había sido nuestro profesor de dibujo en primaria, nos invitó a visitarlo en su estudio del Callao a quienes estuviéramos interesados en pintura. De modo que en las vacaciones del 58 al 59, con Rómulo Gutiérrez, Gerardo González, Julián Parejas, José Nakamoto y Carlos Villanueva acudimos varias veces a verlo.

Un domingo por la mañana partimos desde el colegio y caminamos hasta su estudio, atravesando campos sembrados, árboles y estanques; al llegar nos pusimos

a pintar paisajes, con modelos de unas tarjetas del barroco, no importaba, pero en la retina traíamos una gama increíble de verdes naturales. Sus retratos y estudios eran clásicos y nos parecían respetables, por algo “el profe” había estudiado, según nos dijo, con Daniel Hernández.

El aroma a trementina y aceite de linaza fino era indescriptible, lo hacía sentir a uno en su elemento y me marcó para siempre.

Mi papá me dio plata y estirando alcanzó para un jueguito surtido de óleos y varios pinceles: de marta, de cerda, chatos, de punta y hasta para una paleta de nogal.

Llegué a pintar una naturaleza muerta, unas flores, y me quedé por todo un año con la ilusión de hacer un Fragonard de cadmios arrebolados, pero trabajar todos esos tonos de carnes hubiera requerido de un lienzo de tamaño mediano y eso significaba además un gasto en chisquetes más grandes para los empastes, y más pinceles de cerda.

Más de una vez fuimos durante ese año con Julián hasta la ventana de la casa Rembrandt en el jirón Moquegua a contemplar una maleta de óleos y un caballete portátil que estaban totalmente fuera de nuestro alcance, mirábamos y nos decíamos: “Algún día”.

Cuando Julián salió del colegio entró a Bellas Artes y llegó a estudiar pintura.

Ya fuera porque tenía una vaga conciencia de que lo económico debía tener un peso gravitante en la elección de la vocación o que simplemente mis fantasías romántico-orgánicas sobre la pintura al óleo no ocupaban todo el espacio, seguí indagando qué medios habría para vivir del dibujo.

Tan fácil como enviar una carta y recibir a vuelta de correo un cuadernillo de la Escuela Panamericana de Arte, ex Escuela Norteamericana de Arte, me encontré mirando y remirando cada uno de los dibujos con que los “12 famosos artistas” anunciaban su curso por correspondencia, sin lograr que mi sangre se encendiera.

Acaricé un poquito la idea de hacerme de las maneras de Tito Menna, Enrique Vieytes, Carlos Freixas y, por qué no, de Hugo Pratt y Alberto Breccia... ¡Cómo pudiera!... con algo de práctica, supongo; pero no me parecía imposible para nada. Aunque no me imaginaba haciendo un ejercicio y esperando días por correo para poder avanzar.

Juan Rivera Saavedra



Figura 7: Juan Rivera Saavedra.

Un día a inicios del 59 el profesor Meneses entró al salón y nos presentó a un hombre bastante joven, que en adelante —dijo— sería el responsable del Departamento de Impresiones y también el dibujante del colegio; a más de ser un novel escritor que ya empezaba a producir obras de teatro. Se llamaba Juan Rivera.

Su oficina era aquel temido espacio que llamábamos la sala del mimeógrafo, a la que estábamos prohibidos de acercarnos porque allí se imprimían las pruebas. Después de mi primera visita, salvo en las fechas de los exámenes —que en realidad eran pocos—, en todo el resto del año no dejé de frecuentarlo.

Rivera me enseñó a discriminar entre varios tipos de dibujo: caricatura, ilustración de novelas, carátula de libro, propaganda y avisos, historietas serias o estilizadas —no es lo mismo Alex Raymond que Milton Caniff o que Alberto Breccia— y a pensar en las posibilidades de ver el dibujo como una profesión. Tenía libros con artistas que yo no conocía: Aubrey Beardsley, Raquel Forner, Ángel Mingote —que no ha dejado de fascinarme—, Andrew Loomis... además de revistas y varios álbumes de recortes, que para los efectos resultaban como muestrarios.

También conocía a dibujantes y artistas profesionales peruanos como Julio Camino Sánchez, Vera Castillo y otros de quienes nos contaba situaciones y anécdotas, pero sobre todo era un ameno conversador y a mis quince años, además del dibujo, había muchos otros tópicos que requerían orientación; leí entonces a Paul Jagot, a Orison S. Marden, a Lajos Egri, a Henry Miller.

Pacientemente Rivera revisaba mis dibujos, hacía sugerencias, comentaba; rara vez me corregía. Años más tarde aprecié esa manera de conducirme, ya que en otro contexto he visto profesores que en su intento por orientar al alumno lo corrigen tanto, hasta enseñándole cómo se debe hacer, que violentan su desarrollo natural. En vez de eso, Rivera me mostraba una ilustración, una viñeta de algún artista extranjero, algo que me daba una nueva motivación, y entonces yo me iba a seguir dibujando hasta el siguiente recreo.

Ese año estudié muy poco. Ya no se trataba, como meses atrás, de dominar paulatinamente el virtuosismo de una técnica —como la tinta aguada que se me hizo familiar en el lapso de unas vacaciones—; ahora estaba de lleno en lo creativo, empezaba a sentir cierta premura y trataba ávidamente de expresarme al instante en cada estilo nuevo que él me presentaba, que encontraba en una revista o que descubría en una exposición, en un museo; una semana tentaba la historieta, otro día el surrealismo o una caricatura, aproximándome hoy a Guayasamín, mañana a Marotto.

No sé cómo Rivera me aguantaba, cada recreo yo entraba a su oficina con un dibujo nuevo. Dejé de dibujar en los cuadernos de colegio y me procuré un *pioneer* con hojas de papel Bond sin rayas. Eso duró varios meses.

Pero conforme se acercaba el fin de año el sentimiento de urgencia se hacía notar cada vez más como un peso, como un zumbido tenue. Del estudiante que fui en los primeros años de secundaria, que consideraba normal estar en segundo o tercer puesto, ya no quedaba ni el recuerdo; progresivamente fui perdiendo el gusto de ser buen alumno. Mi orgullosa intuición matemática sucumbió a la falta de fórmulas y logaritmos, y lo único que tenía como meta era terminar el colegio de una vez. Y por lo menos, cómo hacerlo sin desaprobados.

En vano traté de encontrar en los cursos que lograba aprobar medio arrastrándome algo que me pudiera servir para vivir del dibujo.

Una vez vi llegar a algunos visitantes a la oficina de Rivera, me contó entonces que en años anteriores él había trabajado en el colegio Bartolomé Herrera, donde había orientado a varios estudiantes, que ahora lo venían a ver. Así me presentó a algunos de esos jóvenes del "Bartolo": a Pablo Marcos, que hacía bastante bien su historieta seria y que me impresionó, curiosamente no tanto por su dibujo, sino (apreciación de colegial) porque estaba con terno, lo que lo colocaba de hecho en la vida y posiblemente trabajando... mientras yo todavía estaba con mi uniforme comando; a Carlos Sánchez, que por esos días solo hacía dibujo humorístico, a quien recordé haber visto en el concurso interescolar del año anterior; y a Grimaldo Romero, que hacía comentarios agudos pese a su aire circunspecto.

Un día, entre los estilos que ávido exploraba, le presenté a Rivera un dibujo cómico; Sánchez que estaba de visita me dijo que podría en efecto llamarse humorístico, pero que el estilo era muy anticuado. Y en lo que dura un recreo me demostró cómo lo hacía. Era cierto, mis presuntos dibujos cómicos parecían de antes de *El Gato Félix*. En pocos días desarrollé figuras que ya se inscribían en una estética más contemporánea. Creé diversos personajes en cómic, incluso unos cómicos-tétricos con escenarios medio surrealistas que nunca llegué a desarrollar. Debe haber sido en busca de contraste que en mi intento por adquirir un estilo moderno ubiqué a mis personajes más logrados en la época de las cavernas.

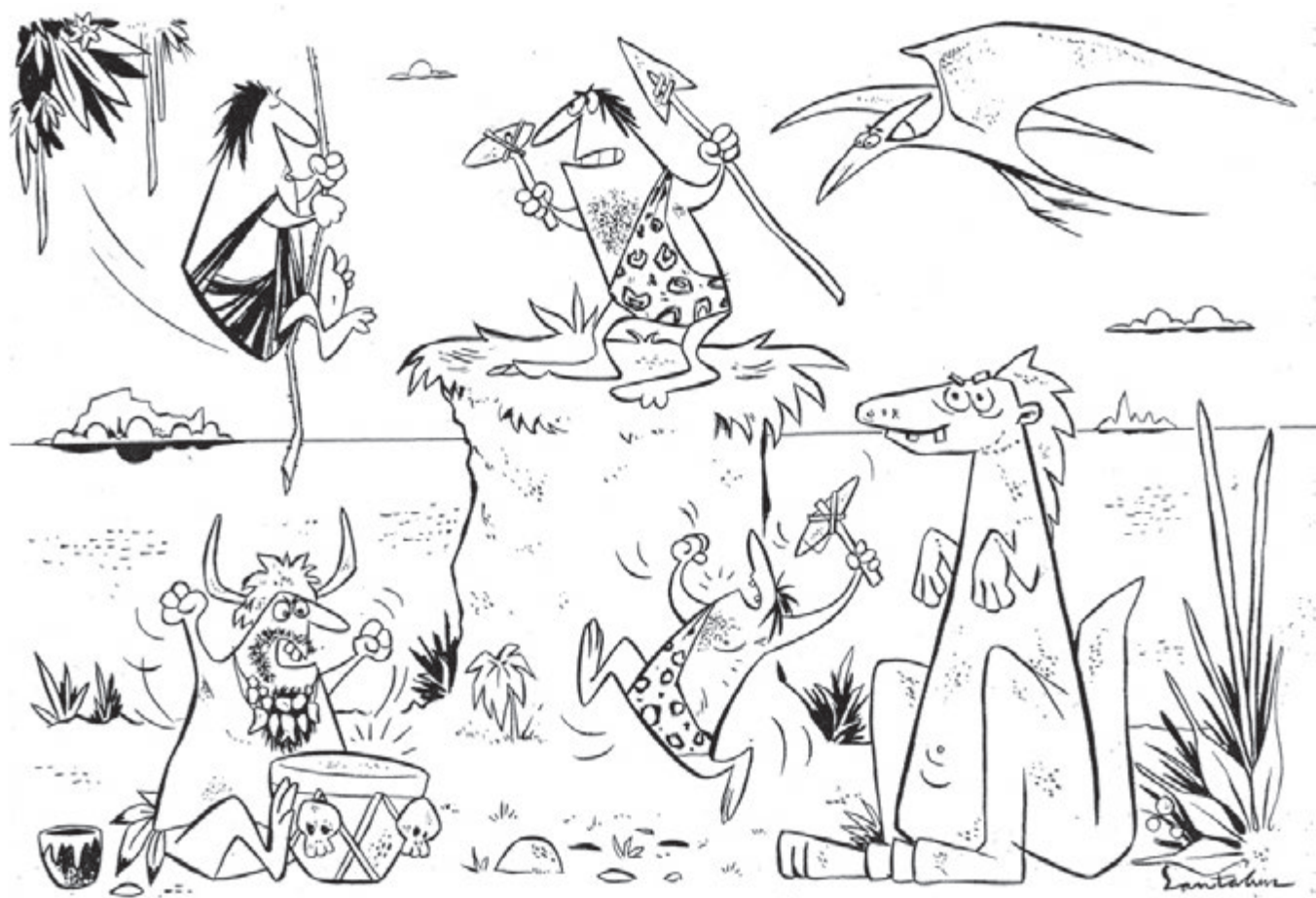


Figura 8: Lámina de muestra preparada por Octavio Santa Cruz en diciembre de 1959 para una presentación.

Rivera me explicó que el medio debía tenerse en cuenta y que dibujar no lo era todo para llegar a ser Walt Disney. Me comentó entonces de Félix Nakamura —a quien después me presentaría—, que hacía dibujos animados con una técnica preciosista, al estilo de los más perfectos filmes extranjeros, y cuyo proyecto era formar una empresa para producir películas. Años después tendría una visión completa del proceso cuando Félix me invitó a

prepararle algunos fondos para animación, allí vi desde dentro que en la animación clásica la parte creativa es apenas el inicio y que una inmensidad de repeticiones era la norma.

De momento, como les había tomado el gusto, hice un par de láminas con mis hombres prehistóricos y también algunas con sus incursiones por el futuro.

Sin embargo, mi entusiasmo por el dibujo humorístico duró poco, de modo que cuando unos meses después, en la reciente televisión, aparecieron unos dibujos animados parecidos no me apené demasiado.

No eran de Walt Disney², pero la coincidencia de ese parecido me hizo reflexionar justamente en lo que me había explicado Rivera: que no solo se trataba de dibujar bien, sino de saber colocarse en el medio adecuado.

Diez años más tarde Pablo Marcos alcanzaría bastante notoriedad haciendo historietas e ilustraciones para el diario *Expreso*.

Compartió esa época con Gonzalo Mayo, luego ambos emigrarían a los Estados Unidos donde se dice que han hecho una carrera muy exitosa.

Grimaldo firmaba “Caco”, a la manera de los dibujantes de revistas extranjeras que firmaban “Nato”, “Pepo” o “Quino”; me dijeron que “Cano” Romero, muy conocido como caricaturista de *La Crónica*, era su hermano mayor.

Años después, Carlos Sánchez Luna Victoria sería jefe de un taller en Sinamos³ donde se hacían artes y prensa masiva.

A la larga, cada uno se ha orientado en la vida según sus habilidades e inclinaciones.

Por mi parte, yo me veía en ese momento como alguien que no tenía varios años para asimilar la orientación que Rivera aún me pudiera dar.

Los demás chicos de mi salón empezaban a hablar de escoger profesión, faltaba un par de meses para acabar el año y quienes se sentían seguros de aprobar ya pensaban en la universidad.

Finalmente le pregunté cómo hacer para trabajar en dibujo.

“Si quieres conseguir trabajo tendrás que mostrar algo acabado, no puedes enseñar borradores. Prepara tus muestras con lo mejor que puedas hacer”.

Y me indicó una serie de materiales que yo nunca había usado. Tendrían que ser dibujos acabados, artes finales se les llamaba, todos del mismo tamaño, en cartulina Cánson.

“Los que son a colores deben pintarse con ténpera y todos deben estar protegidos con un papel de ingeniero transparente...”

El último año de colegio terminó rápidamente, empezaron los preparativos para Navidad y antes de que nadie en mi casa me fuera a preguntar qué pensaba hacer de mi vida me puse un terno, junté mis muestras en un fólter y salí a buscar trabajo.

Lo primero que hice fue preguntarle a Rivera quién era el mejor dibujante del Perú. Para mi sorpresa no me respondió directamente. “Mejor comienza por una agencia”, dijo finalmente.

Una a una recorrí varias agencias de publicidad: McCann Erickson, Publicidad Perú, Causa y otras, hasta logré hablar con los jefes de arte; luego continué con tiendas grandes que tenían departamento de decoración: Sears, Scala Gigante.

En Tía, la última tienda a la que fui, el jefe de decoración me tomó una prueba. Tuve que hacer una figura grande, recortarla en un cartón color crema, muy liso, y pintarla con una pintura vinílica de lata, todos materiales que veía por primera vez. Cuando terminé me llamó a un lado y me confió: “Te salió bien. Pero aquí no hay sitio para ti, porque yo lo que necesito es alguien que me haga copias para las vitrinas según mis indicaciones. Y tú eres un creativo. Pero tampoco vas a encontrar nada en una agencia. Un jefe de arte al toque te ve y sabe que vas a aprender rápido. Y se muere de miedo de que le ‘serruches’ el piso. ¿Te das cuenta? Por eso no te han aceptado. Pero no te lo dicen, la gente es así. Tú no te imaginas cómo es que hemos aprendido nosotros, aquí hay que aguaitar por sobre el hombro del que sabe, ¿y ese acaso te deja ver...?”.

Y ya no seguí visitando más tiendas. Tenía un sentimiento ambivalente: por un lado estaba apesadumbrado, por otro confiaba aún más plenamente en mi propio nivel de competencia, sobre todo con la actualización que me había dado Rivera.

Regresé con él, esta vez para preguntarle directamente si realmente no sabía quién era el mejor dibujante del Perú, “porque es con él y no con otro” adonde yo quería ir. “No es eso —contestó—. Lo sé bien, pero... Bueno, ya, mañana te llevo”.

2 Me refiero a *Los Picapiedra*, serie de animación estadounidense, que se inició en septiembre de 1960 y que por cierto empezó a emitirse tiempo después por la naciente televisión limeña.

3 Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social, creado en junio de 1971 por el gobierno militar de Juan Velasco Alvarado.

Al día siguiente me acompañó hasta el edificio El Sol, en la esquina de Colmena y Camaná, en el centro de Lima.

“Pero tú subes solo —me dijo—. Es en el piso diez, 1002”. Me dejó en la puerta y se encaminó al Teatro Universitario que, según me explicó, quedaba muy cerca.

Subí en el ascensor sintiendo el peso de quien se enfrenta a su destino.

Me abrió la puerta un joven algo mayor que yo que, según explicó, solo estaba de visita en el *atelier*. Dijo llamarse Alberto Caballero y cuando le comenté a lo que iba sonrió significativamente y me invitó a esperar a que Werner Stockli llegara. Con el tiempo compartiría con Alberto algunas jornadas de trabajo y llegaríamos a ser bastante amigos.



Figura 9: Con Alberto Caballero en el *atelier* del edificio El Sol, Fines de 1960. Foto: W. Stockli.

Al día siguiente le conté a Rivera que había conocido a Stockli, quien como primera cosa me preguntó si ya había terminado el colegio. Yo le había dicho que no quería estudiar ninguna otra carrera, ni universidad ni nada, sino vivir del dibujo, y entonces me explicó que él tenía un ayudante, pero que justamente trabajaría

solo hasta esa semana y que, en consecuencia, podría empezar el próximo lunes.

Aunque apenas le había dado una ojeada a mis muestras, evidentemente yo había llegado en el momento preciso. Era enero de 1960.

Después me enteraría de que el ayudante en cuestión era Marcelo Mier y Terán, quien también había sido uno de los pupilos de Rivera.

Lo que al parecer este ignoraba es que Marcelo, finalmente estaba por empezar su vida como diseñador independiente, luego de un período de preparación al lado de Stockli.

Por lo visto hacía meses que Marcelo titubeaba entre la aventura riesgosa de no tener un sueldo fijo y la ilusión de un porvenir promisorio como diseñador de éxito y fama.

Infortunadamente nada de eso se realizaría para él: luego de un intento breve optó por un puesto seguro como colaborador en la decoración de vitrinas con Rafael Hernández y, según me dijeron, falleció al poco tiempo.

Todo ese año continué visitando espaciadamente a Rivera, siempre mostrándole mis avances, seguí muy de cerca su proyecto de la Academia de Dibujo Comercial, y en cuanto estrenó su obra *Los Ruperto* con el grupo Histrión llegamos a desarrollar un diseño escenográfico conjunto con el realizador Virgilio Velásquez y con César Urueta, director de la obra.

Después, paulatinamente se dedicaría tan de lleno a la dramaturgia, que hoy su nombre se conoce como referido íntegramente al teatro.

Pero para quienes lean estas pequeñas historias les quedará claro que, en esos tempranos días del diseño en el Perú, varios de los jóvenes que entonces ingresamos a la vida profesional en sus diversas variables, sobre todo de historieta, dibujo animado, dibujo publicitario, y en mi caso diseño gráfico, lo hicimos gracias a la orientación generosa de Juan Rivera Saavedra⁴.

4 Ver el apartado “Aprendizaje y enseñanza” en el Anexo 4, dedicado a los pupilos de Rivera, donde este comenta su devenir en la vida profesional hasta nuestros días y, en mi caso personal, cómo a mi vez pude orientar a otras personas cuando los lugares para el aprendizaje aún eran pocos.

1.2 La gráfica antes de los sesenta

Desde mi primer contacto con el diseño comprendí que todas las modalidades del dibujo que había llegado a conocer en nuestro medio, desde la creación de historietas hasta las ilustraciones pictóricas o los anuncios publicitarios, podían confrontarse con otra manera de aproximarse al arte. Esta manera era el diseño gráfico.

Mirando las revistas gráficas extranjeras se notaba que había variedades de diseño según los países, a cada cual más vistoso o más avanzado, y con características propias. Una diferencia sutil permitía discriminar entre aquellos artistas libres que eventualmente trabajaban por encargo y los diseñadores formados expresamente para eso. Me encontraba ante el concepto específico de profesionalización.

El caso peruano

A la luz de esta nueva idea empecé a mirar a mi entorno como para reconocer el medio en el cual me encontraba por entonces y, aunque hoy parezca extraño, sentí necesario hacer tal deslinde porque en nuestro país eran más los casos de artistas libres que realizaban los encargos de diseño. Por lo que pude ver, desde las décadas anteriores era frecuente que pintores y arquitectos tomaran los pedidos de afiches y carátulas de libros o revistas, y transitaran con la mayor familiaridad por los predios del arte por encargo.

Esto ha ocurrido en todas las latitudes y a nivel internacional tenemos obras de incuestionable impacto, colorido y belleza, entre afiches y tarjetas de Navidad realizados por artistas destacados como Miró, Picasso y otros.

También en nuestro país se han dado casos similares, y si bien es cierto que un artista plástico en posesión de una buena formación siempre logrará resultados creativos más espectaculares que un sencillo dibujante publicitario de producción estándar, convengamos al menos en que esa no es la norma.

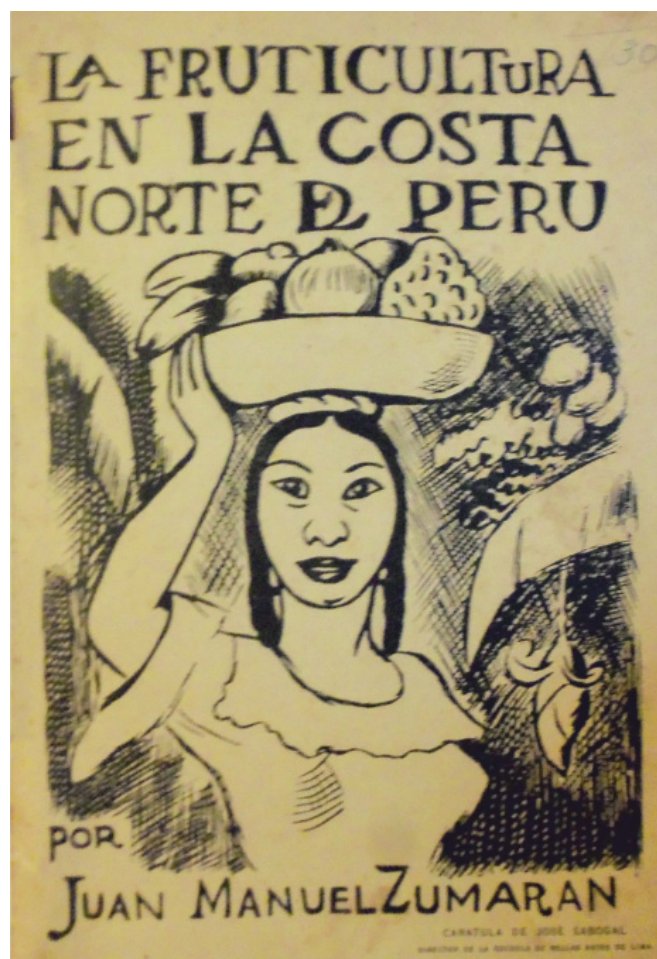


Figura 10: Juan Manuel Zumarán. *La fruticultura en la costa norte del Perú*. Chiclayo, 1943, 25 x 18 cm. Carátula: José Sabogal.

La diagramación de revistas o periódicos era asumida generalmente por un periodista con habilidades innatas que derivaba de manera natural hacia un grado suficiente de especialización técnica, siendo sus logros más precisamente funcionales que estético-comunicativos.

En cuanto a los folletos o memorias, cuyo contenido informativo consistía sobre todo en descripciones, tablas o balances, dados los costos de producción se privilegiaba la impresión tipográfica a partir de composición en linotipo.

Así y todo, su emisión solo se justificaba en casos de altos tirajes, razón por la cual su diagramación era ofrecida con frecuencia como una cortesía de la imprenta hacia el cliente para la mejor aprobación de su presupuesto. Con tal propósito, el personal técnico de la imprenta solucionaba la disposición formal de los textos, escatimándose, por el costo, el uso de fotograbados.

La paulatina difusión de la impresión en *offset* fue trastocando esta situación, favoreciendo los fondos de color y posibilitando el uso de fotografías y titulares de mayor tamaño a base de fotolitos, llegando las imprentas a tener dibujantes prácticos a tiempo completo que alternaban sus funciones operativas para el proceso de la fotomecánica con el montaje, retoques y acabados, sustentados fundamentalmente en su buen conocimiento de los procesos internos y en las necesidades de la producción editorial.

Arte gráfico, artes gráficas

Aún no terminaba yo de comprender el concepto de arte gráfico—que encontraba tan novedoso frente a cuanto había conocido hasta entonces— cuando una tarde, mientras cruzaba por el populoso barrio de La Victoria, más o menos por Radiopatrulla, me encontré de pronto ante una gran pared pintada; me llamó la atención por su bien resuelta factura y estuve largo rato contemplándola. El rótulo en la fachada me resultó extremadamente perturbador, tanto más cuanto que se notaba que la construcción era muy antigua. Por lo visto era una escuela, decía algo así como de artes y oficios, y no recuerdo si mencionaba las artes gráficas o ambas cosas.

Lo que sí recuerdo es que tomé nota y al día siguiente pregunté a Stockli cómo se entendía eso. La conversación se orientó hacia las artes gráficas.

Me explicó que el arte gráfico es una actividad singular que pone énfasis en el aspecto creativo; *es un tipo de arte* y produce originales que para ser divulgados se sirven del grabado.

Y puntualizó que, en cambio, con el nombre de artes gráficas se aludía a los diversos procesos requeridos para la buena reproducción de los grabados.

Su virtud consiste en la excelencia del copiado en serie⁵.

Para mayor ilustración citó la imprenta de su amigo Heinz Lauherfer que, con todo derecho, se llamaba Artes Gráficas S. A.

Y con una sonrisa concluyó: “Lo que has visto debe ser una escuela para técnicos en imprenta, joven. Nosotros hacemos arte gráfico aplicado”.

Antecedentes

Siendo que el axis de este trabajo es el diseño gráfico y que dicha actividad cobra presencia hacia los años sesenta, pasemos a ver cómo encontramos la producción gráfica de este tiempo.

Sobre el nivel y la calidad podemos decir que desde los días de Antonio Ricardo en el Perú la excelencia y tradición del producto de imprenta están fundamentadas, y que la primera mitad del siglo XX fue rica en cuidadosas impresiones, llegando hasta los años sesenta con algunos veteranos maestros de máquina, poseedores de conocimiento y orgullo por su oficio, que nos comentaban cómo, poco a poco, las nuevas tecnologías iban produciendo cada vez a mayor velocidad en desmedro de algunos delicados procesos tradicionales.

En tanto que, si bien el nivel cultural de inicios del siglo XX, rico en bohemia y tertulias, produjo pensamiento, reflexión y literatura desde la costa norte hasta la sierra sur, la progresiva y creciente centralización hizo que a mediados de siglo la mejor calidad de impresión se diera en la capital.

Por ello el corpus de impresos recopilados, aunque referidos a obras de distintos lugares del país, resulta en gran parte editado en talleres de Lima.

La vida efímera de afiches u otras producciones impresas hace que privilegiemos las portadas de libros por ser lo que nos ha sido posible encontrar.

Como muestra hemos escogido una breve selección, de las cuales haremos una revisión somera, ordenándolas según sus características visuales.

5 Muchos años más tarde la idea recibió una precisión adicional cuando supe de William Morris y del movimiento Arts & Crafts.

Carátulas de libros con solo texto a tipografía

Hacia la primera mitad del siglo XX se observa un declive momentáneo en los procesos de impresión fina, la tipografía adquiere mayor presencia en desmedro de la impresión basada en piedra litográfica.

La impresión a base de letras en relieve, llamada por extensión tipografía, utiliza por lo general un clisé o molde para cada color. En este sistema, la impresión llamada tricomía o cuatricomía logra el efecto de todos los colores con tres o con cuatro clisés. Tales procesos técnicos tienen mucho de artesanal, son lentos y proporcionalmente costosos. Por ello muchos libros publicados entre 1920 y 1950 ostentan interiores impresos con tipos metálicos compuestos íntegramente en linotipo.

Tanto las páginas de lectura como la carátula son elaboradas según las normas universales de composición que los maestros tipógrafos, poseedores de un oficio según la tradición, conocen a cabalidad.



Figura 11: Dos carátulas con solo texto. La cartulina de un color lleva titulares impresos con letras de caja y adornos con líneas u ornamentos también de caja; en este caso con reminiscencias Art Nouveau.

Entre las imprentas más prestigiadas de esos años mencionamos a Talleres Gráficos P. L. Villanueva, Editorial Sanmarti y Litografía Valverde.

Acerca del orgullo de los maestros tipógrafos por respetar la tradición de su oficio, es cosa que pudimos conversar ampliamente en los años sesenta con el jefe de taller Juan Altamirano en la imprenta Industrial Gráfica, durante las largas esperas—a veces nocturnas—vigilando las pruebas, ya que entonces no se procedía a la impresión sin el visto bueno del diseñador, y podemos dar cuenta de que tal orgulloso conocimiento se dio hasta avanzados los setenta. Con todo, los correctores de estilo velaban por la pulcritud de los textos, y si algún lector conoció por ejemplo al corrector don Julio del Prado, recordará al leer estas líneas lo que eran en esos tiempos la prolijidad y el esmero en la composición de textos, que por entonces se hacía leyendo al revés los bloques de letras de plomo del linotipo.

En la disposición visual de muchas carátulas de esta época se reconoce la aplicación de algunos principios de comprobada eficacia, provenientes de la tradición tipográfica, como por ejemplo la denominada composición por tercios⁶, que generalmente ubica el título o imagen de mayor jerarquía en el tercio superior.

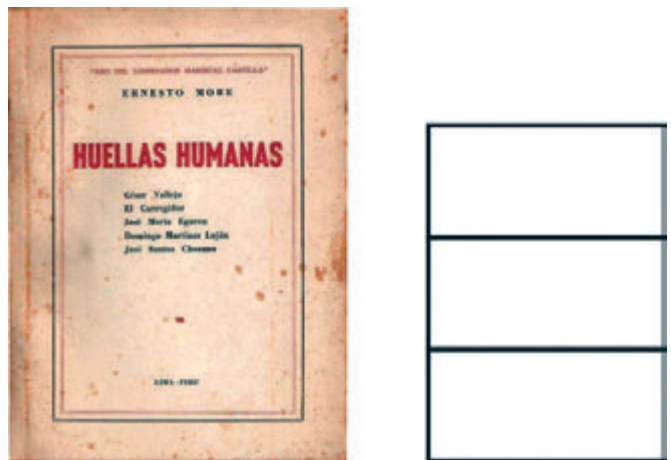


Figura 12: Composición por tercios. Ernesto More. *Huellas humanas*. Lima, Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 1954, 150 p., 22 x 16 cm.



Figura 13: Tres ejemplos de carátulas en composición por tercios. Raúl Porras Barrenechea. *El Inca Garcilaso de la Vega*. Lima, Tipografía Lumen, 1946. Clorinda Matto de Turner. *Tradiciones cuzqueñas*. Cuzco, Imprenta H. G. Rozas, 1954. Martín Adán. *La rosa de la espinela*. Lima, Editorial Juan Mejía Baca, 1958, 21 x 11 cm.

La introducción de sistemas modernos de composición de textos, como la Composer, máquina IBM de bolita, dio paso a otro tipo de profesionales de la escritura mecanográfica, más experimentados en la producción de escritura veloz que en el cuidado de los usos idiomáticos; más de un dolor de cabeza compartimos con nuestros amigos editores y redactores al leer los novedosos—por insólitos—editoriales de *El Comercio* desde los años noventa.

A esto ha venido a sumarse la profusión ulterior de máquinas impresoras pequeñas, los encargos de producción fraccionada por servicios y la proliferación de talleres “chicha”.

6 Ver ejemplo de composición por tercios en el Anexo 5 (Kimberly, 2014: 67).

Figura 14: Mario A. Puga. *Así no Màs*. Chiclayo, 1962. La impresión es tipográfica, con texto a una tinta, en negro. Es probable que los fondos de color hayan sido logrados con bloques sólidos, ya que no representan el costo de un clisé adicional. La redacción del título (no Màs) utilizando la "M" mayúscula y la letra "a" con el acento invertido tal vez corresponda a una razón significativa del propio autor. Es improbable que el cajista de la imprenta haya escogido intencionalmente esa redacción no usual, ya que la caja de letras metálicas contiene acentos diversos para escoger tanto en mayúsculas como en minúsculas.



Figura 15: Perfil de Antenor Orrego realizado por Esquerriloff (Julio Esquerre). Aparece en la revista *Amauta* N° 1, 1926, p. 7. Ilustración a una tinta. El trazo fluido sugiere una flexibilidad matérica que podría provenir de haberse hecho en un grabado sobre linóleo.

Carátulas de libros con texto a tipografía y viñeta o ilustración

En estos casos la viñeta ha sido confeccionada especialmente para la carátula porque cumple alguna función, como elemento explicativo o aclaratorio.

Figura 16: Hermilio Valdizán. *Historia de la medicina peruana*. Lima, Editorial Hora del Hombre, 1944, 150 p., 19 x 11 cm.

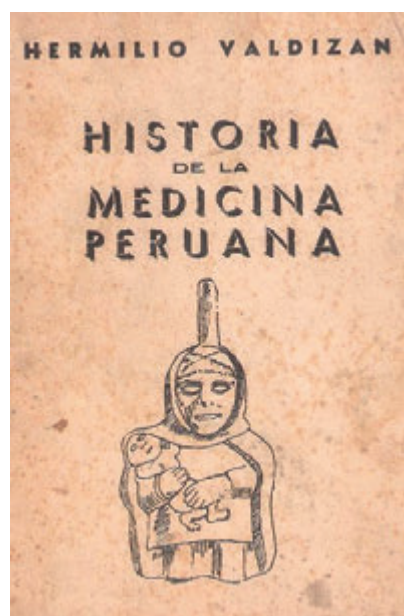


Figura 17: Justiniano López. *Indios y venados* (1927). La viñeta al centro de la página es un paisaje. Las franjas horizontales con ornamentos estilo Art Nouveau y las líneas que conforman el marco arriba y abajo son elementos de caja.

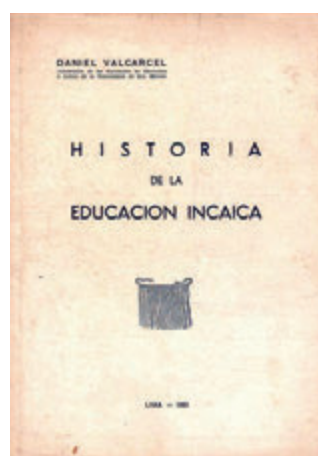
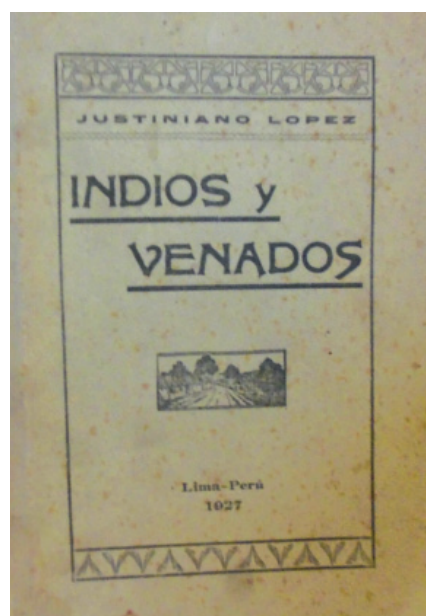


Figura 18: Tres carátulas sin autor. En estos ejemplos vemos que no se menciona al autor de la viñeta; probablemente, más que un motivo de arte se le consideraba un complemento del título.

Carátulas de libros con ilustración encargada a un dibujante

En este tipo de carátulas se nota usualmente la intención de comunicar por medio de imágenes que correspondan al título. La realización es por lo general cuidadosa, observándose que el dibujante domina los recursos del oficio, los materiales y los instrumentos del dibujo en mesa; además, es condición fundamental que una de las fortalezas de este tipo de dibujante sea conocer a cabalidad las posibilidades del proceso de impresión, debido a lo cual estos trabajos se caracterizan por ser técnicamente reproducibles.

El dibujante, ya fuera empleado estable de una imprenta o no, era presumiblemente un diletante, de habilidad y creatividad notables, quedando sobreentendido que su mucha o poca solidez cultural y artística provenía casi siempre de una formación autodidacta variable.

Tampoco en estos casos era norma que el dibujante o ilustrador firmara sus trabajos. Y en los casos en que la firma aparece, podemos asumir que esta señal de identificación apuntaba más a ampliar su cartera de clientes que a afianzar su prestigio como artista creador.



Figura 19: Manuel Robles Alarcón "Llokje Runa". Sara Cosecho. Cosecha del maíz, 1940. Carátula: O. Lazo.

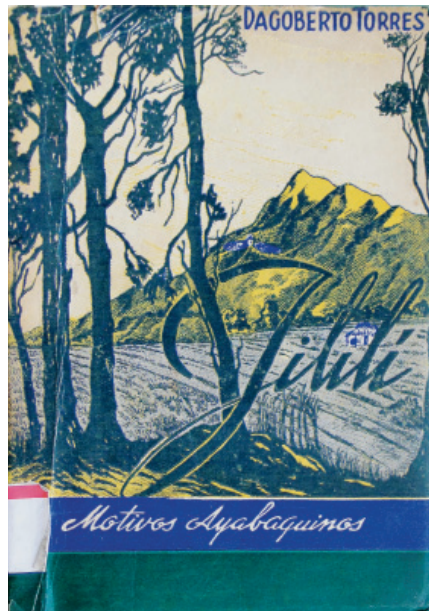


Figura 20: Dagoberto Torres. *Jilili. Motivos ayabaquinos*. Biblioteca Perú en Marcha, 1955. Carátula: Pallette.



Figura 22: Antonio Alva y Alva. *Historia de la cultura*, 1945. Carátula: Paz de Noboa.

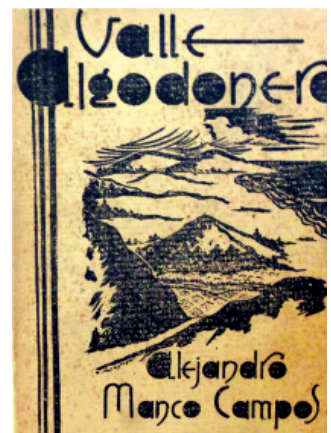


Figura 23: Alejandro Manco Campos. *Valle algodónero*, 1942. Carátula: Guayluplo.



Figura 21: Jorge A. Lira. *Breve diccionario kkechuwa-español*. Cusco, Perú. Esta es una edición alternativa sin fecha y sin crédito editorial. La impresión de la carátula es a tres tintas, fondo amarillo ocre, con figuras en un siena marrón y texto en negro. El entintado denota imperfecciones como cuando los grumos secos obstaculizan el paso de la tinta por el cedazo. Esto puede ocurrir en una impresión muy artesanal a serigrafía o mimeógrafo. Los interiores sí son impresos a mimeógrafo, según se hacía en los años cincuenta, tipeando a máquina de escribir mecánica sobre el estencil para usos de oficina.

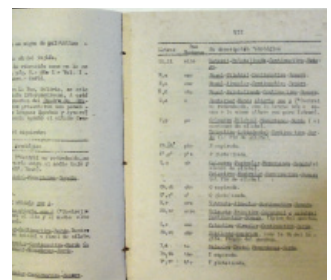


Figura 24: Jorge A. Lira. *Breve diccionario kkechuwa-español*. Detalle interior.



Figura 25: José M. Valega. *El Virreinato del Perú*. Lima, Editorial Cultura Ecléctica, Imprenta Lux, 1939. El dibujo original ha sido visiblemente realizado todo a plumilla y tinta china, aprovechando varios tipos de achurado para lograr efectos de grises diversos con una sola tinta lineal. La impresión es tipográfica. No se ve firma de dibujante.



Figura 26: José Bonilla Amado. *Jerga del hampa*, 1956. Carátula: Alejandro Romualdo.



Figura 27: José Bonilla Amado, *Jerga del hampa*. Detalle interior. En este caso el dibujante resulta ser alguien del mundo de la cultura, cuyo nivel en el ámbito literario es ampliamente conocido: el poeta Alejandro Romualdo.

Carátulas de libros con ilustración encargada a un artista reconocido

En estos casos el resultado plástico es más ambicioso. Quien llega a ser prestigiado como hacedor de arte libre es posiblemente alguien que “vive para el arte”, aunque no necesariamente viva de él. La carátula encargada a este tipo de creadores es entonces concebida artísticamente; es decir, con intenciones decididamente expresivas y/o con planteamientos colorísticos fundamentados. Esto ocurre porque el autor, ya sea que cuente o no con estudios académicos formales, es fundamentalmente un productor que aprecia la ocasión de ejercitar su expresión artística.

En ciertas ocasiones, un nexo de proximidad ideológica o de amistad con el autor pareciera garantizar la correspondencia en cuanto a la temática, evitando así que se impongan elementos ajenos al texto. Sin embargo, el origen libre de la formación del artista plástico no siempre es suficiente para solventar la totalidad de los aspectos comunicativos, pudiendo a veces resultar creaciones singulares que incluso sobrepasan las necesidades de la edición.



Figura 28: Carlos Oquendo de Amat. *5 metros de poemas*. Lima, Editorial Minerva, 31.12.1927. Carátula: Emilio Goyburu.



Figura 29: Carlos Camino Calderón. *La Cruz de Santiago*. Lima, Librería e Imprenta Gil, 1936, 160 p., 22 x 17 cm. Ilustraciones de José Luis Caamaño.

Figura 30: Roberto MacLean y Estenós. *Cosmópolis llega. Estampas limeñas*. Lima, Casa Editora P. Caballero e Hijos, 1927, 132 p., 16,5 x 12 cm. Zincograbados de Campbell. Frontispicio de Carlos Raygada.

- Carátula en tonalidades grises variadas, con letras y números de los titulares que suponen dibujo manual. Predominio de líneas en direcciones diagonales, hay figuras claras sobre fondo oscuro, algunas figuras curvas.
- Objetos reconocibles: edificios, un saxofón, la parte delantera de un automóvil de época, fragmento de una partitura musical, haces de luz. La composición de objetos es abigarrada y asimétrica.
- Los textos no están escritos en ningún alfabeto conocido estándar. La composición de objetos es dinámica, con ángulos cubistas, predominando la estética futurista en todo el conjunto⁷.

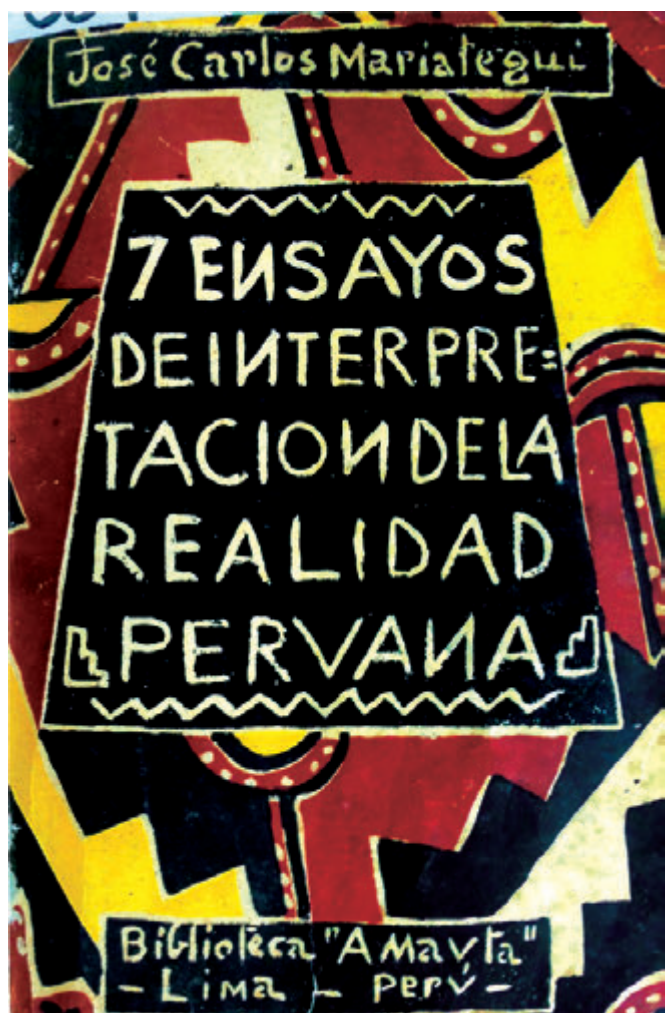


Figura 31: José Carlos Mariátegui. *7 ensayos de interpretación de la realidad peruana*, Lima, Biblioteca Amauta, 1928. Carátula: Julia Codesido.

- Las líneas predominantes son las quebradas, diagonales y horizontales; las curvas son pocas. La confección es manual.
- Las figuras y formas geométricas guardan parecido con las letras del titular. La tipografía del título, autor y créditos es una versión libre y a mano alzada de algún Sans Serif arcaico.
- La forma trapezoidal que enmarca el titular, así como algunos bordes escalonados y la elección del color ocre oscuro articulan un conjunto que sugiere la coloración de tejidos, ponchos, tierra y todo lo que se relaciona con los estereotipos del universo simbólico del Perú antiguo, en correspondencia con el título “realidad peruana”. La concepción es pictórica y ornamental, por lo que algunas singularidades tipográficas, como letras invertidas y sustituciones de v por u, han de suponerse efecto estético sin significación necesaria. En cambio el juego compositivo de formas diagonales y quebradas resulta en un entorno con sugerencias cubistas que suponemos intencional.

⁷ La ilustración coincide con el espíritu de *El Manifiesto Futurista* de Filippo Tommaso Marinetti, que en 1909 dice: “¡Estamos sobre el promontorio más elevado de los siglos! (...) Afirmamos que el esplendor del mundo se ha enriquecido con una belleza nueva: la belleza de la velocidad” <https://www.uclm.es/artesonoro/FtMARINETI/html/manifiesto.html>



Figura 32: María Wiesse. *Quipus. Relatos peruanos para niños*. Lima, 1936. Maderas de José Sabogal.

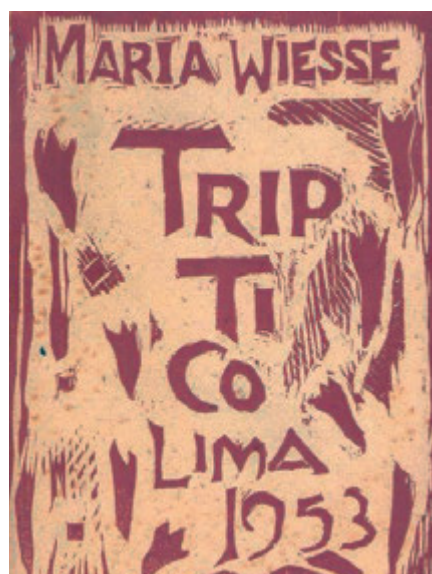


Figura 33: María Wiesse. *Triptico*. Lima, Talleres Bustamante y Ballivián, 1953, 100 p., 20 x 12 cm. Grabado de Sabogal.



Figura 34: José Eulogio Garrido. *Carbunclos*. Lima, Librería e Imprenta D. Miranda, 1945, 150 p., 22 x 16,5 cm. Viñetas de Camilo Blas.



Figura 35: José María Eguren. *Poesías completas*. 1952. Carátula: Apu Rimak. Con grabados de Camilo Blas, Julio Camino Brent, Julia Codesido, Carlos Quíñez Asín y José Sabogal, entre otros.



Figura 36: Ernesto Reyna. *Fitzcarrald, el rey del caucho*. Lima, Club del Libro Peruano, Gráfica P. Barrantes C., 1942, 165 p., 19 x 13 cm. Cubierta de Apu Rímak sobre diseño de Víctor Morey.



Figura 37: Víctor L. Villavicencio. *La vida sexual del indígena peruano*, 1942. Carátula: Apu Rimak.



Figura 38: Jesús Víctor Fajardo. *Desenfrenos de Miquita Villegas*. Lima, Editorial Mercurio. 1951.



Figura 39: Jesús Víctor Fajardo. *Desenfrenos de Miquita Villegas*. Página interior. Nótese que hay mención especial de la participación del pintor Domingo Pantigoso.



Figura 40: Alberto Guillén. *Cancionero*. Reedición de la publicación de 1935. Impreso para la Editora Latinoamericana en los Talleres Offset de Santiago Valverde S. A. Las Ágatas 231, Lima. Bajo la dirección de Francisco Campodónico, MCMLVIII.



Figura 41: Alberto Guillén. *Cancionero*. Índice con viñeta. Según se ve, Pantigoso ilustra no solo la carátula sino que en los interiores hay profusión de viñetas. Incluso al final del libro se ve un *exlibris* cuyos adornos evocan motivos del imaginario precolombino.



Figura 42: Alberto Guillén. *Cancionero*. Página interior.



Figura 43: *Exlibris*.



Figura 44: Alberto Guillén. *Cancionero*. Cuatro imágenes de páginas con viñetas. Pantigoso ilustra los interiores con soltura, alternando varios estilos, desde viñetas alegóricas, como de fábulas, hasta referidas a motivos de diversas culturas precolombinas.



Figura 45: Arturo Burga Freitas. *Mal de gente*. Lima, Ediciones Amazonía, 1943.



Figura 46: Arturo Burga Freitas. *Mal de gente*. Página interior en la que aparece el crédito. Portada de César Calvo de Araujo.

Carátulas de libros con diseño encargado a un artista profesional

Según hemos visto, hasta mediados del siglo XX las carátulas de libros fueron producidas por amantes del arte de diversa formación, desde aficionados y autodidactas hasta egresados de centros de arte. Las obras de entonces ostentan soluciones heterogéneas: reminiscencias de letras Art Nouveau en los años veinte, ilustraciones pictóricas con sabor telúrico en los treinta o un aspecto decididamente artesanal, luciendo con intención las huellas del corte del formón, en los cuarenta.

Entrando a la segunda mitad del siglo XX se empieza a virar hacia otro tipo de propuestas. Tal vez la diferencia entre esta opción y las anteriores estriba sobre todo en la toma de posición del productor de arte ante su propia obra.

Siguiendo la secuencia temporal que estas carátulas de libros nos han marcado, la cerraremos destacando que a finales de la década de los cincuenta se empezó a notar un viraje hacia diseños de mayor calidad competitiva producidos por artistas provenientes de las canteras de las agencias de publicidad, en relación con libros de producción extranjera. Ciertos proyectos editoriales de gran producción tenían en vista los altos tirajes, los bajos costos y la venta masiva. De estos dibujantes publicitarios, algunos tenían formación pictórica y se limitaron a producir dibujos temporalmente y solo como un medio para sobrevivir. Hubo otros artistas, pintores de escuela o autodidactas que trascendiendo el encargo pasajero encontraron el gusto por una manera de crear que con el tiempo se llamó diseño gráfico. En las próximas páginas transcribimos las conversaciones que mantuvimos con algunos de los productores de arte acerca de cómo se ven a sí mismos y qué piensan de su propia obra.

Hacia la primera mitad del siglo XX encontramos varios proyectos de ediciones seriadas. Algunos no pasaron de la publicación inicial, otros lograron mayor vida. Llevan como marca la presencia de conocedores y amantes de la cultura del libro como el librero don Juan Mejía Baca, la Imprenta Valverde y el impresor y editor Francisco Campodónico, entre otros.

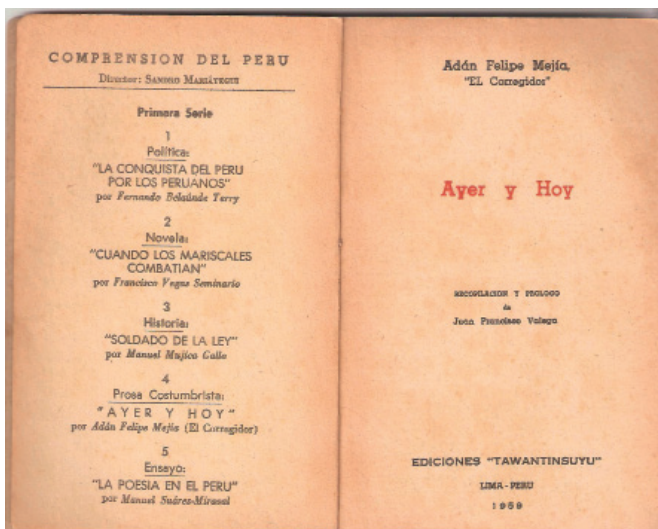


Figura 47: Serie Comprensión del Perú, que rubrica el dueño de imprenta y editor Sandro Mariátegui.

Desde nuestra perspectiva, el punto por distinguir es cómo se solucionaron las portadas en cada uno de esos proyectos; en algunos casos con un diseño estándar que se repetía con ligeras variantes, en otros encargándolas cada vez a artistas especializados. El proyecto de mayor resonancia fue el llamado Populibros, promovido por Manuel Scorza.



Figura 48: Dos carátulas de la serie Patronato del Libro Peruano, producida por Litografía Valverde (Balconcillo). El motivo abstracto de líneas entrecruzadas se repite en cada libro. Los créditos mencionan a Francisco Campodónico. No se incluye autoría del diseño de carátula.



Figura 49: Dos carátulas de la serie Festival del Libro. Los libros del primer festival están fechados en 1958. Llevan el sello de Editora Latinoamericana y la dirección consignada es Los Zafiros 285, Balconcillo. El motivo de carátula es a una tinta y se repite en cada libro, con diferente color. No se menciona autoría del diseño.

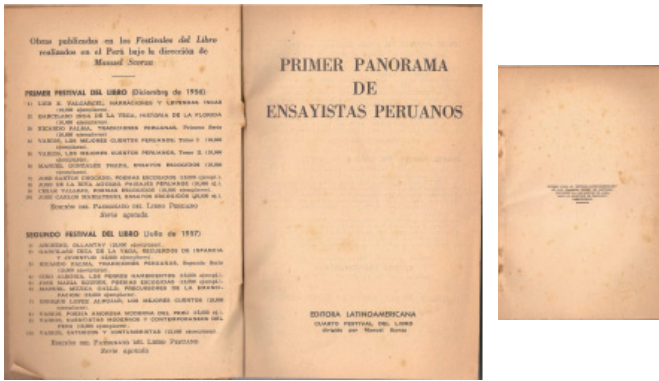


Figura 50: *Primer Panorama de Ensayistas Peruanos*, de la serie Festival del Libro, que comprende ediciones dirigidas por Manuel Scorza. En el colofón se cita: "Impreso para la Editora Latinoamericana en los talleres offset de Santiago Valverde S. A., Las Ágatas, en Lima, bajo la dirección de Francisco Campodónico".



Figura 51: Dos carátulas de la serie Primer Festival del Libro Arequipeño. Arequipa, 1958. En esta serie las letras titulares se ven dibujadas. En *Antigüedades peruanas*, de Mariano Eduardo de Rivero, y en *Jorge el hijo del pueblo* de María Nieves y Bustamante pareceríamos estar ante bocetos.

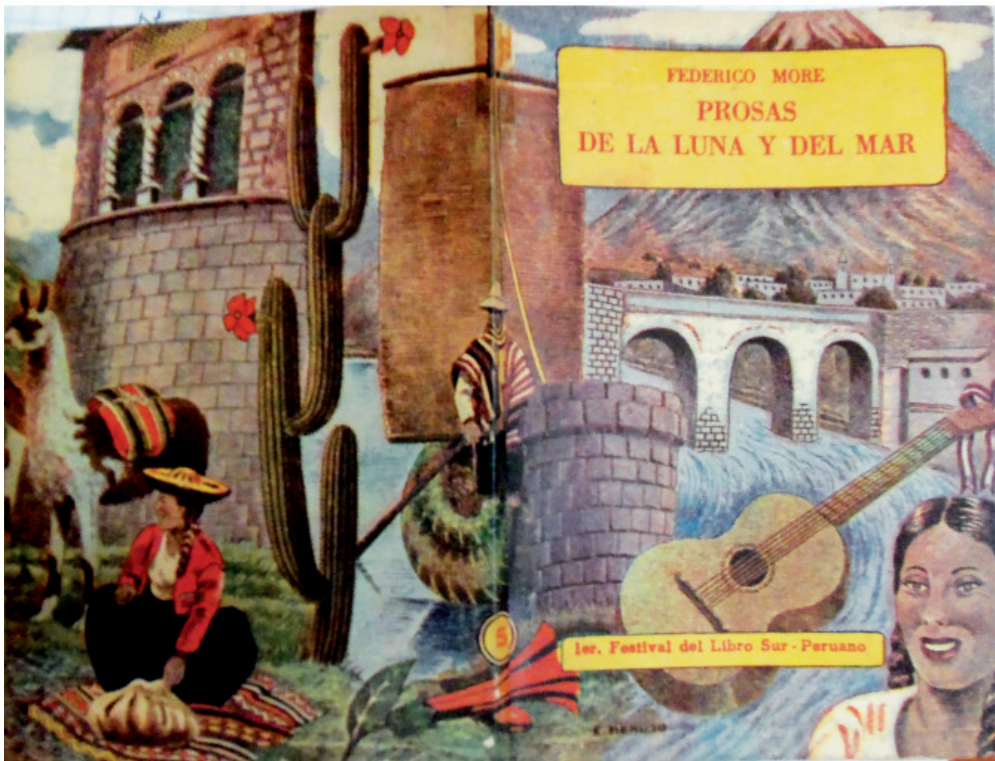


Figura 52: Federico More. *Prosas de la luna y del mar*. 1er. Festival del Libro Sur-Peruano. Carátula y contracarátula: E. Araujo.



Figura 53: Rómulo León Zaldívar. *Cuentos Piuranos*. Primer Festival del Cuento Piurano, 1958.

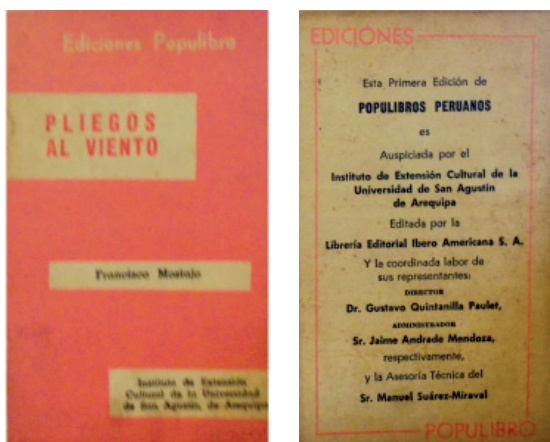


Figura 54: Francisco Mostajo. *Pliegos al viento*. Ediciones Populibros, Arequipa, 1958. Carátula y página interior.



Figura 55: Dos carátulas de la serie Ediciones Populares. Aurelio Miró Quesada, *Lima, tierra y mar*. José Ferrando. *Panorama hacia el alba*. El diseño de esta serie, producida por Juan Mejía Baca, nuevamente en 1958, corresponde a José Bracamonte.

Francisco Campodónico

Al referirnos a la industria editorial de mitad de siglo es preciso mencionar a Francisco Campodónico, hombre de imprenta, editor y gran conocedor, quien procuraba conciliar la alta calidad en la producción con los grandes tirajes y la amplia difusión.

Para registrar la presencia y los aportes de “Pancho”, como familiarmente lo conocíamos (además, para no confundirlo con “Paco”, que era Moncloa) solicitamos información a su hijo Jaime. En la entrevista, este comenzó por exponer una breve reseña biográfica.

En su pensamiento siempre estaba hacer ediciones interesantes. Nunca fue comercial. A un amigo escritor que le llevó sus originales le dijo: “En el 38 yo tenía 17 años, ya era maquinista e imprimía en una Lima de 380 mil habitantes. Mi tiraje era de cinco mil ejemplares para un libro de poesía. Y ahora tú me estás pidiendo que te imprima 500 ejemplares para una Lima de ocho millones”.

Él viaja fuera del Perú en el 49 y regresa el 54. Asume la gerencia de la imprenta Valverde que estaba pasando por un mal momento y la reflota. Ahí su cliente fijo era la Tabacalera, con cajas y etiquetas. Pero se lanza a hacer *Fanal*, luego trabajos comerciales para agencias de publicidad y después Populibros. Eso en líneas generales es una primera gran etapa.

En el 60 sale de Valverde y funda Industrial Gráfica, esa es otra etapa. Para Javier Sologuren edita los primeros ejemplares de La Rama Florida y luego lo ayuda a armar su taller en Chaclacayo⁸. En el 66 o 67 edita *Amaru* que dirigía Emilio Adolfo Westphalen. Con Paco Moncloa inician las ediciones Moncloa-Campodónico, también las primeras coediciones con el Instituto de Estudios Peruanos. La doctora Rosalía Avalos de Matos retoma las revistas de los museos. Así se hizo mucha obra cultural. Claro que también había otra clientela fija.

Octavio Santa Cruz: Por ejemplo, el día que se imprimía Estudie su Polla, no se hacía otra cosa.

Jaime Campodónico: Sí. *Estudie su Polla*⁹ llegó a tirar veinte mil ejemplares. Mi padre tenía un conocimiento práctico-mecánico del asunto; por ejemplo, llegaba a la imprenta y escuchaba. “¡Aquí, adentro! Revisa el tercer rodillo, ese rodaje está fallando”. Sabía de tipografía, qué tipos usar y cuáles no. Por eso Industrial Gráfica era la mitad tipografía y la mitad *offset*. Le gustaba imprimir el color negro en tipografía, en *offset* el negro no tiene cuerpo y no tiene presencia.



Figura 56: Francisco Campodónico Falconí.

Con él trabajaba don Juan Altamirano, que tenía conocimientos de tipografía a la antigua. A Carlos Liendo, que era dibujante publicitario, lo conocía de Macán¹⁰, lo invitó a incorporarse y pronto también se especializó en tipografía y en diagramación. A veces Liendo y don Juan hasta corregían el texto al propio autor.

Quería que su personal fuera de primera. Juntaba a los trabajadores, les explicaba cómo se debían solucionar los problemas, mejorar la tecnología. Hacer eso hace cincuenta años era una manera diferente de ver las cosas.

8 El proyecto de Javier Sologuren se llamó Ediciones de La Rama Florida y fue realizado por el propio poeta, quien haciendo de editor-impressor armaba plaquetas que tiraba en una impresora tarjetera manual. Algunas de estas plaquetas tuvieron viñetas ilustrativas, pero fundamentalmente son de poesía, con tipos de caja. En estas ediciones cuidadosas y de corto tiraje muchos jóvenes poetas peruanos publicaron por primera vez.

9 En el Perú de los sesenta, las apuestas por varias carreras en el hipódromo se conocían como “el juego de La Polla” y el boletín con la información semanal y los pronósticos era *Estudie su Polla*.

10 Se refiere a la agencia publicitaria McCann Erickson.

OSC: *Sí, yo asistí a algunas de esas charlas, los sábados a mediodía.*

JC: En maquinaria también era cosa de estar al día, él siempre traía tipos de fuera, que nadie tenía, como el Dorado 12 en 12.

OSC: *Pero los procesos eran paralelos y efímeros, no duraban ni diez años y se cambiaban por otros. La Ludlow por ejemplo era para titulares, y en Iberia tenían la Fotón que hacía titulares fotográficos.*

JC: Ya teníamos la Composer para textos, pero para potenciar la tipografía mi papá trajo el Electron, un linotipo de cinta perforada; o sea, cuatro o cinco digitadores tipeaban un libro y después a gran velocidad salían los lingotes para hacer la armadura. Hasta ahí llegó la tipografía. Fue su última etapa.

OSC: *Yo recuerdo que por el 66 llegó una máquina grande que botaba unos afiches grandotes...*

JC: Sí. En ese momento era la máquina más grande que había en el Perú, medía 87,5 por 124 cm.

OSC: *Y de inmediato quise hacer un afiche a ese tamaño. Hice uno para Victoria Santa Cruz¹¹ y tiempo después otro para Sinamos¹².*

JC: También apoyó diferentes aventuras de revistas que empezaban, les daba crédito para que arrancaran: *Monos y Monadas, La Olla*, la primera edición de *El diario del Che*. Pero él decía que en todo lo que publiques debe estar tu pie de imprenta. A *Caretas* la cerraron un montón de veces, ya nadie la quería recibir. Él creía fehacientemente en la libertad de expresión y apoyó varias publicaciones contestatarias; en consecuencia, en la historia de la imprenta esta fue requisada muchísimas veces por los diferentes gobiernos de turno. Una vez Piero Solari, de Raisol - Industria Gráfica¹³, lo llamó por teléfono y le dijo: "Me acaban de venir a requisar por equivocación. Ya les expliqué, ya entendieron, así es que te aviso que ahí van por ti".

Por razones familiares no había tenido estudios universitarios, entonces en Buenos Aires trabajaba tres meses y leía seis. De ahí se fue a Chile y Manuel Seoane lo llevó a la editorial más grande de ese país. Volvió al Perú, luego viajó a Colombia y después fue llamado a Brasil por *O Globo*. Regresó y aunque el gobierno de turno no lo había deportado se fue a Argentina porque todos sus amigos estaban exiliados. Allá fue jefe de producción de Editorial Losada y se llevó a Sebastián Salazar Bondy y a

Héctor Cordero como correctores. Él no era apриста pero imprimía las cosas de todos sus amigos que sí lo eran. Mi mamá, su enamorada de toda la vida, lo esperó desde los 17 años. Él decía: "Ya vengo"... un viajecito, dos años. "Ya vengo"... cuatro años. Hasta que se casaron. Todos esos viajes le habrán servido para tener otra visión.

OSC: *La imprenta era lo más importante para él, ¿verdad?*

JC: Con decirte que en el 84 lo operaron del corazón, una operación muy complicada para cambiarle la válvula aórtica, que duró como siete horas. Recién al día siguiente pude entrar a la sala de cuidados intensivos.

— ¡Papá! ¿Cómo estás? —lo saludé.

Había un reloj grandazo, mi papá mira y me dice:

— ¿Qué horas son?

— Son las once.

— ¿De la noche o de la mañana?

— De la mañana.

— ¡Entonces, qué haces acá en lugar de estar en la imprenta!

OSC: *Y en cuanto a las cosas que ahora son diferentes. ¿Qué cambios significativos has visto?*

JC: En comparación con los libros y revistas que se hacían en los cuarenta o cincuenta, cuando aparecen *Fanal* o *Amaru* fue un vuelco, con mucha tecnología y buena calidad en las obras y en el diseño. Pero después, en los ochenta, entra un montón de gente que hace cantidad de cosas, pero sin ningún criterio. Yo hacía memorias para bancos y viene una chica con un trabajo. Era egresada de una academia que quedaba en la avenida Arequipa, por el Canal 9. Nunca había pisado una imprenta. Y me trae una memoria con 17 colores especiales. Le dije: "Si quieres te pongo un color especial o dos, dorado o plata. Pero lo demás sale todo con la selección. Pero no con 17 colores especiales".

Comentario: La figura de Francisco Campodónico, el dueño de imprenta, el jefe de taller, el amigo de quien recibí opinión y consejo, adquirió una dimensión mayor luego de hojear las diversas publicaciones de los años sesenta. Su presencia constante en tales proyectos nos habla no solo de su visión comercial sino del aspecto social y humano que era su motivación y lo que hace insoslayable su participación para quien quiera ahondar en el desarrollo editorial de este período. Campodónico falleció en agosto de 2006.

11 Ver en Anexo 6 el afiche para la representación nacional en folklore a las Olimpiadas de 1968.

12 Ver en Anexo 7 el afiche para Ica, tierra sin patrones.

13 En 1961 visité por primera vez la imprenta tipográfica Raisol (Raimondi-Solari) en el jirón Chota, entre las avenidas Bolivia y Uruguay. Traté allí con el dueño, que no era otro que el barítono Piero Solari, quien desde su llegada a Lima difundió la canción italiana del tipo Festival de San Remo y que bajo el nombre de Giovanni Fenestra integraba el elenco humorístico de *Loquibambía* en 1955. En el 83 Solari abrió el Centro Cultural Juan Parra del Riego.

Aquí no podemos dejar de observar una confrontación, que tiene que ver precisamente con la elección del título de este libro. Me refiero a que una mirada panorámica nos muestra cómo en los diversos puntos de nuestro país coexisten realidades diferentes.

La serie Festival del Libro, dirigida por Manuel Scorza (Fig. 49), está fechada en 1958, no se menciona autoría del diseño de carátula por lo cual inferimos que también su costo fue incluido dentro del proyecto editorial; pero la composición tipográfica parece de Liendo ya que hay economía de medios y el empaque es grato a la vista.

Carlos Liendo fue un dibujante a quien conocimos siempre atendiendo aspectos de producción en imprenta, cabría preguntarse si la tal economía de medios obedecía a la sencillez del facilismo o a una elección de decidida plasticidad rayana con la abstracción. Hablaremos de Liendo más adelante.

En las carátulas de la serie Primer Festival del Libro Arequipeño (Fig. 51), también de 1958, las letras titulares están dibujadas “a mano alzada”, el enfoque es indefinido y no profesional.

La carátula del Primer Festival del Cuento Piurano de 1958 (Fig. 53) simplemente no lleva figura alguna, pero el título es dibujado con perfección de aficionado.

La serie Ediciones Populares (Fig. 55), producida por Juan Mejía Baca, igualmente en 1958, lleva carátula de José Bracamonte, de una estilística muy contemporánea, con un motivo fijo, abstracto, a dos tintas, cuya paleta varía en cada libro.

Este tratamiento se ve también en las publicaciones de la serie Festival del Libro y en las ediciones del Patronato del Libro Peruano.

La diferencia entre los libros producidos en la capital y los producidos en otros departamentos de la República en estas décadas es palmaria. Si bien hay tendencia a lanzar ediciones locales, es evidente que las posibilidades técnico-industriales y el nivel de la concepción artístico-editorial corresponden al centralismo.

La calidad en Lima es visiblemente más cuidada.

Populibros

El fenómeno Populibros constituye un caso aparte y en justicia reclama desde varios puntos de vista un estudio que, según entendemos, aún no se ha realizado a cabalidad. Controversial y contestatario, el proyecto de Manuel Scorza ha merecido la opinión de simpatizantes y detractores.

En este libro, sin embargo, Populibros tan solo será parte del marco de antecedentes inmediatos a la presencia de los artistas gráficos de los sesenta. Por ello nos limitaremos a tocar someramente su presentación como objeto visual.

Con el fin de apreciar adecuadamente estas obras en sus aspectos plásticos y funcionales, reproduciremos la selección de textos con la que la Casa de la Literatura Peruana acompañó su exposición sobre Populibros en el año 2013 (ver Anexo 8).

El logotipo¹⁴ de Populibros fue obra de José Bracamonte Vera. Por su similitud con otra obra del mismo autor será visto más adelante en el apartado dedicado al afiche para la Cámara Junior “El hombre que lee, vale más”.

Aparte de unas dos o tres carátulas atribuidas a Bracamonte y otras tantas que llevan la firma del pintor y dibujante ilustrador Danilo Sevilla, la gran mayoría de las carátulas de Populibros (1963-1965) lleva solo una firma: “López Paulet”; siempre así, solo el apellido. En ninguna aparece el nombre. Debemos suponer que se trata de Luis López Paulet, un dibujante publicitario conocido en esos días, que tenía formación de pintor o viceversa; es decir, un pintor de escuela que hacía trabajos como dibujante.

Estas portadas son de factura expeditiva, casi siempre muy coloridas, el tratamiento oscila entre soluciones pictóricas de diversos estilos. Son resueltas con la flexibilidad de un artista que es informado y solvente en su oficio. Desconocemos los detalles al interior de la producción de estos libros, pero ya sea que hubiera urgencia y premura por editar, o que al artista le bastara con dosificar sus recursos, o todo a la vez, el caso es que en muchas carátulas se aplican soluciones funcionales, efectivas y hasta efectistas. Si algo caracteriza la producción de Luis López Paulet es un trazo directo y sin ambages, una suerte de desparpajo controlado visualmente. No hay muchos datos adicionales, los libros aparecían por series o grupos y tampoco encontramos fechas de salida.

14 En esta primera ocasión en que se menciona el término logotipo aprovecharemos para hacer una aclaración, ya que generalmente se usa de manera descuidada y sin precisión. Según se refieran, en uso restringido o amplio, a texto, a imagen o a sus combinaciones fijas o variables, los diseños identificatorios al ser mencionados por los conocedores del tema pueden con toda propiedad ser denominados isotipo, imago tipo, isologo, imagen corporativa o inclusive marca y logomarca. En este texto, sin embargo, los referiré preferentemente según aprendí en los sesenta: logotipo si es texto, símbolo gráfico si es imagen.

En general, las carátulas de Populibros comparten el concepto básico de ilustración con ubicación central. El esquema espacial se completa con un titular en la zona superior y el sello editorial en la zona inferior izquierda. En los casos de nombres de autores, subtítulos o información adicional se utilizan letras de imprenta, según la modalidad de impresión tipográfica para el armado de artes finales, como se estila en el dibujo publicitario. En otros casos las letras son dibujadas a mano; así ocurre con algunos titulares.

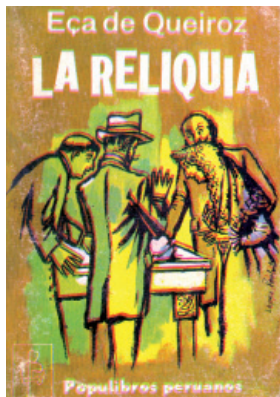


Figura 57: Eça de Queiroz.
La reliquia.

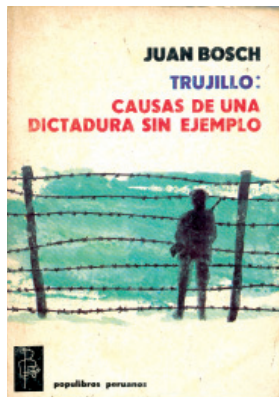


Figura 58: Juan Bosch Trujillo.
Causas de una dictadura sin ejemplo.

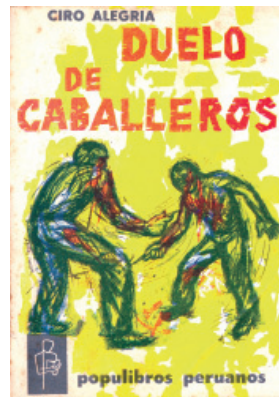


Figura 59: Ciro Alegria.
Duelo de caballeros.



Figura 60: Enrique Solari Swayne.
Collacocha.

Con decidida factura, el pintor usa texturas, craquelados y lavados en *Collacocha*; pincel seco y fondos en transición de suelo a cielo en *Los hombres y las botellas*; y un uso crudo de colores primarios—cymk, diríamos hoy—en el rostro a primer plano de *El eterno marido*.



Figura 61: Julio Ramón Ribeyro.
Los hombres y las botellas.

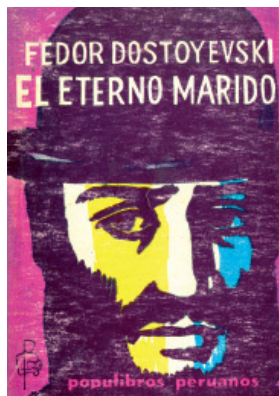


Figura 62: Fedor Dostoyevski.
El eterno marido.

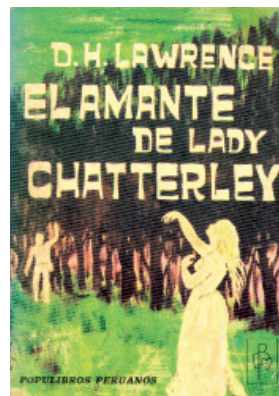


Figura 63: D. H. Lawrence.
El amante de Lady Chatterley.

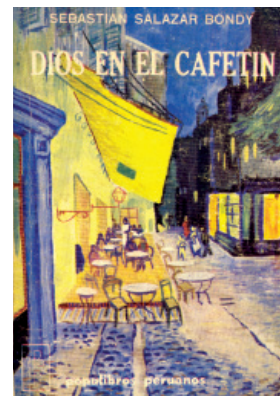


Figura 64: Sebastián Salazar Bondy.
Dios en el cafetín.

En *El amante de Lady Chatterley* la propuesta pictórica recurre a la elipsis y utiliza la supresión para crear vínculos cromáticos, estableciendo un puente de simbolismo entre las dos figuras—casi siluetas invertidas—y el título en blanco. La ilustración para *Dios en el cafetín* es una cita, casi un calco, del cuadro *Terraza del café de la Place du Forum en Arlés por la noche*, de Vincent van Gogh.



Figura 65: José Félix de la Puente.
Evaristo Buendía, candidato.

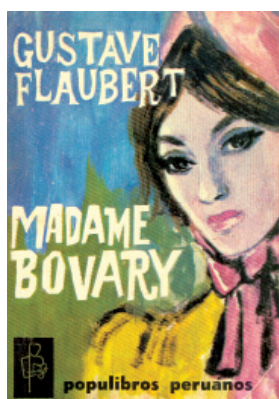


Figura 66: Gustave Flaubert.
Madame Bovary.



Figura 67: Shakespeare.
Romeo y Julieta.



Figura 68: Anton Chejov.
Los campesinos.

El uso de la sinécdoque, que presenta una parte (rostro) para representar el todo (cuerpo y psicología del personaje), es recurrente. Asimismo se emplea la elipsis para prescindir de rostros y enfatizar las escenas de acción. Los rostros son en su mayoría idealizados y el color es de un simbolismo estereotipado, como en *Romeo y Julieta*. Gama de fríos en *Madame Bovary*, negro sin texturas para la miseria de las mujeres en *Los campesinos*. Todo ello evidencia una intención de comunicar a primera vista.

Si llega el caso, el ilustrador no vacila en citarse a sí mismo. En *Veinte casas en el cielo* y en *Raíz y destino del Perú*, las dos figuras de espaldas tienen proporción, composición y ubicación espacial similar, lo que puede referirse como una paranomasia visual.



Figura 69: Armando Robles Godoy. *Veinte casas en el cielo*.

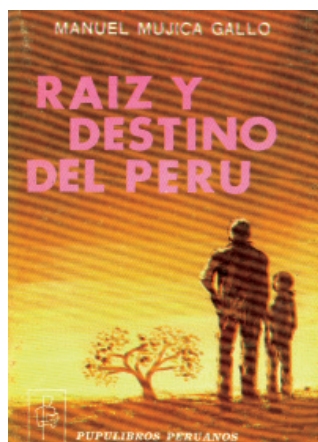


Figura 70: Manuel Mujica Gallo. *Raíz y destino del Perú*.



Figura 71: Ernest Hemingway. *El viejo y el mar*.



Figura 72: Alejo Carpentier. *Guerra del tiempo*.

El viejo y el mar con *Guerra del tiempo* simplemente comparten un golpe de vista entre formas globulares, extremos aguzados, direccionalidad de abajo hacia arriba en las imágenes y lectura escalonada en los titulares; es decir, un parecido aproximado.

Tampoco duda en servirse —aunque discretamente— del *out-line* proveniente de los usos publicitarios, del dibujo humorístico; y hasta en citar a Guaman Poma con un uso temprano del color, que sin embargo parece no valorar de manera especial, ya que aparte de esta carátula no hemos visto que explotara ese recurso.



Figura 73: Mark Twain. *El hombre que corrompió a Hadleyburg*.



Figura 74: José Diez Canseco. *Estampas mulatas*.



Figura 75: Edmundo Guillén. *Huascar, Inca trágico*.

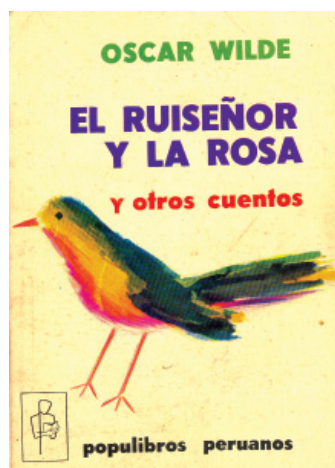


Figura 76: Oscar Wilde. *El ruiseñor y la rosa*. En esta carátula se observan con gran claridad los recursos plásticos y técnicos.

La ilustración, ubicada al centro del espacio, no llega hasta los bordes, no precisa líneas de corte y se limita a describir en imagen lo que el título menciona: el ruiseñor. El tratamiento es pictórico, las pinceladas acuareladas, sencillas, parecen hechas a tamaño original, no denotan una mayor búsqueda de textura, por lo que tampoco se infiere intención alguna de simbolismo. El ojo del pajarito ostenta una no explicada forma de rombo.

En cuanto a las letras, si bien es frecuente que los nombres de autor sean a tipografía de caja, hay casos en que son dibujados; en esas ocasiones el ilustrador puede pintar las letras en color a partir de un original tipográfico. Por ejemplo, si observamos un fragmento, el nombre Tomayquichua, notaremos los trazos rectos a regla sin uniones y sin retoques, tan imprecisos como es comprensible en los detalles hechos a pulso en un original al tamaño.



Contrastación de titulares: en la parte superior vemos el detalle a color de una carátula, un titular en el que son notorias las imprecisiones del trazo manual. Debajo vemos en negro la misma palabra, pero se nota la exactitud de los bordes, resultado de una impresión con tipos metálicos



De igual manera el trazo manual salta a la vista al comparar:



En ambos casos notamos que las versiones manuales han omitido algunos detalles que son parte del carácter o personalidad del tipo de letra.



En este detalle se observa cómo la carátula impresa conserva los trazos a lápiz que fueron guía de las letras dibujadas.

Lo que en última instancia queda claro es que ya sea que copie modelos de caja tipográfica o pinte directamente sobre un original al tamaño, el conocimiento que el artista ilustrador tiene de las letras es pragmático y proviene de los tipos estándar que son de uso común en la imprenta o en los manuales de rotulación básica a la cuadrícula.



Figura 77: Mario Vargas Llosa. *Los jefes*.

En *Los jefes* pareciera intentar una soltura en el *lettering* que contrasta con el hieratismo formulario de los rostros, como si la intención, una suerte de desparpajo, procurara expresarse con libertad, llegando al límite donde la

letra chupada de palo seco no sabe ser otra cosa, mientras los rostros y figuras por su parte llegan a la similitud, a la impersonalidad.

En *Hombres y rejas* las letras no dejan de ser sencillas mayúsculas en un socorrido estilo de palo seco, evidenciando que la arquitectura de la letra no era tema que el ilustrador dominara, pecado de tratamiento técnico que se convierte en venial si lo cotejamos con los otros méritos que esta carátula ostenta.

La ilustración es una sencilla silueta de pie ubicada en la parte superior derecha del cuadro; el tratamiento de contraluz atrae la mirada, guiando nuestro recorrido a través de la sombra proyectada hacia el protagonismo del gran titular en amarillo que destaca sobre el negro y salta a primer plano, en una lectura

que se acerca extremadamente al lector. Nos hace mirar la escena como si estuviéramos dentro, nos involucra y luego apoyándose en la perspectiva nos lleva de regreso hasta la figura de pie.

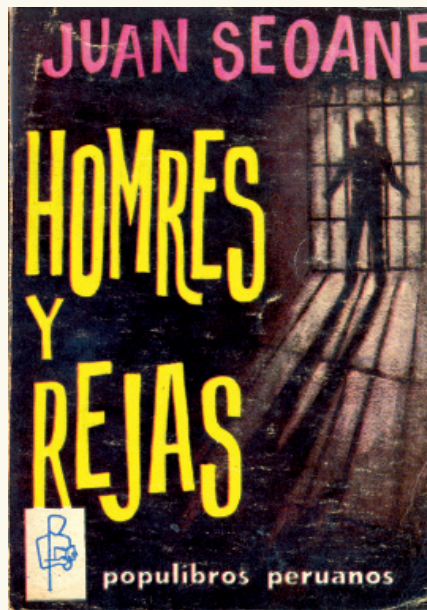


Figura 78: Juan Seoane. *Hombres y rejas*.

Los titulares de la carátula de *El retrato de Dorian Gray* también son letras de palo seco. Tienen una imprecisa afinidad en *La serpiente de oro*, que en el caso de *Tempestad en los Andes* se singulariza en una suerte de título personalizado por el recurso de amarrar letras a partir de sus entrantes y salientes.



Figura 79: Oscar Wilde. *El retrato de Dorian Gray*.



Figura 80: Ciro Alegría. *La serpiente de oro*.



Figura 81: Luis E. Valcárcel. *Tempestad en los Andes*.

Una textura dramática en *El retrato de Dorian Gray*, un fondo suelto y colorido en *La serpiente de oro* y una cita al grabado de sugerencia social en *Tempestad en los Andes* son toques acertados en cada obra. Las fortalezas de este autor se hallan definitivamente en los aspectos pictóricos.



Figura 82: Juan José Vega. *Manco Inca*.

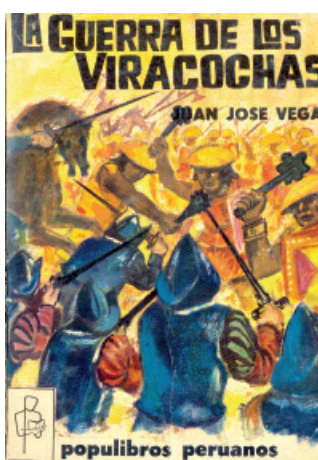


Figura 83: Juan José Vega. *La guerra de los viracochas*.

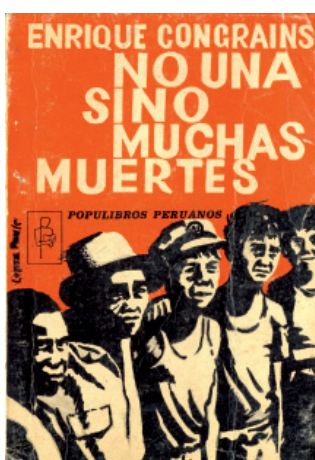


Figura 84: Enrique Congrains. *No una sino muchas muertes*.

López Paulet tiene la virtud de introducirnos dentro de la escena, como en *Manco Inca*; el efectivo color con planos cerca-lejos en *La guerra de los viracochas* o el dramático contraste en *No una sino muchas muertes*. En estas dos carátulas el ilustrador delega la responsabilidad a las competencias de su oficio.

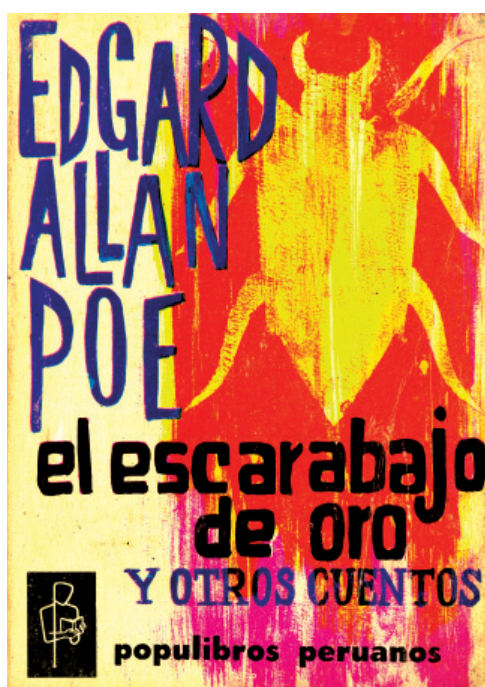
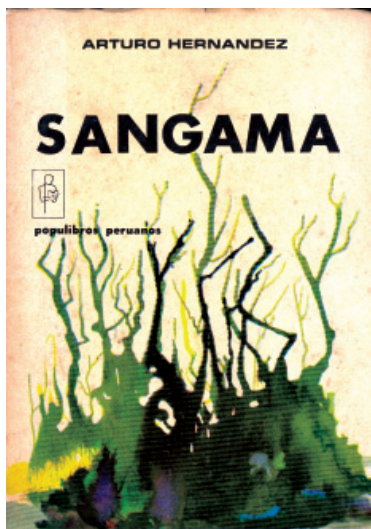


Figura 85: Edgar Allan Poe. *El escarabajo de oro*.

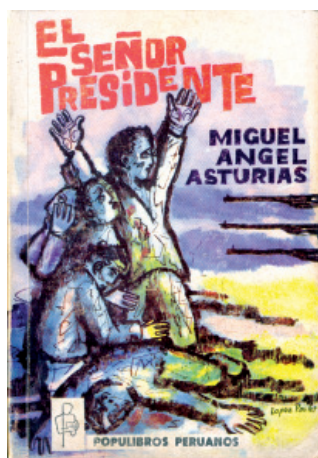
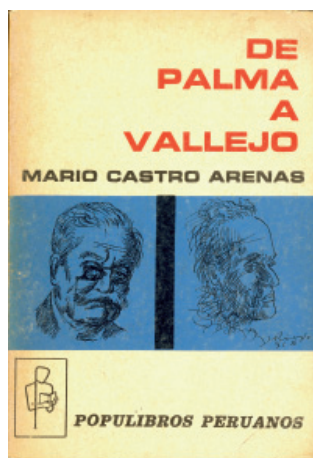
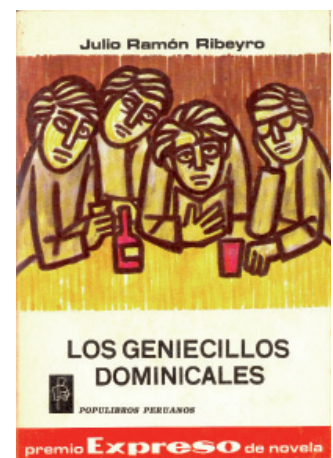
- Aquí aplica efectistas técnicas de estarcido y pincel de cerda seco sobre moldes y plantillas.
- Utiliza amarillo sobre tierras y rojos, lo que da un efecto de dorado a la figura del escarabajo que aparece en plano intermedio sobre el fondo; las letras son en azules complementarios para el titular.
- El plan cromático es coherente, y el tamaño de la ilustración y de las letras parece aspirar a ser impactante, pese a lo cual esta carátula no es de las más logradas del autor, limitándose a ser una imagen descriptiva que repite visualmente lo que el texto nos comunica. Sin embargo, al presentar los elementos visuales en una composición regida por verticales y horizontales, no es portadora de tensiones y hasta las formas orgánicas del escarabajo se leen como dispuestas en pacífica simetría.

Figura 86: Arturo Hernández. *Sangama*.

- La textura es netamente pictórica. Técnicamente, el entrecruzamiento de tintas inicialmente chorreadas produce (al voltearse de cabeza) un efecto hirsuto, no usado en otras de sus carátulas.
- Formalmente, la red de transparencias verdes acuareladas produce un efecto de tensiones no resueltas, ascensiones dinámicas y erráticas.
- Significativamente, si algo debe interpretar el lector, estas gestualidades angulosas y dinámicas sugieren —casi sinestésicamente— brotes vitales y pugnaces, la esencia (el todo) de la naturaleza salvaje en su expresión elemental, vista —mediante la sinécdoque— en solo una parcela (la parte) de terreno.

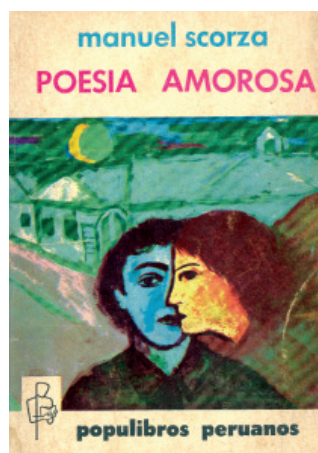
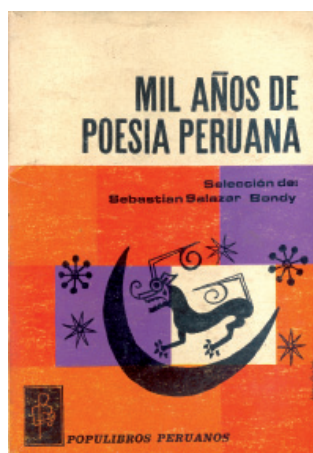
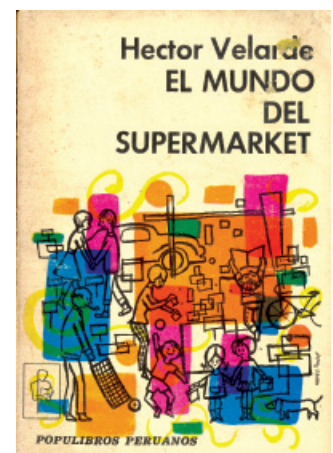
La cita, textual o referencial, es otro de los recursos que como artista informado se permite el ilustrador.

En *El Señor Presidente* cita ostensiblemente a Goya. En *De Palma a Vallejo* incorpora un rostro del tradicionalista aproximando decididamente su factura a la del conocido apunte de Vallejo por Picasso¹⁵. *Los geniecillos dominicales* puede leerse como una cita a Fernand Léger o al trazo grueso y decidido del diseño románico, o a la barra gruesa en la confección de los vitrales góticos.

Figura 87: Miguel Ángel Asturias. *El Señor Presidente*.Figura 88: Mario Castro Arenas. *De Palma a Vallejo*.Figura 89: Julio Ramón Ribeyro. *Los geniecillos dominicales*.

En *Poesía amorosa* parecen coincidir citas a los dos rostros de frente y de perfil típicos del cubismo temprano de un Pablo Picasso aún con reminiscencias de azul, o acaso de Marc Chagall. *Mil años de poesía peruana* marca los dos extremos de un discurso que abarca figuras del repertorio moche coexistiendo con los fondos de cuadrados de color sólido, en clara cita al ya reconocible abstraccionismo. Más colorido y abstracto en lo referente al fondo, pero a la vez portador de figurillas humorístico-comerciales, es *El mundo del supermarket*.

Como fuere, en estas tres portadas hay alusiones notorias a las tendencias pictóricas de las décadas recientes, llamémoslas símiles, citas, paranomasias o quizás eufemismos. Y también coincidencias con el estilo del texto interno.

Figura 90: Manuel Scorza. *Poesía amorosa*.Figura 91: Sebastián Salazar Bondy. *Mil años de poesía peruana*.Figura 92: Héctor Velarde. *El mundo del supermarket*.

15 Esta pieza no está firmada, la atribuimos condicionalmente a López Paulet, quien creó la mayoría de carátulas, sobre todo porque lo que estamos registrando es el fenómeno Populibros y las características y soluciones de sus portadas, vistas como una serie con varios matices.

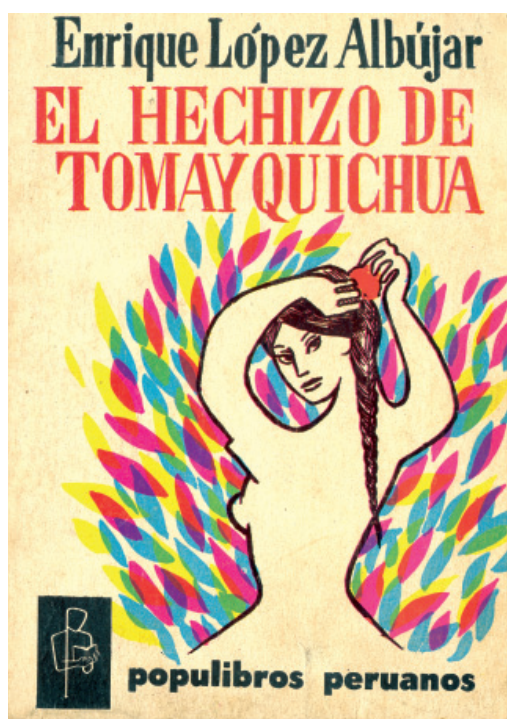


Figura 93: Enrique López Albújar. *El hechizo de Tomayquichua*.

- Una carátula aún más diferente. Solo en ella el autor parece haber explorado los aspectos fotomecánicos y de montaje, utilizando los colores planos. El titular, en un bloque conformado por el nombre del autor y el título del cuento, ocupa el tercio superior. Las letras, evidentemente dibujadas, pero sin la perfección de un artefinalista, no proceden de tipos metálicos ni son producto Letraset; podrían haber sido realizadas calcando en la mesa de luz, a partir de una impresión de letras de caja. El trazo es suelto y alusivamente picassiano; la figura se ubica centrada en la parte inferior. El colorido es ostensible. Este efecto puede lograrse simplemente pintando con tintas muy transparentes, que existían en marca Pelikan o Higgins; o más técnicamente, al separar los colores planos, teniendo en cuenta la superposición en los porcentajes adecuados, con lo que una frescura de colores secundarios es obtenida en el momento de la impresión.
- La ilustración muestra una figura femenina, de espaldas, en actitud de alisar una larga trenza y volteando el rostro en tres cuartos a mirar al lector. Elaborada toda en línea negra sobre el blanco del papel, esta ausencia de color en la zona de carnación atenúa por irreal el carácter sensual que los trazos curvos y las amplias caderas no completadas sí sugieren.

La figura está rodeada por una eclosión cromática de pequeñas formas ovaladas, sueltas, fluyendo como un remolino de llamas. El resultado es como si la figura dibujada se encontrara en medio de una arboleda de hojas multicolores o flameantes.

- Nuestro recorrido visual no deja de ser sensible al derroche de color alrededor de la figura, contrastando con el nulo color en el cuerpo desnudo; tal pareciera que el lector ideal será aquel que complete su lectura siguiendo un programa de sustitución que se apropia de los elementos de la antítesis coloración-vacío / fuera-dentro y los dinamiza insertando el colorido del exterior dentro de la vacuidad del cuerpo. De lo que se desprende que la intención del autor sería presentar la imagen femenina como perteneciente a un mundo de cuento o como si metafóricamente ella misma encarnara ese mundo; ella es la naturaleza desbordada y la seducción.

Este trabajo poco usual no lleva firma y lo atribuiremos al autor de otras carátulas de Populibros, el artista que hace uso al desgaire de sus conocimientos pictóricos y que sin duda ha de ser Luis López Paulet, dibujante de agencias publicitarias y, según quienes lo conocieron, retratista y pintor de avanzada.

A gran distancia en el tiempo y el espacio de los primeros “ismos”, nuestros artistas publicitarios de los sesenta se nutrían de vanguardia. Desde su generalizada solvencia en las maneras norteamericanas de la propaganda de agencia algunos arriesgaron un maridaje, afortunadamente fructuoso, entre ambas orillas. En los casos más exitosos, sin embargo, habremos de convenir en que marchaban a un paso escaso de las soluciones plásticas que en un tiempo fueron contestatarias.

Quizás sea preciso tener en cuenta que la sucesión de escándalos e innovaciones que marcaron el tránsito del siglo XIX al XX y que hoy son historiografía, se dio en un medio circunscrito a los *connaisseurs* de las artes cultas y libres¹⁶. En cambio, las aventuras del diseño conllevan siempre el compromiso de la comunicación con un público que no solo es receptor sino que en muchos casos es el usuario final de los productos, ya sea comerciales o culturales. En este ámbito, la experimentación respira de cara a la competencia no-especializada de un lector *mass-media* por excelencia. Aquí, un error de comprensión podría, literalmente, pagarse muy caro.

16 “La lenta tarea de elaboración de un nuevo lenguaje plástico, que hoy prosigue ante nosotros, arranca del impresionismo o, más exactamente, de algunos aspectos del arte de los impresionistas. Tiende, cada vez más, a sustituir mundialmente a los demás sistemas figurativos del espacio, no en función de la exactitud racional de los elementos de base, sino en virtud de todo lo que las generaciones posteriores han aportado de positivo en la utilización y la modificación de las primeras fórmulas. Me parece evidente que se está produciendo una transformación tan profunda como la del Renacimiento” (Francastel, 1984: 94).

Otros productos gráficos. Anuncios y programas de teatro

Así como la serie Populibros corresponde a las técnicas de producción y a la estética de transición de los años sesenta, coexistieron por esos días otros productos como avisos de periódico, avisos de revista y programas de teatro. Los programas localizados en el archivo del Teatro Municipal de Lima serán citados como TML.

En las primeras décadas del siglo XX los programas de mano eran sencillos, tipográficos, a una tinta y en papel periódico; tenían la información básica sobre el espectáculo y se recibían al entrar al teatro, ya que su costo estaba cubierto, incluido en el precio de la entrada.

Aparte de este sencillo programa informativo obligado podía haber a veces otro de mayor calidad. Los programas finos daban prestigio a la sala, al grupo y el público los pagaba gustoso esperando ver bellas fotos y una mayor información de la obra, lo que en algunas ocasiones en efecto ocurría; en cuanto al diseño se limitaba a la carátula y la responsabilidad podía recaer en el artista que ya estaba relacionado con la puesta, incluso desde las tablas, me refiero al escenógrafo.

Cuando el propio grupo producía sus programas finos se encontraba generalmente con que eran más los problemas que el resultado, comenzando por la recolección del material de información, textos y fotos, amén de los gastos para imprimir un quizás bello pero carísimo álbum imaginado a muchos colores, que luego se quedaba empaquetado en un camarín.



Figura 95: Programa Ars Nova, 1956. Impresión: Santiago Valverde. Tamaño oficio (Archivo TML). Edición: Marcos Caplanski. Carátula: Alberto Terry (director de escenografía y diseño de vestuario).



Figura 96: Programa de teatro. *Tupac Amaru*, 1961. Para Histrión Teatro de Arte (Archivo TML), con carátula del escenógrafo Alberto Yauri.



Figura 94: Dos programas de mano de 1947, anverso y reverso (Archivo TML).

En los sesenta, sin perjuicio de los obligados programitas sencillos de información básica, empezó a acostumbrarse un programa de papel fino y con carátula gruesa producido por alguna empresa como Varvel, por David Llano y posteriormente por Flavio López Solórzano; además de estar financiado, su venta resultaba un ingreso adicional para el publicista. Lo usual era que, para su página, un anunciador proporcionara un buen aviso hecho en agencia.

Casi exclusivamente el diseño requerido seguía limitándose al arte de carátula, solo que como se trataba de cumplir un compromiso con anunciantes, además de hacerlo muy vistoso para venderlo al público era preciso que el empaque fuera muy llamativo y no solo lo que el escenógrafo buenamente quisiera poner para cumplir.

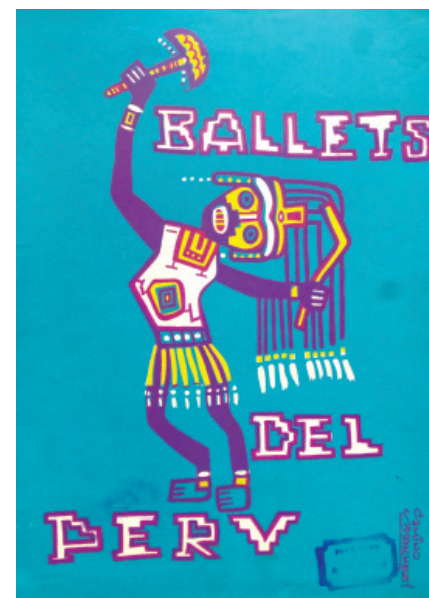


Figura 97: Julio Camino Sánchez. Programa de teatro, 1961 (Archivo TML).

No conocí personalmente al pintor y grabador Julio Camino Sánchez pero su producción es singular, muchas cosas las solucionaba con serigrafía y motivos de culturas preíncas.

Cuando algún cliente no entregaba arte final, su página quedaba en blanco con un textito al medio “Cortesía empresa tal”; se hacía necesario entonces encargar los artes a algún dibujante.

El paso a los sesenta marcó también un cambio. Empiezan a verse anuncios e ilustraciones firmados por dibujantes como Raúl Valencia, programas suscritos por Rolando Cisneros, y a veces por René Noriega, pintor y agregado cultural de Bolivia, quien en un momento abrió su *atelier* a las tertulias culturales en los altos de Rufino Torrico, con el nombre de Taller 15.



Figura 98: Rolando Cisneros. Programa de Orquesta Sinfónica Nacional, 1961 (Archivo TML).

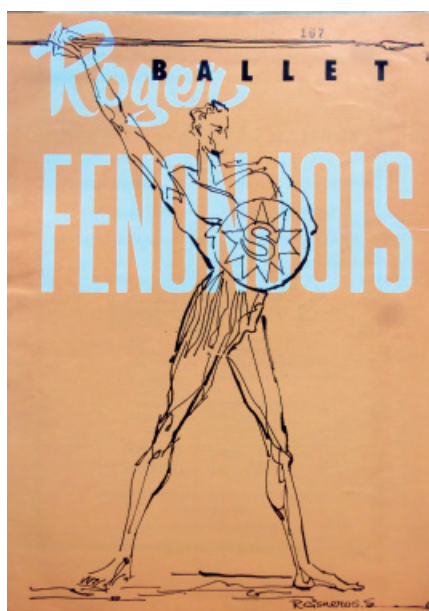


Figura 99: Rolando Cisneros. Programa para ballet, Roger Fenonjois, 1960 (Archivo TML).



Figura 100: Rolando Cisneros. Programa para ballet clásico español, 1961 (Archivo TML).

Aunque ceñido generalmente a las canteras publicitarias, encontramos a Ronald Cárdenas en un programa más bien modesto en tamaño y alcances materiales—impreso a dos tintas en simple cartulina blanca—, utilizado provechosamente por el diseñador, quien se encuentra en plenitud de sus recursos técnicos y hace gala de su proyección plástica.

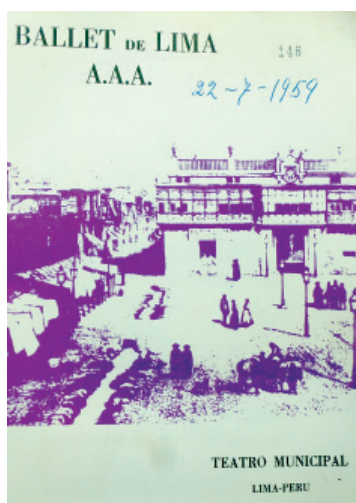


Figura 101: Ronald Cárdenas, Programa para Ballet de la AAA, 1959 (Archivo TML).



Figura 102: Ronald Cárdenas. Programa para Ballet de la AAA, 1959, páginas centrales. La página interior doble incluye, a la izquierda, una ilustración fotográfica en la que se ve una pileta que parece ser la de la plaza de armas, también en alto contraste. El ilustrador, pródigo en recursos modernos, utiliza un trazo pictórico de líneas rectas diagonales en la página derecha.

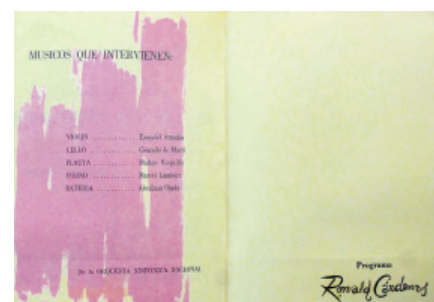


Figura 103: Ronald Cárdenas. Programa para Ballet de la AAA, 1959, páginas finales. El alegato de modernismo es notorio, en la otra página doble a la izquierda el texto cae sobre una mancha de brochazos verticales, que adopta el rol de una ilustración abstracta. La página de la derecha es la retira de contracarátula, ostenta una firma grande en lugar visible, que no compromete la lectura del texto.

Observación: la carátula utiliza una fotografía de Lima antigua. Pareciera legítimo inferir que la confección del fotolito en película dura provenga de la fotomecánica de la imprenta Industrial Gráfica, realizada en alto contraste por indicación de Carlos Liendo, lo que explicaría el uso temprano de este recurso.



Figura 104: Aviso en programa de Luis Alva, 1960 (Archivo TML). Al interior hay un aviso de Pomalca a toda página, con impacto ornamental, muy florido, en estilo recreativo con intención—lograda—de ilustración contemporánea, aunque más apropiado para un cuento o novela de carnaval que para el encargo de vender aguardiente. No lleva firma, por lo que se infiere que fue producido también en agencia y estilísticamente podría corresponder probablemente a Cárdenas o más bien a Jiménez; comentario que se orienta a destacar el buen oficio al nivel de jefe de arte o ilustrador estrella en agencia en 1960.



Figura 105: Ilustración en aviso de programa de Luis Alva. Tan abigarrada en sombras, medias tintas y ornamentos no abunda sin embargo en luces y los grises se engaman, por lo que pareciera provenir de un original a color; según los usos de la agencia no sería extraño que inicialmente fuera previsto para ser afiche o almanaque.

Con todo, corresponde al caso típico de jóvenes talentosos que— independientemente de la función— probaban realizar con libertad acabados comparables a los ejemplos de las revistas extranjeras, lo cual lograban y con éxito.



Figura 106: Aviso a toda página para Pinturas Vencedor en la revista *Caretas*, octubre 1961, p. 19.

Concebido como una gran ilustración fotográfica que utiliza el 80% del espacio para comunicar con la imagen: una niña recortando una flor en medio de pliegos de papel de color y que nos enfrenta sonriente. En la parte inferior dos bloques de texto procuran articular los conceptos de color, naturaleza y vida, que finalmente se cierran con una lata de pintura Vencedor. El aviso está construido sobre la idea de bloques de color en una alusión directa al arte del siglo XX. El acto de apropiación incluye el concepto de pintura en su más alta expresión de universalidad. Y es un alegato de estatus. Dirigido por cierto a un sector informado de lectores.

Según se ve, el tiempo del diseño, sus formas y sus técnicas ya se anunciaban en los años sesenta. Varios de los artistas que hemos visto, aunque eran formados inicialmente en la agencia, por su rango de jefes de arte o de ilustradores especializados y apoyados en bases pictóricas, se encontraban produciendo muy eficazmente en uno u otro aspecto del diseño gráfico.

Es dentro de este comentario que podemos decir algo más sobre Carlos Liendo.

Nacido en 1925, hizo sus primeros años en McCann Erickson, pasando luego a colaborar con Francisco Campodónico, en cuya imprenta se hizo cargo por décadas de tareas de tipografía y diseño. Liendo era muy estimado por los gráficos y participó en el Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado que se realizó en el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC); sin embargo, en cuanto a modalidad laboral, permaneció en Industrial Gráfica.

Como Cárdenas, Jiménez y Otayza permanecieron en la publicidad.



Figura 107: Carlos Liendo, tarjeta de Navidad. Original elaborado a "escultura en cartulina" para Laboratorios Roussel. Las formas son muy simplificadas y el carácter es simbólico.



Figura 108: Programa de teatro para la Orquesta Sinfónica Nacional, 1964 (Archivo TML). Confeccionado en papel periódico a 22 x 16,5 cm, tamaño oficina plegado. Es inusitadamente llamativo por el uso del espacio, llenado con un diseño sencillo a letras dibujadas, caladas sobre fondo que se repite para diferentes fechas, cambiando el color. El crédito dice Industrial Gráfica, lo que permite deducir que es diseño de Carlos Liendo, quien trabajaba allí de planta desde la fundación de la imprenta.

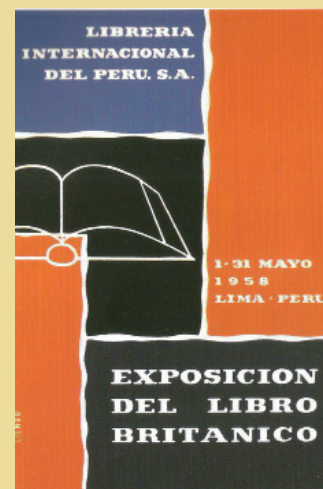


Figura 109: Carlos Liendo, afiiche premiado en concurso para Exposición del Libro Británico, 1958.

Al otro lado de la medalla, gran cantidad de dibujantes producía para diversos rubros; decoradores de tiendas, cartelistas, dibujantes de avisos en el periódico, bocetistas para avisos neón: todos trabajaban fundamentalmente a mano. En ese enero de 1960 conocí el *atelier* de Belisario Soto, que compartía con un dibujante al que conocí solamente como Bermúdez, en una casa antigua con piso de madera y techos altísimos en el jirón Camaná 649, oficina 6. "Belico" andaría por los 60 años mínimo y Bermúdez pasaba holgado los 70. Yo, que acababa de ingresar directamente al mundo del diseño, no aquilataba del todo las maneras de esos dibujantes, que en realidad se habían formado

medio siglo atrás. Los dibujantes de esa generación se sentaban ante el tablero de dibujo y eran capaces de hacer un aviso de periódico completo, con su texto, su titular, su ilustración con texturas y achurados; es decir, todo.

Los hermanos Marrufo eran muy conocidos como dibujantes, Fernando era mayor que yo por unos 20 años y Jorge por más. Con el primero llegué a tener una gran amistad, era muy animoso y tenía su oficina en un lugar muy céntrico, en plena plaza Bolognesi, entre las avenidas Arica y Brasil; en esa oficina se producía cuanto era posible en dibujo, desde avisos y cartelones hasta banderolas, diplomas y decoraciones.

Figura 110: Aviso del Banco Popular del Perú en un programa para Rubinstein, 1940 (Archivo TML). Está realizado totalmente a mano; en el extremo inferior derecho, dentro de un triángulo, se nota claramente la firma: Estrada¹⁷

La carátula a dos tintas lleva como firma solo el apellido Marrufo. Es a 18 x 16 cm, en una tipografía estilo antiguo; es decir, bien impresa, pues uno tiene que mirar mucho el reverso para notar si hay huella de la presión por la impresión. También en el caso del diseño fue preciso observar con cuidado para determinar si alguno de los elementos de la composición había sido provisto por medios mecánicos, tipografía o fotografía.

Tanto las letras titulares con el nombre de la bailarina en mayúsculas de palo seco en la parte superior como la palabra "Programa" en la parte inferior presentan particularidades, no son letras iguales como cuando se imprimen con moldes.

Asimismo, la imagen de la danzarina, que en principio podemos referirla como figura en alto contraste, revela que las texturas están realizadas con técnica puntillista, puntos negros y puntos blancos; aunque podría haberse confeccionado a partir de un calco o retoque de foto en tono continuo.

En conclusión, todo es confeccionado a mano.

Figura 111: Programa para Tamara Toumanova, 1953 (Archivo TML).

Figura 112: Programa teatral. *Romería*, 1960 (Archivo TML).

Esta carátula está firmada por Marrufo. Según se ve, también procede de un arte final realizado completamente a mano.

¡SEGURIDAD!

Proteja de todo riesgo sus joyas, títulos u objetos de valor depositados en nuestras Cajas Seguridad bajo severa custodia y en absoluta discreción.

Serie A \$ 6.00 anual
 » B \$ 8.00 »
 » C \$ 10.00 »
 » D \$ 25.00 »
 » E \$ 30.00 »

BANCO POPULAR DEL PERU

Institución Netamente Nacional Establecida en 1899. Oficina Principal: Lima Esq. Melchormalo y Breytia.

TAMARA TOUMANOVA
 Estrella de Todos los Tiempos
 con Oleg Tupinac

Teatro Municipal de Lima

PROGRAMA

ROMERÍA

17 Humberto Estrada Incháustegui era un vecino que en los sesenta vivía en la quinta Fanning, a dos puertas de mi casa, pero esa era la época del *paste-up* con tipografías de caja, ya no la de las letras dibujadas, los cuarenta; además, al verificar ahora con su hermano "Chamo", vimos que sus fechas (1932-2001) no coincidían con el aviso del Banco Popular. Mi calle resultó ser un barrio de dibujantes: uno de ellos, el esposo de la señora Yuli, dibujaba a mano sobre vidrio los *slides* para proyectar propaganda en los intermedios en el cine Fantasía, y Rafael Vera venía de visita a ver a sus familiares, los Herrera.

La preparación de un arte final listo para imprimir podía incluir diversas posibilidades de acabado, desde ser una pintura original para reproducirse por medio de la selección de colores, hasta ser un trazado a línea con indicaciones para que en la imprenta se le agregaran textos, fotos y colores planos.

En todo caso debemos tener en cuenta que el conocimiento de las técnicas de imprenta es diferente del correspondiente a las técnicas para confeccionar un original en la mesa de dibujo.

Algunas de estas técnicas podían dar resultados muy vistosos y es infortunado que hayan caído en desuso, como es el caso de la cartulina rascable o Scratchboard por ejemplo, que se encontraba durante los sesenta solo en una casa especializada. Era una cartulina blanca que tenía una capa como de un milímetro de una especie de caolín o talco finísimo; uno comenzaba por hacer dibujos a tinta negra y al secar se podía trazar líneas blancas rascando con unos buriles, agujas, cuchillas y punzones, obteniendo contrastes de blanco y negro muy parecidos al grabado. Si se llegaba a dominar esa técnica, el resultado podía ser de un fino acabado, por ejemplo para efectos de joyas, cristalería y hubo quienes la dominaron a nivel de virtuosismo.

Para los efectos de sombreado el *zip-at-one* era un producto de aplicación fácil y efectiva: consistía en pliegos de películas autoadhesivas transparentes; venían en modelos diversos, con trama de puntos, de líneas, o una gran variedad de texturas. Solo bastaba colocar el pliego sobre el dibujo y recortar con una cuchilla la parte

que se deseaba dejar adherida. Su uso requería cierta pericia para que las extensiones grandes no produjeran arrugas, o que se desprendiera la tinta del dibujo por tratar de reacomodar. Con todo, funcionaba bastante bien mientras el producto estuviera fresco; pasado un tiempo es comprensible que el adhesivo se tornara pegajoso o reseco.

Otro recurso de un marcado carácter publicitario, que fue superado con un suspiro de alivio, era el tramado a base de cartulinas preparadas de la marca Craftint. Era algo incómodo, tanto por lo percedero de los químicos—que hacía que uno se encontrara con que el sombreado no se revelaba y justo cuando se tenía un trazado ya listo para entregar al cliente— como por el oloroso efecto del líquido.

A simple vista eran pliegos de cartulina blanca, pero a poco podía notarse que toda la superficie tenía un entramado impreso, como si fuera en marca de agua.

Después de hacer un dibujo a línea muy tenue se aplicaba en algunas partes un líquido incoloro. Por donde pasaba la pincelada se revelaba una sombra de líneas paralelas. Un segundo líquido hacía aparecer líneas en otra dirección, dando un efecto más oscuro. Finalmente se podía completar con sombras a tinta negra y luces de ténpera blanca. El resultado era un eficaz efecto de dibujo comercial. Un pequeño *stock* de estas cartulinas se ofrecía en la tienda del señor Ross, creo, en un segundo piso del jirón Camaná, por Gallos, en gran variedad de texturas, aunque las más usuales eran las líneas rectas a doble tono y datan de los usos publicitarios en avisos periodísticos desde la primera mitad del siglo XX.



Figura 113: Aviso para Samuel Dávila en el diario *La Crónica*. Lima, 7 de abril de 1953. El fondo tiene una trama plana de puntos que deja en blanco la forma de un reloj de arena. Es el típico resultado de aplicar una película con trama adhesiva y recortar una parte para poner texto tipográfico sobre el papel blanco. En ocasiones este recurso podía generar un grabado final con una ventana calada en vacío, de modo que en adelante pudiera ponerse texto intercambiable.

También venían hojas *zip-at-one* con letras repetidas de un alfabeto, que había que recortar, alinear y pegar letra por letra, pero permitía terminar un titular en minutos, que era lo máximo a que se podía aspirar ya que de otro modo había que encargarlo a las pequeñas imprentas que daban servicio de textos y titulares para publicistas, mínimo de un día para otro. Por eso las agencias tenían su propia impresora tipográfica exclusivamente para sacar pruebas finas, así no malograban en tiraje sus tipos metálicos.

Por un tiempo coexistieron todos los sistemas: desde el linotipo, los textos tipográficos y la Composer IBM, hasta la Ludlow y la fototituladora. Textos, títulos, fotos, todo debía componerse en un solo arte final y para ello en las agencias había muchos *freelancers* que solo hacían *paste-up*, o sea armado de artes finales según indicaciones de los creativos. Y además, una vez llegados a la imprenta, también allí se armaban los pliegos de diagramación en la mesa de montaje. Los montajistas de entonces eran realmente virtuosos en la mesa de luz y seguían con exactitud hasta lo que ellos en broma llamaban “caprichos de artista”¹⁸.

La aparición de Letraset con catálogos variadísimos, además de tramas y películas para fondos de color, tuvo el efecto de inundarnos con la más moderna tecnología (ver: Los concursos tipográficos y Letraset en Anexo 9).



Figura 114: Aviso para Pisco Vargas en el diario *La Crónica*. Lima, 7 de abril de 1953. Observemos cómo el sombreado de la figura, con líneas en una sola dirección, indica que el Craftint fue aplicado a pincel sobre una cartulina especial impresa con rayas sensibles sin color; en el dorso de la mano y en la niña del ojo se nota un segundo sombreado.



Figura 115: Letraset.

El *zip-at-one* fue desplazado paulatinamente por la Letraset, que se transfería directo, sin necesidad de recortarse. En los años setenta ya el *zip-at-one* era cosa del pasado.

El uso indiscriminado de los más novedosos tipos de letras¹⁹ ornamentales y sombreadas, que venían ofrecidas en hojas transferibles, el abuso de recursos técnicos como la foto quemada, la foto tramada superpuesta sobre el texto y hasta la foto calcada *outline*, sumados a la ausencia de escuelas de formación, desembocaron en una descontrolada exuberancia a fines de los setenta pero, con todo, la producción del diseño estaba aún restringida a una minoría.

Este estado de cosas cambiaría en la siguiente década a partir de la llegada del diseño por computadora y de la repentina proliferación de egresados de escuelas, academias, institutos tecnológicos y hasta de cursillos de diseño.

En los ochenta el diseño se había vuelto una prometedor profesión de moda.

18 “(...) los desarrollos tecnológicos, especialmente los de la era digital, han revolucionado y dinamizado los procesos de producción impresa. Oficinas como la fotocomposición y la fotomecánica están obsoletos hoy en día, al poder ser realizados por un diseñador” (Ambrose y Harris, 2009: 12).

19 “Las fuentes posmodernistas se alejaron de las formas limpias y bien organizadas de las fuentes modernistas para usar otras más decorativas, que incluían el retorno de los remates y las astas de peso irregular” (Ibíd., 2009: 59).

La generación del cincuenta

Capítulo II

El Estilo Tipográfico
Internacional como referente

II.1 Los diseñadores del cincuenta

Werner Stockli

Por cuatro años estuve bajo la tutela de Stockli. Durante ese tiempo fue para mí mucho más que un profesor. Desde el primer momento empleó una dinámica de maestro a aprendiz realmente motivadora, muy efectiva. De hecho, para ser un jefe o empleador se excedió. Creo que me enseñó tanto porque era un excelente ser humano.

En cuanto él me presentó lo que era el diseño gráfico supe que eso no era algo que crecía en cualquier parte como una hierba silvestre, y tuve la convicción de que al haber llegado a esa oficina yo había realizado la única hazaña posible. Por años he recordado con regocijo esa especie de acierto ineluctable, y así lo he mencionado en el artículo “Mi vida con los Santa Cruz”¹.

En marzo de 1960 aprobé también el examen de ingreso a la Escuela Nacional de Bellas Artes con un dibujo al carbón, un busto; pero recién cuando me fui a matricular me preguntaron si quería estudiar pintura o escultura. Les dije que quería algo como para vivir del dibujo. Los profesores entre ellos comentaron algo así como: “lo que él quiere es dibujo de propaganda”, y me contestaron que eso no había allí, que “la escuela es para ser artista”.

No me matriculé.

Para entonces también supe qué esperar de la Católica de los sesenta, pues yo trabajaba en la cuadra ocho de Camaná y durante cuatro años pasé dos veces cada día por la Recoleta para tomar mi carro en la avenida Uruguay. Marco Leclère, con quien había hecho amistad—pues era el aprendiz de un decorador que frecuentaba nuestra oficina—y que además empezaba a estudiar en la Católica, me comentó que en esa escuela solo hacían cierto tipo de manualidades. Con todo, me acerqué a preguntar y vi trabajos con unas letras grandes poco ortodoxas de papel de lustre aplicadas sobre cartulina Canson. Todo ello fue aumentando mi certeza de que esto del diseño era realmente otro mundo. Décadas después, a una señora que dijo ser egresada de ese curso o taller, la vi confeccionar unas tarjetas de regalo con dibujos en relieve sobre papel ingeniero transparente, muy bonitas, eran algo entre artesanía y manualidad.

El día comenzaba cuando Stockli llegaba. A veces venía ya de una entrevista, trayendo un boceto que el cliente acababa de aprobar; entonces realizaba el arte final. Cuando el trabajo estaba terminado, en un rinconcito discreto él escribía un breve “sto” con letra cursiva, que no dejó de intrigarme, dejando apenas esbozada una pregunta que entonces no formulé y que solo tomaría forma años más tarde al discriminar entre caligrafía, *lettering* y escritura; es decir, la letra dibujada que pasa a ser letra escrita portando aún sus características de excelencia.

¹ “Me recuerdo en suma, como un niño fuertemente impactado por lo maravilloso, sobreviviendo en un mundo donde cada día podía traer la novedad de una creación. Visto así ahora no me parece nada raro que acabara dedicándome al arte. Cuando llegó el momento escogí como carrera el diseño gráfico e impulsado por mi gran modestia no admití como guía a nadie que no fuera el mejor diseñador que existiera en el Perú, lo que conseguí gracias a mi buena estrella y en realidad es la única hazaña de la que me enorgullezco, ya que fue lograda en una época en la que hasta el nombre de la profesión era desconocido” (Santa Cruz, 2015: 35). “Mi vida con los Santa Cruz” se publicó inicialmente en *La Casa de Cartón* de Oxy, otoño de 1998, II Época, N° 14. Fue subido a: < <http://www.geocities.ws/Familia Santa Cruz>> en 2006. Actualmente se aloja en < <http://laguitarraenelperu.blogspot.com>>

Al principio Stockli escogía un titular, una ilustración o una viñeta y me daba las indicaciones para que yo elaborara el acabado, que luego se incorporaría a todo el arte final. Me indicaba los materiales y herramientas que podía escoger, las posibilidades y resultados de cada una. Para cosas más complejas me explicaba cuál era la necesidad del cliente y cuáles habían sido sus primeros bosquejos, así como lo que pretendía comunicar con cada uno de ellos. Luego destacaba por qué el escogido era el mejor y qué aspectos debían enfatizarse al hacer el acabado para conservar el sentido y aún mejorarlo.

Cada vez eran menos las observaciones o correcciones.

Cuando empezó a confiarme bocetos las indicaciones fueron de otro tipo: cómo entender el encargo, cómo entrar en el tema, cómo impregnarse del contenido sin importar que fuera histórico o científico, cómo aprehender la información y transformarla en una respuesta, sopesando además su trascendencia, tal vez política o psicológica; cómo ponerse en el lugar del otro y anticipar si nuestra obra sería bien recibida; era algo así como un afinar la puntería.

Estas reuniones a veces resultaban larguísimas, evidentemente lo que él ponía en juego por delante era mi propio desarrollo y los bocetos resultaban siendo un medio.

Stockli dedicó muchas horas a explicarme *por qué* hacer algo, para que yo pudiera interesarme en encontrar el *cómo*. Cuando tenía que salir de la oficina para una cita urgente me daba indicaciones y me dejaba desarrollando un boceto o un acabado; en más de una oportunidad lo hizo a tal profundidad o con tan detallada precisión que yo no me atrevía a interrumpirlo. En ocasiones esa era toda una clase de historia: Didot, Gropius, Le Corbusier; o de técnicas y experimentaciones: grabados, lavados... Klee, Miró; o el relato de sus propias vivencias.

Yo quedaba motivado en una dirección que casi siempre era la de la exploración.

Así, el primer día en el estudio me explicó que hacer letras era toda una construcción, algo así como una concepción arquitectónica. Con gesto intencionalmente sobreactuado me urgió: “¡Joven! ¡Esta es la única mesa en el Perú donde puedes aprender a hacer buenas letras!”.

Luego insistió en que quien supiera dibujar letras tenía posibilidades inmensas, desde construir una buena letra

para hacer el emblema de una empresa muy importante y que la pagaría muy, pero muy bien; hasta poder hacer un modesto letrero pintado en la pared si un día la situación apremiaba.

“Todavía tienes que aprender mucho de este país en que vivimos —aclaró—. Y no sabes qué sorpresas te deparan los próximos años, van a pasar muchas cosas en este lado del mundo y no todas serán bonitas, ya lo verás; tienes que estar preparado para todo. Y no solo es cosa de dibujar bien”.

Esa mañana hice mi primer alfabeto uncial. Entonces me explicó con la pluma chata los fundamentos de las relaciones internas de una letra. Y en la tarde empecé a trazar las altas de la Helvética, con herramientas e instrumentos de mesa.

Meses después, cuando me hube familiarizado con los rudimentos de la caligrafía me mostró el *Book of Kells* en una de las revistas gráficas —que aún conservo—, para que supiera las maravillas que se pueden lograr con la pluma chata.



Figura 116:
Werner Stockli, 1962.

Pero un maestro estimula a su aprendiz, y el toque sensible me lo dio tiempo después al relatarme cómo él aprendió a hacer letras.

En plena posguerra, con una Europa que aún no sanaba de sus heridas—explicó—, el joven Stockli usualmente iba en bicicleta hasta el pueblo vecino donde había una escuela de arte. Pero para asistir al curso de diseño de letras tenía que pedalear dos horas de ida y dos de vuelta en días adicionales, porque ese curso era especializado y no estaba en ese momento dentro del programa de estudios.

Horas y horas pedaleando entre... (¿dijo Winterthur y Zúrich?).

En alguna parte de mí debo haber recibido esa información como un modelo por seguir, pero estoy convencido de que su intención no fue lucirse. Stockli no tenía tiempo para eso; sus propias urgencias, sus propios retos hacían que literalmente le faltaran horas al día.

Algunas mañanas yo llegaba y encontraba las mesas llenas del trabajo de toda una noche, cosas absolutamente libres, que nadie había encargado, realizadas con todas las técnicas habidas y por haber, aplicadas espontáneamente según se había hecho necesario. Eso ya no era solo diseño, no el de la vida diaria al menos.

En el 61 o 62 se inscribió en Bellas Artes en el taller de grabado y asistía por las noches de seis a nueve. Era preciso trabajar en la prensa de la escuela, pero cuando ya manejó la técnica varias planchas fueron preparadas en esas jornadas nocturnas en nuestro taller. Entonces, a propósito de eso, me explicó cómo más allá de hacer las cosas bien en lo que llamamos la profesión, uno puede tener la aspiración legítima de trascender hasta una creatividad y libertad realmente sin límites.

Una cosa son las maneras para capturar y aprehender las normas que rigen la estructura que a su vez genera la forma —que de hecho no dejan de ser un poco las maneras de la época—; esto es, el aprendizaje en el nivel profesional.

Otra cosa muy distinta es el movimiento por el cual, por ejemplo, un maestro de la tradición—calígrafo o pintor—logra dejar todo de lado por un momento y al siguiente instante imprime un signo vívido sobre el pliego de papel de arroz.

“Y para hacer eso —agregó— no necesitas más que tinta y papel”.

Los diseñadores suizos

Un día, mientras almorzábamos, mi padre me preguntó qué se hacía allí donde yo estaba trabajando; casi maquinalmente y sin sopesar mucho cómo se oían mis palabras le dije que en los últimos cuatro días había pintado varios paneles destinados a la decoración de un pabellón en la próxima Feria del Pacífico. Mi padre se quedó pensativo y al fin me preguntó si yo consideraba suficiente meta pintar planchas de dos metros por tres para el suizo.

¡Cómo explicarle!... A veces yo pasaba horas solo, en el estudio, preparando esos fondos y ni él ni nadie podía saber de mi experiencia personal. Yo me había inventado un ejercicio: como eran varios paneles, cada vez que lo hacía era como una pequeña aventura, comenzaba chorreando la pintura sobre el panel o salpicando y luego invadiendo espacios con trazos cada vez más complejos, buscando tensiones, con brochas de varios tamaños; a cada instante el cuadro iba cambiando, ahora era uno, luego otro, a cual más contrastante. El proceso duraba mientras la pintura estaba muy líquida; cuando empezaba a espesarse, el rodillo se encargaba de convertir todos esos gestos dinámicos en una inocente superficie plana.

Nadie vería jamás esas instantáneas y no me importaba, yo las había visto desfilan ante mis ojos y eso bastaba. ¿Cuánta gente podía darse ese lujo?

Era como jugar a una caligrafía sin palabras. Ni teniendo cantidades de papel por metros habría logrado expresar con tanta seguridad. Pero, con todo, considero un error de juventud haber callado esa tarde, debí contarle a mi papá que yo ya sabía algunas cosas, que iba a cada inauguración en el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC) y a la galería del Banco Continental en el jirón Camaná; que me había permitido mirar por sobre el hombro los cuadros abstractos que Dávila acababa de exponer como gran novedad y que me atrevía a opinar gratamente sobre los primeros intentos de Moll. Creo que llegué a decirle por lo menos algo así como que Stockli me había enseñado que el arte aplicado era una opción tan válida como el arte libre.

Poco después tendría oportunidad de poner a prueba mi solvencia y entonces pude aquilatar en toda su dimensión la exigencia de lo que significaba hacer un arte gráfico realmente aplicado. Otra manera de decirlo es que del gozoso fluir que presenciaba mientras creaba libremente en mis grandes paneles, apenas quedó un pálido reflejo cuando la exigencia fue circunscribirse al apretado corsé de un encargo que no solo esperaba

para imprimirse, sino que tenía fecha de cierre. Aun así, también en esta ocasión procuré tomarlo como un ejercicio de desapego, digamos, como de valorar el momento creativo al margen de apropiarme orgullosamente o no del resultado. Fue en ocasión de la preparación del álbum *Cumanana*, un proyecto en el que colaboré con Nicomedes Santa Cruz y que comprendió diagramación e ilustraciones. Se trabajó en el 63 y alcancé a poner un ejemplar en manos de Stockli justo a tiempo, cuando se aprestaba a retornar a Europa.

A poco de estar en la oficina supe que Stockli no era el único diseñador suizo aquí. A fines de los años cincuenta varios colegas y paisanos suyos habían coincidido en Lima, y precisamente en esos días visitaban con frecuencia la oficina. Estaban preparando una exposición, nosotros armamos varios paneles muy livianos y luego cuando los llevamos al IAC que quedaba a media cuadra, en Ocoña, los juntamos con otros paneles que los demás habían preparado y entre todos armaron la muestra. Era el Primer Salón de Arte Gráfico, lo sabía porque yo hice el arte final del afiche según diseño de Stockli. Fue para serigrafía y se imprimió en Talleres Españoles, era a dos tintas en color ocre y negro; el folleto se imprimió en *offset* en Artes Gráficas.

Esta última imprenta quedaba en un edificio del jirón Ica N° 121, el dueño era Heinz Lauherfer y era la preferida de todos aquellos diseñadores. Claro está que también había otras imprentas como Santa Rosa y Valverde; ambas eran grandes, pero en cuanto a calidad de impresión Stockli decía que en ese momento Artes Gráficas era de lo mejor en toda la costa pacífica.

Cada mes llegaba un número del *Graphis* o del *Gebrauchsgraphik*. Una vez encontré un artículo sobre Hans Erni: las reproducciones eran admirables, no me cansaba de mirarlas, eran de una figuración en extremo perfeccionista, gran conocimiento del cuerpo, de la composición, un uso impresionante de la perspectiva, de todo; yo miraba y remiraba y me repetía que Erni no le pedía favor a Dalí... por decir.

Para mi sorpresa, al verlo, Stockli me empezó a contar de qué modo en sus años de estudiante había participado junto con otros jóvenes en la realización de esas imágenes: "un cachuelo en las vacaciones", dijo. Leyó los textos y me hizo reparar en que eran grandes murales dentro de un laboratorio o consorcio médico. Y comentó cómo el maestro Erni, aun cuando ya sus pinturas eran muy reconocidas, tenía por ese entonces un pesar: sus obras no habían podido entrar todavía al museo. Afortunadamente, según he podido ver ahora, la vida

le dio al maestro Erni medio siglo más para superar tal aspiración.

Cuando le pregunté con qué otros grandes maestros había estudiado o había conocido, abrió un grueso libro, una especie de manual, con diseños escogidos de las mejores escuelas de diseño, que yo acostumbraba revisar casi a diario, y señaló a un peso pesado, procedente del Bauhaus para más datos, y que como él era además de Winterthur: Max Bill.

Otros nombres de diseñadores suizos cuyas referencias aprendí a buscar en las revistas gráficas y que según vi tiempo después también publicaron libros importantes son Joseph Müller-Brockmann, Armin Hofmann e inclusive Anton Stankowski, que era alemán radicado en Suiza.

En verdad mi predilección era más bien el *Gebrauchsgraphik* que era una revista netamente de diseño, siempre con novedades (Push Pin, Lubalin, Saul Bass, Ben Shahn, David Stone Martin, Rogelio Polesello), con sutilezas antiquísimas (Vesalius, Barbedor, Mucha, Beardsley) y hasta con unas páginas de resumen en castellano. Encontrar allí las obras de veteranos maestros o las nuevas producciones de jóvenes talentosos de todo el mundo, o las páginas de antiguos libros, era como reencontrarse con viejos conocidos y me hacía sentir partícipe de esa historia viva, como que desde 1957 la letra Helvética integraba el *boom* llamado Estilo Tipográfico Internacional y era utilizada en millones de libros y revistas de todo el mundo al posicionarse entre las formas visuales más usadas de la historia; o que artistas como Milton Glaser alcanzaran un renombre inusitado (su cartel sobre Bob Dylan se convirtió en un ícono de los sesenta. Años después haría lo propio su logotipo *Y love NY*, que continúa usándose desde hace cuatro décadas). (Ver Anexo 10).

El diseño que en los cincuenta y sesenta era netamente suizo, había llegado a internacionalizarse en la siguiente década. Ahora era italiano, norteamericano, japonés. Nuevas revistas llegaban a la Librería Época a media cuadra del cine Colón: *Publicidad en Italia*, *Idea*, *Novum*. Nuevos nombres entraron en escena: Tadanori Yokoo, Shigeo Fukuda, Félix Beltrán. El arte gráfico, sus representantes y sus obras alternaban competitivamente ante el público, en las galerías, en los museos y habían llegado a ser tan populares y prestigiados como las demás artes libres. Enterarse de sus logros era sentirlo todo familiar, accesible y legítimo. Aun hubo participación en exposiciones nacionales, extranjeras, bienales. Y todo eso se sentía como normal.

Los diseñadores peruanos

El afiche y el folleto para el segundo salón fueron parecidos al primero, pero en rojo.

En la muestra intervinieron Stockli, Hans Bosshard, André Bovey, Markus Barandún, que eran gráficos suizos bastante buenos, además de los peruanos José Bracamonte, Carlos González y Joe De León. Asimismo José Casals y Baldomero Pestana que eran fotógrafos de prestigio.

Pestana ya era conocido en esos días por su foto del lanzón monolítico de Chavín, trabajaba en publicidad y estaba vinculado con el medio intelectual. Luego supe que años después, al viajar a Francia, se dedicó con mucho éxito a la pintura hiperrealista.

Eventualmente, la llegada de la Feria del Pacífico congregaba a diseñadores y dibujantes de todo tipo. En esas largas jornadas preparando *stands* y conversando de decoración me enteré de cómo Stockli, recién casado y en Suiza, al ver un anuncio solicitando artista gráfico profesional para hacerse cargo de la producción y la decoración de vitrinas de una tienda en el Perú había llegado en 1951, directamente a la casa Oechsle.

Pronto, viendo que le quedaba algo de tiempo, pudo atender algunos clientes particulares como Seguros El Sol, y cuando consideró que Rafael Hernández —el joven peruano que fue su ayudante en ese primer tiempo— ya estaba suficientemente preparado, acordaron que se hiciera cargo del departamento de decoración de Oechsle. Entonces Stockli se dedicó más de lleno a la gráfica, tomó una oficina en el edificio El Sol, pero siguió atendiendo siempre el avisaje y la folletería de Oechsle.

Desde el principio vi que en algunas ocasiones, Lena, la esposa de Stockli, lo ayudaba confeccionando lo que consideré eran solo acabados eventuales. Hacían por ejemplo el tipo de decoración llamado “esculturas en cartulina” para paneles de la línea aérea Swissair o para la compañía de seguros El Sol; después simplemente vi como cosa natural que ella hiciera sus propios originales, a veces en pintura, a veces en *collage* con materiales diversos, y que atendiera a diversos clientes. Hizo varias series de tarjetas de Navidad que fueron muy estimadas. Curioso, nunca se me ocurrió preguntarle por su formación plástica.

Los diseñadores suizos compartieron algunas experiencias en Lima en esa década, luego partieron uno a uno. Dejaron sin embargo el conocimiento de la profesión a algunos jóvenes peruanos.

Víctor Escalante era aprendiz de Markus Barandún, luego de unos años haría su propia carrera y se tornó conocido rápidamente.

Fidel Chacón era ayudante de Bovey y también de Bosshard, quienes compartían la oficina con Raúl Salazar, dedicado a medios y redacción. También estudiaba en Bellas Artes, era pulcro con su labor y con su persona, siempre vestía guardapolvo. Cuando trabajó por su cuenta le vi poner máscara a un envase magenta con jaspes carmín casi marrón, para Etiquet. Años después dictó diseño en la academia de Joe De León, luego en el 72 dicté yo, y por el 73 nos llegó la noticia de que había fallecido.

También me enteré de que Grimaldo Romero había estado un año con Stockli, pero pronto empezó a trabajar solo; fue entonces cuando le sucedió Marcelo Mier y Terán por cuatro años. Entre otras cosas, Romero ilustró libros escolares por un tiempo, luego estudió muy seriamente en Bellas Artes y llegó a desarrollar una pintura interesante, muy acorde con la nueva figuración de los setenta.

Terán hizo el intento de establecerse como artista independiente; pero consolidar una cartera de clientes, tener una producción constante y mantenerse en una oficina no siempre es cosa rápida, por lo que pocos meses después aceptó de muy buen grado cuando supo que Rafael Hernández le preguntaba a Stockli por alguien para que lo apoyara en la decoración de Casa Oechsle, de modo que Terán se quedó en la decoración.

Quien permaneció durante todos mis cuatro años en el estudio de Stockli fue Alberto Caballero. Él era, por así decir, un amigo de la casa, tenía una relativa información gráfica, un oficio aceptable y en épocas de feria Stockli contaba con él, pero la mayor parte del tiempo estaba allí día tras día repasando con una poderosa energía “vangoghiana” sus bocetos, que a mi juicio solo les faltaba ser pintados de una buena vez. Exploraba hora tras hora en pos de soluciones compositivas o pictóricas impactantes y nada estaba a la medida de su proyecto ideológico. De acuerdo a los años que corrían, Caballero se adhería abiertamente a una posición de izquierda a ultranza. Yo no tenía mayor información y cuando él me explicaba las ideas me limitaba a escuchar, de modo que esas conversaciones siempre eran breves. Stockli, que notaba mi poca permeabilidad al asunto, tampoco participaba; solo una vez se puso muy serio y le dijo que estaba bien que tuviera su propia convicción, pero que cuando se deseaba convencer a otro era preciso exponer los conceptos con fundamento claro y a fondo. En cuanto a

mí, aunque no me sugería que abrazara militancia alguna, insistió en que sí debía estar al tanto de lo que pasaba en nuestra época que era de gran efervescencia social. Y más tarde, ya en privado, me habló de su juventud, de las ideas en boga en esos tiempos y de la guerra.

En rigor, Caballero no bocetaba cuadros completos, más propiamente articulaba fragmentos como para murales, purificando casi corporalmente los detalles; por ejemplo, la niña de un ojo, inscrita en el globo, que a su vez brillaba dentro de oscuras órbitas desencajadas, circundadas por la curva de cejas pobladas, reforzadas por los surcos de la frente... y así su mano pasaba y repasaba el lápiz extranegro como quien muele un mortero; se sentía casi físicamente que eso ya estaba listo para ejecutarse con una pintura matérica y un buen par de golpes de cerda o espátula. Sin embargo, cuando años después trasladó sus motivos a varios lienzos en formato grande, hizo algo distinto, de un frotado suave que no estimulaba nada la tensión rasposa de la corporalidad. De todos modos lo presenté al “Chino” Domínguez y *Caretas* le dedicó—tal vez por el 66— algunas páginas cuando finalmente colgó una muestra individual de su pintura.

También había dos decoradores, en este caso alemanes, Juergen Heldt y Eberhard Schöps. Marco Leclère fue aprendiz por un año creo que de Schöps, luego empezó a dibujar ilustraciones para *El Dominical de El Comercio*; a veces me visitaba porque estudiaba en la Católica, que entonces estaba en la plaza Francia a poco más de una cuadra de nuestra oficina en Camaná. De allí derivaría a un quehacer más académico y en las siguientes décadas llegó a tener un sitio incluso pionero en la escenografía y el teatro.

Un día de 1960 vi llegar a José Casals. Venía a visitar a Stockli, entusiasmado por un novedoso proceso fotográfico para convertir una foto de medio tono en alto contraste, y que consistía en controlar el tono en forma sistemática y cuidadosa, eliminando progresivamente los grises y favoreciendo la aparición de texturas. Conversaron durante mucho rato y luego se decidieron a aplicarlo en el próximo aviso que Stockli tenía que hacer para Laboratorios Unidos (LUSA), en conmemoración por sus veinte años de fundación. Que yo sepa, fue la primera vez que se utilizó aquí ese procedimiento, al menos de tal manera cuidadosa y progresiva. Años después, con el auge de las publicaciones de Sinamos, siguiendo el ejemplo de la Casa de las Américas de Cuba, el alto contraste se pondría de moda hasta la saciedad en la versión simplificada, directa y sin el control fino, llamada proceso Kodak o sencillamente “foto quemada”.

Como a fines del 62 llegó una joven que había elegido venir a establecerse al Perú: Anke Tute; por algunos amigos comunes hizo contacto con Stockli y durante un tiempo fue un miembro más de nuestro estudio, tal como por unos meses lo había sido una jovencita que iniciaba sus prácticas, Brigitte Osthof. Pero Anke, en cambio, llegaba recién egresada de una escuela de diseño en Alemania. Era chilena, de familia alemana, hablaba perfectamente el castellano y tenía muy buen trato. A los pocos días me mostró sus carpetas: en una el dibujo de figura, desde estudios del natural hasta estilizaciones y apuntes; en otra el color, texturas, esquema tonal; en una tercera la gráfica, desde composiciones o síntesis hasta aplicaciones, tipografía, ilustración, símbolo gráfico.

Ver sobre la mesa el trabajo de años, la formación de una carrera paso tras paso, tuvo en mí el efecto de una confrontación: me invitaba *de facto* a sopesar mi posición ante esa realidad. Era evidente que todo ese desarrollo estaba vinculado por hilos intangibles, el plan de una escuela.

Sin embargo, en cuanto al nivel de mi propia competencia, me sentí del todo seguro.

Meses después, cuando fue haciendo algunos clientes ella pensó en tener su propio *atelier*, un ayudante; me preguntó si yo sabía de alguien confiable, le presenté entonces a Luis Tasso, que era amigo del colegio, algo más joven que yo, quien conoció la gráfica por esa vía, aunque su preferencia era la pintura y luego optó por seguir estudios regulares en Bellas Artes.

Claude Dieterich

Por el 63 más o menos, visitó nuestro estudio por primera vez Claude Dieterich. Había llegado recientemente a Lima, era egresado de la Escuela de Bellas Artes de Avignon (Francia) y los trabajos que traía me resultaron demasiado pictóricos en un primer momento. Tuve que replantear que mi concepción del diseño, formada a lo suizo, no era la única; aunque con el tiempo y cuando yo mismo fui virando hacia maneras menos ortogonales, por así decir, debí incorporar—para mi entendimiento del asunto— alguna referencia sobre el tránsito que va del modernismo al posmodernismo.

Vi que Claude era muy versátil, venía de estar haciendo, entre otras cosas, paracaidismo y motociclismo, además de ser mencionado como un excelente bailarín; era karateca y luego lo vi interesarse en la dieta macrobiótica. Debo aclarar que no era como el caso de personas con un abanico de aficiones superficiales.

En Claude uno tenía siempre la impresión de estar ante alguien que cultiva seriamente cada asunto que le interesa, vale decir que al llegar a Lima una de sus actividades fue dar clases de karate, en lo cual era cinturón negro. Al establecerse aquí llegaría con los años a tener un rol trascendente para la gráfica en el Perú, pues tiempo después, bajo su dirección y tesón infatigables, se abriría el primer curso de diseño en la Universidad Católica, eso fue en la década de los setenta. Su consiguiente viaje a los Estados Unidos en los ochenta le permitió dedicarse aún más de lleno a la caligrafía. Ahora que acaba de retornar a Lima, es seguro que su presencia habrá de repercutir en algunas vocaciones. No todos los días tiene uno tan cerca a uno de los grandes de la caligrafía en el mundo.

1964

Durante varios años en Lima bastaba una mano para contar los nombres de los diseñadores. Al partir, Stockli insistió en que yo no perdiera de vista la distinción que había entre los que podíamos llamarnos diseñadores (fuera de los suizos, otros tantos peruanos) y muchos profesionales de nuestro medio, que eran hábiles pero desarrollados tan solo en alguno que otro aspecto. Recalco que yo ya estaba produciendo al nivel de un gráfico y que de habernos hallado en su ciudad él no habría vacilado en presentarme como su aprendiz ante su escuela, ya que en casos especiales esa podía ser la manera para ser evaluado y solicitar un título. Fue bueno saberlo.

Permanecí en el estudio de Stockli desde el año 1960 hasta fines de 1963 inclusive, cuando decidió volver a Europa. Viajó a principios del 64 y a partir de entonces yo tuve que poner realmente a prueba sus indicaciones, precisamente cuando él ya no estaba a mi lado para recordármelas. En las décadas siguientes nos escribimos de tarde en tarde. Estuvo muy complacido cuando le conté de mis primeros concursos y exposiciones². Luego supe que Lena había fallecido y que él, aunque pintaba algo de paisajes alpinos, más que producir en la plástica, dedicaba horas a la pesca y al deporte marino.

Y en ese momento no lo entendí.



Figura 117: Werner Stockli, abril 1982.



Figura 118: Werner Stockli, 1983.

2 "Te felicito por la medalla de la paz y me siento un poquito orgulloso por haber sido el profesor del joven Octavio (...) Los 14 años en el Perú no se olvidan en mi familia (...) Saludos también a todos nuestros amigos artistas gráficos en Lima" (Winterthur, 19 de enero de 1984).

El arte gráfico aplicado | II.2

Arte gráfico aplicado, ese es el nombre de nuestra profesión, expresado en tres categorías, tres jerarquías: lo artístico o plástico, lo gráfico o técnico y lo aplicado o funcional. He llegado a creer que en rigor uno puede decir que hace arte gráfico aplicado tan solo cuando procura tener la mayor solvencia en cada uno de estos aspectos.

Si entendí bien, para lograr el ajuste adecuado se debe llegar por el camino inverso: cumplir primero con lo funcional, luego lo técnico y por último lo plástico; es decir, comenzar por lo imprescindible y que nuestro trabajo corresponda al encargo, luego que sea reproducible y finalmente, si es posible, que nos gratifique siendo bello. Asimilar esta reglita tuvo para mí el carácter de un logro hacia la madurez profesional.

Quiero decir que quien se esmere en saber primero cómo producir algo aplicable estará resolviendo el aspecto funcional, pues sabrá hacer cosas que estén de acuerdo al requerimiento de un producto, a la necesidad de un encargo, al deseo de un cliente.

Resuelto esto, uno puede dedicarse de lleno a los aspectos específicos de una especialidad, en este caso el oficio que conduce a la reproductibilidad. La gráfica produce un prototipo para la reproducción en serie (que para nosotros usa la imprenta y para los gráficos libres usa la prensa del grabador) y quien domine este aspecto puede lograr cosas como sacarle el máximo partido a una sola pasada de color o encontrar soluciones relativamente económicas, o aplicar adecuadamente alguna técnica novedosa; esto, claro está, hablando en términos de los sesenta.

Recién entonces es momento de interesarse en que la confección de nuestra obra incluya también tal nivel de creatividad, apertura y flexibilidad estética que pueda equipararse a la más lograda o vanguardista propuesta plástica.

Por cierto, Stockli no dijo todo esto textualmente y de una sola vez. Yo tuve que reordenar las ideas para entenderlas a cabalidad; eso ocurrió cuando me encontré solo, instalando mi propio estudio. Y fue recién entonces que me di cuenta en verdad de que mi maestro ya no estaba en Lima.

Pero el concepto fundamental era ese: “La marca de un profesional del diseño es estar siempre al servicio”, al servicio de lo aplicado, luego al servicio de lo gráfico y finalmente al servicio del arte.

Bien entendida, la idea de servicio debiera actuar como la capacidad de apuntar al blanco evitando el riesgo de hacer del acto creativo una fantasía errática. Por supuesto quedaba descontada la posibilidad de caer en un estilo reconocible y repetitivo³, por vendible y exitoso que fuere⁴. Uno estaría en posesión de un músculo tan entrenado que cuando quisiera servir a sus propios propósitos podría dirigir la potencia de su oficio y hacer de su objetivo una obra de alto nivel artístico. Formulada así, la pretensión del arte aplicado era producir obras tan competitivas como las que más, y eventualmente hasta podría devenir al nivel del arte libre. Algunos éxitos esporádicos de diseñadores nacionales o extranjeros en los años inmediatos parecieron confirmar esta perspectiva.

De lo mencionado en las páginas anteriores hay algunos ejemplos que referiré a continuación: las revistas gráficas³, el diseño gráfico en exposiciones de arte⁴, Hans Erni, Max Bill, Josef Müller-Brockmann y Alberto Caballero.

Las revistas gráficas

Entre los impresos que Stockli trajo de Suiza como parte de su biblioteca particular había una buena cantidad de libros y revistas sobre diseño.

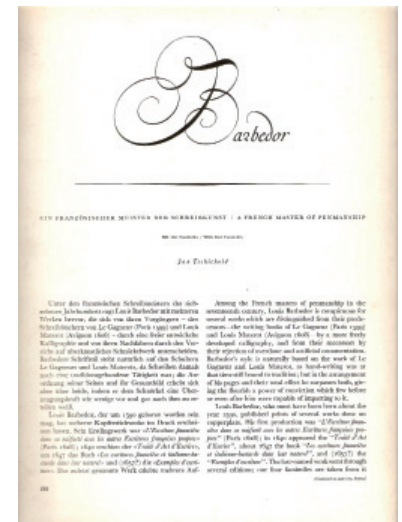
Graphis - International Journal for Graphic and Applied Art era una revista producida en Zurich, impresa sobre papel Couché en blanco y negro, y con algunas páginas a todo color. Aparecía trimestralmente, editada en inglés, francés y alemán, al tamaño de 235 x 297 mm. Se ofrecía tanto en librerías como por suscripciones en Europa y Norteamérica. Su contenido abarcaba desde las más antiguas y tradicionales producciones del arte gráfico y expresiones afines, hasta las más recientes y actuales, pasando por curiosidades y novedades.



Figura 119: Página de créditos de *Graphis*, N° 24, Zurich, 1948.



Figura 120: Dos páginas de caligrafía. Louis Barbédor, a French Master of Penmanship, en *Graphis* N° 3-4, 1944, pp. 218 y 219.



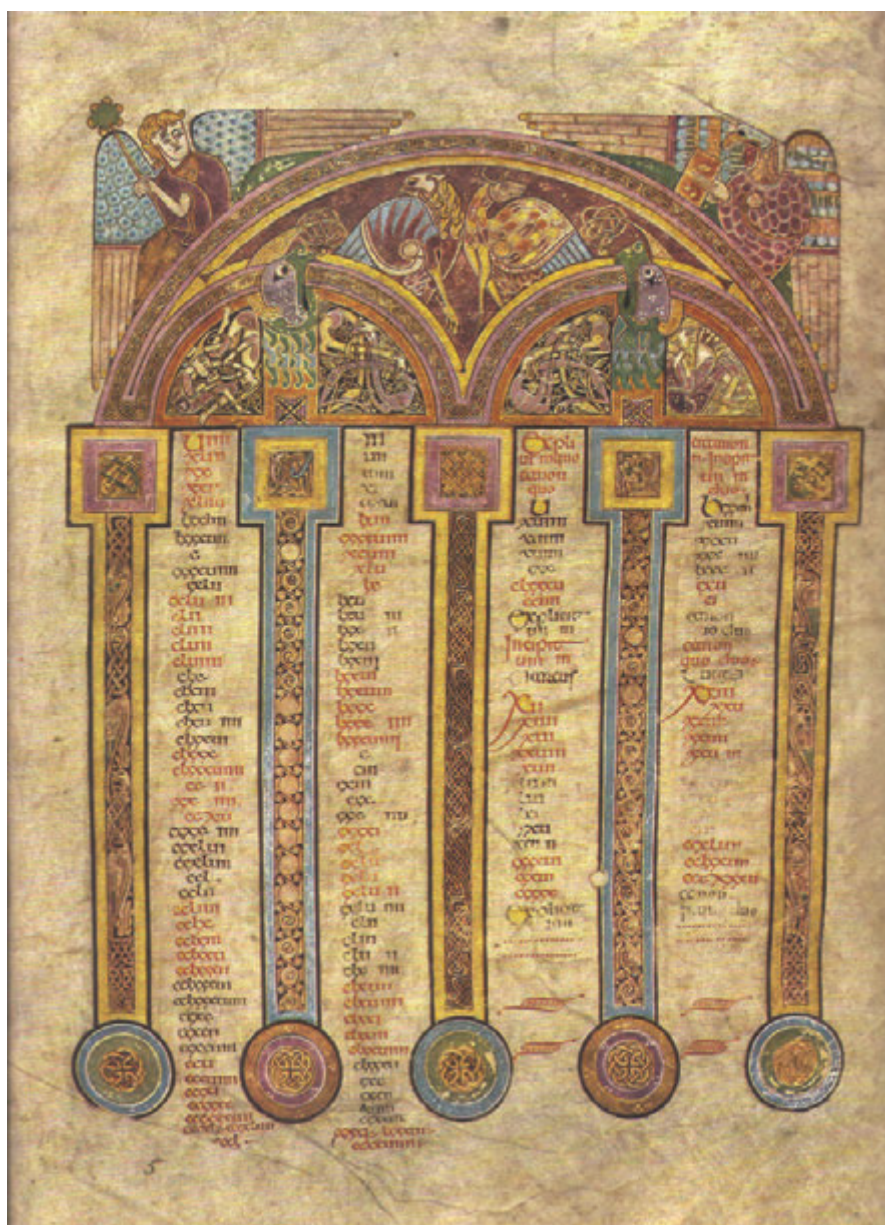
- 3 Mucho tiempo después este concepto volvió a resonar en mí al leer: “Recordemos que una persona educada es aquella cuya educación no se nota; que un buen perfume se percibe como un aspecto del ánimo y carácter de la dama, no como un olor; que el arte del decorador de interiores o del diseñador de iluminaciones fracasa cuando atrae la atención hacia sí mismo en vez de hacer la habitación cómoda, elegante, solemne, fría, cálida o lo que queramos; que los ingredientes de un buen aliño en una ensalada son difíciles de reconocer y que el mejor acompañamiento musical de una obra de teatro o de una película es el que intensifica la fuerza de la acción dramática sin hacerse oír por sí mismo” (Arnheim, 1995: 19).
- 4 (“...”) ello explica la reivindicación de sentido común hecha por el gran Cassandre en 1933: “Es difícil —decía— determinar el lugar que corresponde al cartel en las artes pictóricas (...) El cartel no es ni pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a menudo utilice los medios que le ofrecen una u otro. El cartel exige una absoluta renuncia por parte del artista. Este no debe afirmar en él su personalidad. Si lo hiciera, actuaría en contra de sus obligaciones” (Ramírez, 1976: 174).

Figura 121: The Ornament of the *Book of Kells*.

El número 24, volumen 4, de 1948 numerado desde la página 310 hasta la 413, incluye en las páginas 332 a 341 un artículo sobre “The Ornament of the *Book of Kells*”.

El *Libro de Kells*, desde un principio inconcluso y actualmente incompleto es una Biblia manuscrita profusamente ilustrada, realizada por monjes de la abadía de Kells, situada en el condado de Meath (Irlanda), en el siglo IX o en el X. Escrito en latín, contiene los cuatro Evangelios del Nuevo Testamento. Muchos especialistas lo consideran uno de los más importantes vestigios del arte religioso medieval y un muy hermoso y temprano ejemplo del concepto de diseño gráfico.

El manuscrito consta actualmente de 340 hojas en pergamino a 33 cm de largo por 25 de ancho. La zona de texto cubre aproximadamente 25 cm de largo por 17 de ancho y cada página de lectura contiene entre dieciséis y dieciocho líneas.



La decoración de las primeras palabras de cada Evangelio está primorosamente trabajada con ilustraciones de gran calidad, cuya complejidad sigue siendo objeto de fascinación. Para apreciar la sutilidad de algunas filigranas es imprescindible usar cristales de aumento. El examen de una de ellas, que no ocupa más que unos 2,5 cm², ha permitido contabilizar 158 entrelazos de cintas blancas ribeteadas de negro por cada lado. Resulta sorprendente que los cristales con la potencia necesaria solo se han podido producir varios siglos después de la realización de la obra.



Figura 122: El *Book of Kells* en la página 332 de *Graphis* N° 24.



Figura 123: El *Book of Kells* en la página 341 de *Graphis* N° 24.



Figura 124: *Du*, Swiss illustrated monthly, 16th year, December 1956. Una publicación suiza sobre artes visuales en general, con énfasis en la gráfica. En este número el artículo central es caligrafía iluminada.

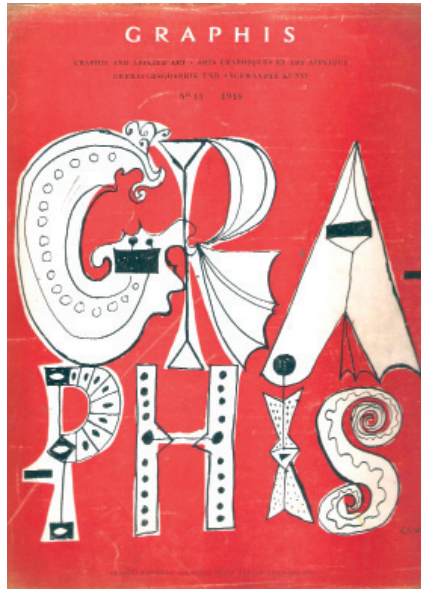


Figura 125: *Graphis* N° 13, Zurich, 1946. Este número, pese al auge de la tipografía sencilla, no deja de presentar otras corrientes en ese momento algo subterráneas, de letras informales por ejemplo.



Figura 126: *Gebrauchsgraphik International Advertising Art*, N° 5, Berlín, 1935. Esta revista presenta un abanico de trabajos de nuevos artistas, materiales, cursos y concursos. En los años setenta cambió a *Novum*.



Figura 127: *Graphis* N° 31, 1950. En las páginas 250 a 257 contiene comentarios y reproducciones de obras ya clásicas, como las ilustraciones de Aubrey Beardsley.



Figura 128: Un alfabeto de Augsburg, 1627, en *Gebrauchsgraphik* (ca.1960-1970), pp. 36-39.



Figura 129: Ikko Tanaka, Japón. Un notable representante de la joven generación en *Gebrauchsgraphik* (1964), p. 14

A mediados de los sesenta la Librería Alemana del señor Horst Dickudt, ubicada en el pasaje Acuña, en el centro de Lima, ya recibía regularmente, mes a mes, estas revistas que algunos interesados reservábamos por suscripción.

Y una vez al año llegaban a la librería Época en la calle Belén, volúmenes anuarios de fotografía, gráfica y decoración.

En los setenta los anuarios eran ya de *Publicidad en Italia* y gráfica en Estados Unidos y Japón, entre otros.

El diseño gráfico en exposiciones de arte



Figura 130: *Boletín de Artes Plásticas* de Casa de las Américas (Cuba, 1972), anunciando un Encuentro de Plástica Latinoamericana.



Figura 131: Foto de la exposición. En el Encuentro de Plástica Latinoamericana en Cuba participaron Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.



Figura 132: Expositores. En pintura el Perú estuvo representado por Milner Cajahuaringa, Venancio Shinki y Tilsa Tsuchiya. Además de afiches, José Bracamonte expuso tapices.

Fig. N° 133: Catálogo de la exposición *Jóvenes Artistas Peruanos*, PetroPerú, 1974. Esta exposición convocó varias expresiones de la plástica en torno a los conceptos de promover nuevos valores, un innegable impulso de trabajo y renovación, incursionando también en el campo del diseño y la comunicación masiva.

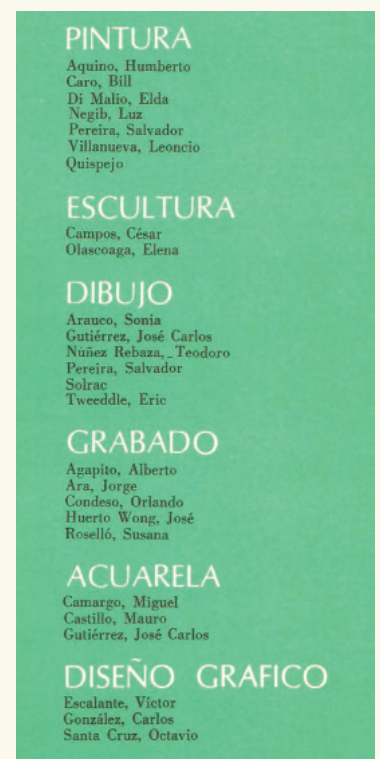
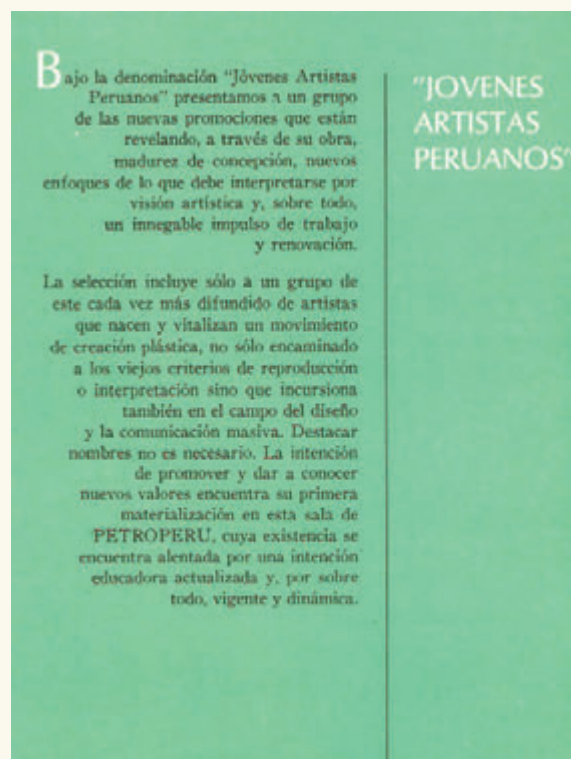




Figura 134: Hans Erni.

Hans Erni

Diseñador gráfico, pintor, ilustrador, grabador y escultor suizo, nació en 1909. Después de una formación en arquitectura, cursó estudios de arte. A principios de la década de 1930 era un exponente del arte abstracto. Tuvo amistad con Picasso, Braque, Arp,

Brancusi, Henry Moore y Calder. Expuso en París junto a Kandinsky, Giacometti y otros⁵.

Pero en 1939, Erni repudió el arte abstracto y se convirtió en una figura nacional con un mural figurativo por encargo de 90 metros de largo, para la Exposición Nacional de Suiza en Zurich, titulado “Suiza. Tierra de vacaciones para el pueblo”. La obra ilustra los placeres de las caminatas, la agricultura, los bailes folclóricos y contemporáneos, así como los ferrocarriles turísticos y de montaña.

En ocho décadas abarcó una amplia producción de pinturas, grabados, carteles, tapices, mosaicos, cerámicas, esculturas, cerca de 300 afiches, murales para la Cruz Roja, la COI, las Naciones Unidas, la OACI y muchas empresas públicas y privadas. Ilustró unos 200 libros, creó 90 sellos de correos y 25 medallas. Durante la guerra estuvo en el ejército suizo, para el que pintó pantallas de camuflaje. Su bibliografía comprende más de veinte libros y álbumes en inglés, alemán y francés sobre su vida y con sus obras. Se le menciona como el Picasso suizo. En 2004, fue galardonado como ciudadano de honor de la ciudad de Lucerna.

A los ochenta años pintó obras para el Comité Olímpico Internacional. Con su mata de pelo blanco y su físico



Figura 136: Erni a los 101 años (2010).

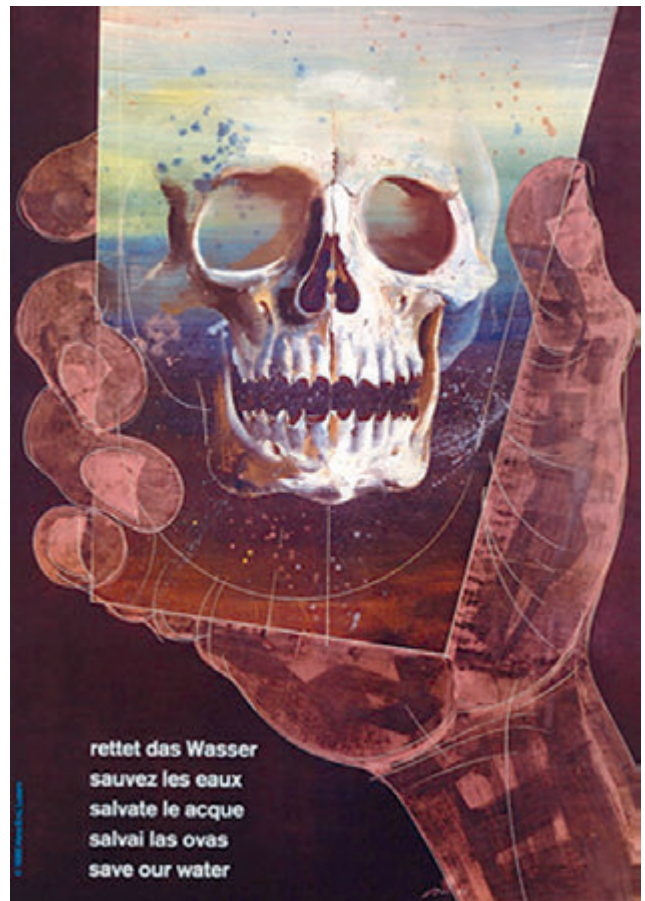


Figura 135: Erni. Afiche ecológico “Salvemos nuestra agua”.

vigoroso practicó atletismo y esquí de fondo, no bebía ni fumaba. En 2009 fue distinguido con el SwissAward por la realización de por vida.

A la edad de 100 años completó un mural de cerámica de 60 metros a la entrada de las Naciones Unidas en Ginebra. El papel del arte—a su juicio—era educar con amor. “Estoy convencido de que incluso en el espacio más pequeño es posible expresar algo, suponiendo que usted tiene algo que decir”—afirmó.

Erni murió el 22 de marzo de 2015, a los 106 años.



Figura 137: Erni, mural para las Naciones Unidas.

Max Bill

Max Bill fue un conocido artista, arquitecto y tipógrafo. Estudió en la Bauhaus y fue alumno de Walter Gropius, Moholy-Nagy y Joseph Albers. Allí recibió el influjo del funcionalismo, del movimiento De Stijl y de la organización matemática formal. Una de las marcas de la casa De Stijl era la división formal del espacio mediante líneas horizontales y verticales. Bill incorporó a la tipografía el empleo de la abstracción geométrica de De Stijl. Las formas de las letras se generan manualmente tomando como base un rectángulo raíz de 2 (Kimberly, 2014: 100).

MAX bill
KONKRETE
KUNST

Figura 138:
Titular por Max Bill.

Cada carácter guarda una relación geométrica directa con la estructura del rectángulo raíz de 2, sus formas se generan a partir de un módulo. La familia tipográfica incluye algunas deliciosas excentricidades como la *n* invertida, la *m* compuesta por dos enes juxtapuestas o los ángulos de la *s*.

Construcción tipográfica

El cuadrado interior del rectángulo raíz de 2 determina la línea base y la línea media o altura de la *x* de las letras en caja baja. Las ascendidas y descendidas están definidas por la longitud del rectángulo. Los trazos se basan en una construcción geométrica, con ángulos restringidos principalmente a 45°. Solo ocupan a esa norma la letra 's', con ángulos de 30° y 60° en su construcción, y los brazos mayores de la 'w' y la 'v', que tienen 63°. Para generar la letra 'm', que consiste en dos enes juxtapuestas, se emplean dos rectángulos raíz de 2. Las cifras se crean con el mismo método constructivo y emplean para ello también una circunferencia perfecta, que se relaciona a su vez con las circunferencias de mayor tamaño de la composición.

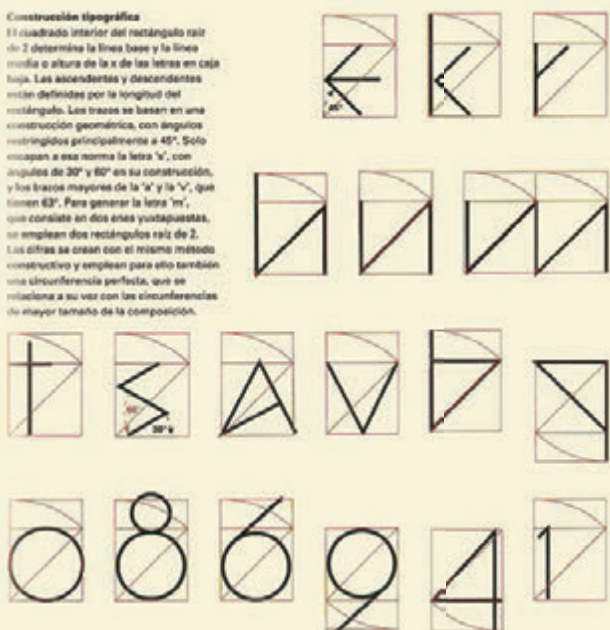


Figura 139: Construcción tipográfica, por Max Bill (Kimberly, 2014: 101).

Este tipo de letras se empleó en un cartel diseñado en 1944 y luego para un cartel y una exposición que Bill diseñó en 1949.

Alberto Caballero

Caballero ha sido mencionado en las páginas iniciales de esta historia, su ideal era el muralismo y su expectativa la revolución. Más que estructurar la composición generaba formas, emergiendo una a partir de otra. Como le había perdido el rastro quise saber algo de él. Recordé que era muy amigo de Hernán Bartra, de modo que en octubre de 2015 por intermedio de Víctor Hugo Velázquez, otro amigo común, logré visitar a Hernán. Cuando le pregunté si sabía algo de Juan Alberto Caballero Valdelomar su respuesta fue finalmente lacónica: “¡Creo que... ya no está!”.

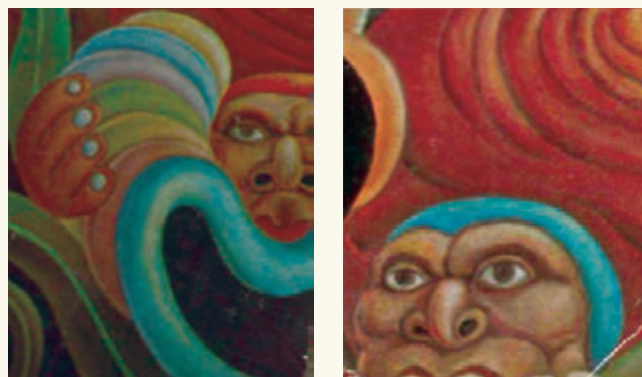


Figura 140: Juan Alberto Caballero, dos detalles, cuadro de músicos pintado al óleo.

Sin embargo, este amigo Hernán—que no es otro que el Hernán Bartra de *Avanzada*, de *Coco*, Vicuña y Tacachito—conservaba un cuadro algo más reciente de los que yo conocía; me permitió fotografiarlo. Por lo visto en los ochenta Caballero había virado hacia un acabado de pincel aún más suave y lamido. Lástima de su trazo “vangoghiano” de los sesenta.



Figura 141: Cuadro de Juan Alberto Caballero, colección Hernán Bartra.

Como un subproducto de la entrevista, esta reunión me permitió saludar a Hernán, uno de los íconos de la historieta peruana, recuerdo de mi niñez, y constatar que sigue dibujando.

Josef Müller-Brockmann

El libro *Sistemas de retículas* de Müller-Brockmann desarrolla en amplitud el concepto de la retícula y muestra ejemplos de, cómo más allá del uso pragmático común a todo diagramador de periódico, el sistema de módulos puede brindar los resultados impactantes que ameritan el prestigio del estilo que los suizos propugnaron desde mitad de siglo. Su propuesta se define en los siguientes términos:

Sistemas de retículas es la última de las obras de didáctica profesional de Josef Müller-Brockmann. Fue publicada originalmente en 1981 por la editorial suiza Arthur Niggli y apareció por primera vez en castellano un año más tarde, en 1982, de la mano de la Editorial Gustavo Gili, hace exactamente 30 años.

Desde que Josef Müller-Brockmann diera por terminado el primer manuscrito de *Sistemas de retículas* hasta hoy, el campo del diseño gráfico ha visto sucederse a varias generaciones de profesionales y ha vivido un desarrollo tecnológico continuado que ha ido dejando paulatinamente obsoletas las antiguas técnicas. Al mismo tiempo, lógicamente, los paradigmas que definen y gobiernan las prácticas de la disciplina se han ido renovando, en ocasiones como una forma de evolución natural y en otras como un verdadero conflicto ideológico. Valgan como ejemplo de esa confrontación de paradigmas estas palabras del propio Müller-Brockmann cuando en una entrevista para la revista *Eye*, en 1995, la tipógrafa Yvonne Schwemer-Scheddin le pedía su opinión sobre la proliferación de tipos experimentales, ornamentales y digitales que se vivió en la década de 1990 y de la que *FUSE*, la publicación lanzada en 1991 por Neville Brody y Jon Wozencroft, fue abanderada.

“Hay quienes se empeñan en la tarea de hacer la tipografía ilegible de tal modo que se convierte casi en un puzle. Esta ilegibilidad se vende después como proyecto artístico. (...) Si tenemos que recurrir a estos métodos para animar a la gente a leer, estamos construyendo sobre unos cimientos muy poco sólidos. (...) Estos alfabetos [los que podían verse en *FUSE*] son confusos, tienen carencias estéticas, son malos”.

Resulta significativo que hoy, en la época del *boom* de los soportes electrónicos para publicaciones en todo tipo de formatos, pueda observarse entre las generaciones más jóvenes de estudiantes y diseñadores (unas generaciones que iniciaron su formación ya avanzada la era de la autoedición y el CTP) un genuino interés por explorar el funcionamiento y las posibilidades de las técnicas de composición e impresión tradicionales y de los conceptos y paradigmas que vertebraban el trabajo con dichas técnicas.

En este contexto, la recuperación de este clásico de Josef Müller-Brockmann adquiere el valor no solo de

un privilegiado manual de consejos del maestro, sino también el de un documento histórico incomparable que nos habla del saber hacer de una época en la que la interlínea no era solo una medida abstracta, sino que tenía la contundente materialidad de una barra de plomo. Josef Müller-Brockmann es uno de los máximos exponentes profesionales y divulgadores de lo que se conoce como la escuela suiza del diseño gráfico, cuyos esfuerzos se orientaban a la búsqueda de un estilo gráfico de carácter universal, anónimo y supranacional basado en los principios de orden, objetividad y neutralidad, que se expresaban por medio del empleo de la retícula como principio de ordenación de todo diseño y la eliminación de toda ilustración superflua en favor del empleo de la fotografía objetiva. Esta búsqueda de la construcción del orden en la expresión tipográfica está presente en *Sistemas de retículas*. Con ello el autor pone de manifiesto una actitud ética en su concepción de la relación de comunicación que debe establecerse entre emisor y receptor. Bajo esta perspectiva, el libro es un elocuente tratado sobre la sistematización de la composición tipográfica en cualquiera de sus formas: libro, revista, catálogo, folleto, cartel, etcétera. En primer lugar determina los elementos comunes que constituyen siempre una configuración tipográfica y más adelante muestra cómo hallar el principio ordenador en torno al cual pueden articularse dichos elementos. Con este procedimiento el autor busca asegurar la convivencia armónica de la tipografía con titulares, imágenes, gráficas, y consigue poner de manifiesto la inmensa riqueza de las alternativas visuales que pueden darse como solución a un mismo problema formal. De este modo, demuestra que el diseñador que adquiera la maestría del diseño con retícula estará en condiciones de dar respuesta satisfactoria a cualquier requerimiento tipográfico, por complejo que este sea, tanto bidimensional como tridimensional, garantizando siempre la armonía del conjunto.

Sistemas de retículas fue el primer tratado de este género editado en castellano y portugués que abordó de un modo competente, profesional y exhaustivo el ámbito del diseño con retícula.

Josef Müller-Brockmann fue un diseñador extremadamente activo, intelectualmente inquieto y en gran medida autodidacta, cuyo mejor consejo para sus alumnos era instarles a observarlo todo, siempre, incluidas sus enseñanzas, bajo una luz crítica y mostrarse, asimismo, autocríticos. En la entrevista antes mencionada, Yvonne Schwemer-Scheddin le interrogó también acerca de la pervivencia de su fe en la eficacia de este sistema y en las bondades del orden y el empleo de la retícula; Müller-Brockmann contestaba de este modo:

“¿Podría imaginarse la catedral de Chartres, la torre Eiffel o las obras de Le Corbusier distintas de como son? No hay ninguna gran obra que se haya

creado sin la observación de reglas materiales, sin el conocimiento de los porcentajes de tensión estructural o de las leyes de la percepción. (...) Mañana mismo o en diez o veinte años, los gustos estéticos habrán cambiado, pero las leyes perduran y son independientes del tiempo. La sección áurea, por ejemplo, es un conjunto de proporciones, sencillo, elegante, asumido por todas las culturas y que está presente tanto en el hombre como en la naturaleza. Al enseñar, intento establecer fundamentos racionales y objetivos que puedan ser aceptados por todos y que puedan ser desarrollados individualmente" ("Nota del editor", en: Müller-Brockmann, 2014).

A fin de ilustrar lo expuesto, transcribimos ejemplos que se ofrecen en las páginas 7, 9, 80, 81 y 114 (Müller-Brockmann, 2014).

La tipografía moderna se fundamenta en las consideraciones teóricas y los principios del diseño surgidos en los años veinte y treinta de nuestro siglo. Fueron Mallarmé y Rimbaud, en el siglo XIX, y Apollinaire, a principios del XX, quienes abrieron

camino a una comprensión nueva de las posibilidades inherentes en la tipografía y quienes, libres de los prejuicios y las trabas de la convención, crearon, mediante sus experimentaciones, las condiciones para la aparición de las obras precursoras de los artistas y teóricos que les siguieron. Walter Dexel, El Lissitzky, Kurt Schwitters, Jan Tschichold, Paul Renner, László Moholy-Nagy, Joost Schmidt, etc. insuflaron nueva vida a una tipografía anquilosada. En su libro *La nueva tipografía*, de 1928, Jan Tschichold formuló las normas de una tipografía moderna, objetiva y adaptada a su tiempo (página 7).

El sistema reticular que se presenta en este libro se desarrolló y se aplicó en un principio en la Suiza posterior a la Guerra Mundial. Los primeros materiales impresos configurados con retícula aparecieron en la segunda mitad de los años cuarenta. Una rigurosa concepción del texto y de las imágenes, una pauta unitaria para la composición de todas las páginas y una orientación objetiva en la presentación del tema constituían las características de esta nueva tendencia (página 7).

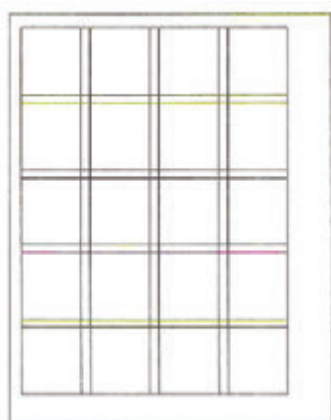


Figura 142:
Retícula.
Müller-Brockmann, 2014: 114.



Figura 143:
Retícula con bloques de texto.
Müller-Brockmann, 2014: 80.

Para utilizar la retícula de forma inteligente y funcional, el diseñador deberá someter todos los elementos a un estudio cuidadoso. El hecho de que la mayor parte de los diseñadores no conozca tal sistema de ordenación o lo comprenda indebidamente, y por lo tanto, tampoco lo aplique de modo adecuado, pone de manifiesto que el

uso riguroso de la retícula es algo que exige un estudio concienzudo. Quien no tema someterse a este esfuerzo descubrirá que, con la ayuda del sistema reticular, estará mejor equipado para resolver los problemas de diseño de una forma más funcional y lógica, y también más atractiva estéticamente (página 9).

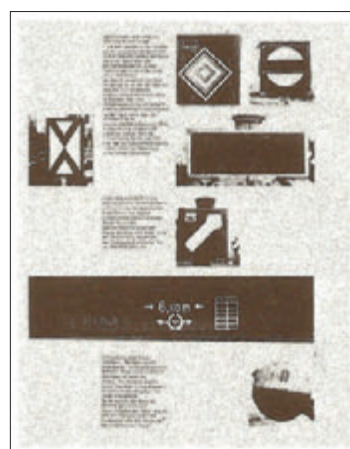


Figura 144:
Ejemplos de
aplicación de la
retícula.
Müller-Brockmann,
2014: 81.

II.3 Fin de los cincuenta e inicios de los sesenta

La gráfica suiza que en los años cincuenta empezaba a imponerse a nivel internacional puede definirse como una estilística que comunica con claridad a partir de la aplicación de un sistema cuidadoso de composición y del uso irrestricto de tipografía sin adornos. Antes de continuar haremos una digresión necesaria acerca de tales adornos.

Tipografía sin adornos

El trabajo con tipografía incluye el reconocimiento y la discriminación de características sutiles que de hecho son imprescindibles solo para los especialistas en letras. Las hay extendidas, condensadas, con bordes ornamentados, con decorados internos y así hasta la infinitud. Para el no-especialista puede ser útil y suficiente diferenciar entre dos grandes familias: las letras que tienen terminaciones o patitas, que en el argot tipográfico se llaman Serif, de las cuales la más difundida es la llamada Times New Roman; y las letras sin terminaciones⁶, llamadas por ello Sans Serif, como la Arial. La predilección suiza fueron las nuevas tipografías Sans Serif: las letras Akzidenz Grotesk, Univers, Folio y, sobre todo, la Helvética. Hoy en día, aunque el común de las gentes desconozca los nombres de Stanley Morrison, Max Miedinger o Adrian Frutiger, todas las computadoras del mundo están cargadas con esos tipos de letra que ellos crearon, ya que muchas empresas de

letras, desde las transferibles hasta las informáticas, han usado cantidades de tipos cambiándoles algún rasgo mínimo, y por cierto el nombre, con lo cual evitan el pago de los derechos, pero ese es otro tema.

Históricamente, en el período entreguerras, luego del espíritu profuso y dinámico que involucró algunas vanguardias retomando propuestas de William Morris⁷, del constructivismo y de la Bauhaus, la Suiza de habla alemana generó un lenguaje visual que articula maneras características de composición: en perpendicular, con paralelas, en diagonal y con superposiciones, entre otras. Visualmente es reconocible por el uso de tipos de letra sencillos y sin adornos ya mencionados llamados Sans Serif, alineados asimétricamente en una estructura coherente, por la preferencia de colores planos y por el uso de fotografías claras y objetivas.

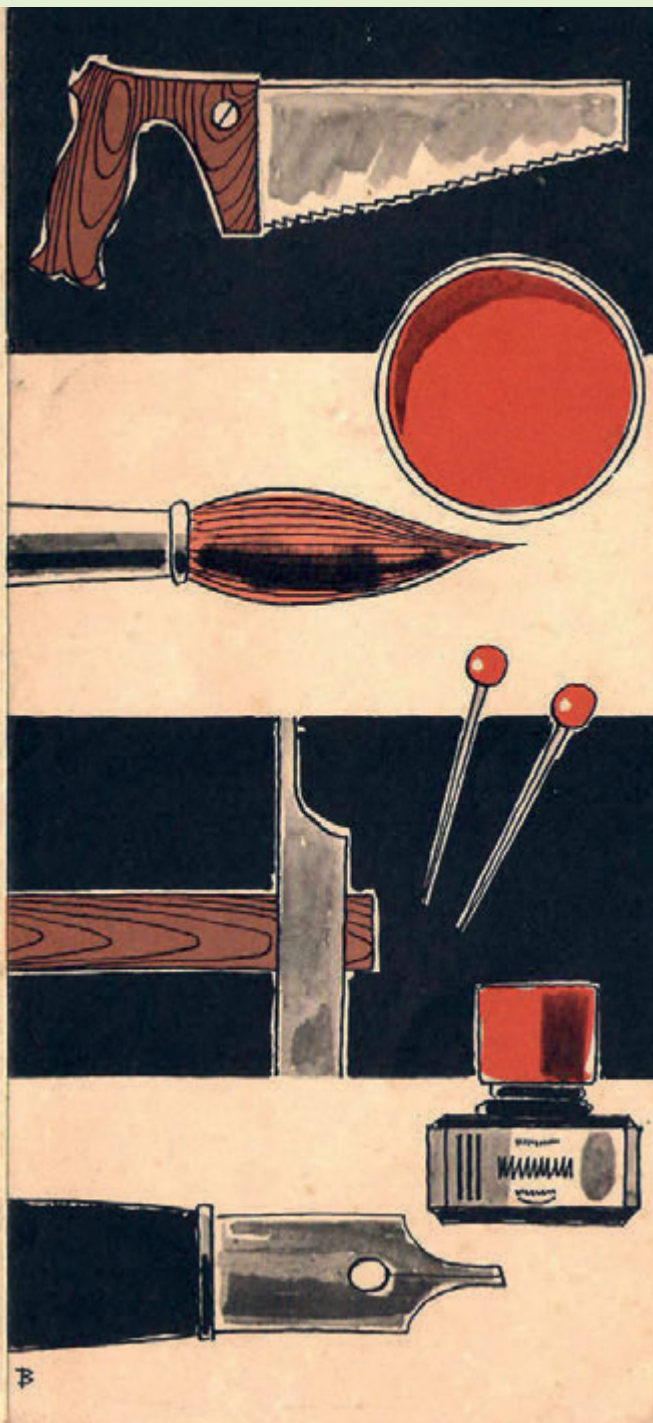
Este movimiento no solo tuvo gran éxito, sino que logró imponerse en muchos países⁸, derivando y generando en las siguientes décadas estilos locales con un origen común. La gráfica italiana y la francesa de los sesenta, la norteamericana y la japonesa de los setenta no son ajenas a esta influencia⁹. Josef Müller-Brockmann, Emil Ruder y Armin Hofmann dictaron cursos en diversos países y posteriormente publicaron libros con sus enseñanzas.

6 Las primeras letras Sans Serif, que en realidad hicieron su aparición sin mayor suceso, debieron esperar más de un siglo hasta que sus nietas o bisnietas vieran sus días de gloria. "Perdida en medio de las tipografías decorativas en mayúsculas (...) la tipografía de palo seco hizo su modesto debut en un muestrario de 1816 publicado por William Caslon IV" (Meggs y Purvis, 2009: 138).

7 "La paradoja de William Morris es que, al buscar refugio en la artesanía del pasado, desarrolló actitudes de diseño que determinaron el futuro. Su llamamiento a la destreza en la ejecución, a ser fiel a los materiales, a hacer bello lo útil y a adecuar el diseño a la función son actitudes que fueron adoptadas por las generaciones siguientes para tratar de unificar no el arte y la artesanía, sino el arte y la industria" (Ibídem, 2009: 173).

8 La "objetividad" o "sobriedad" (*Sachlichkeit*) como postura programática proyectual fue la máxima hacia la que se orientaron los diseñadores suizos. La objetividad y la precisión describían no solo una estética, sino también un proceso y un compromiso social. La funcionalidad se difundió y se eliminó todo ornamento, incluso cuando era señalado como función. Estos diseñadores no querían verse atados a detalles estéticos: usaban fuentes Sans Serif, el espacio en blanco, la diagramación ortogonal, la asimetría, la fotografía documental, la (supuesta) "frialdad" y la objetividad. Lo importante para ellos era el enfoque proyectual: sistemático, metódico no solo en el trabajo profesional, sino también en la formación de diseñadores. Era necesario comprender la gráfica como organización de elementos y módulos, pero no quedándose en el nivel sintáctico, sino considerando también la dimensión semántica (Simon Küffer en Fernández y Bonsiepe, 2008: 238).

9 "La rápida difusión del Estilo Tipográfico Internacional fue el resultado de la armonía y el orden de su metodología (...) Como consecuencia de la mayor conciencia del diseño como instrumento lógico para grandes organizaciones, el diseño corporativo y los sistemas de identificación visual se expandieron después de la segunda guerra mundial, fusionándose a mediados de la década de 1960" (Meggs y Purvis, 2009: 373).



A sí pues, la presencia en el Perú de los años cincuenta de varios diseñadores europeos fue determinante para el desarrollo subsiguiente del diseño en nuestro país.

Este folleto promocional titulado *Los 4* nos presenta a “una comunidad de trabajo creada exclusivamente para la Feria Internacional del Pacífico, a celebrarse en Lima en octubre”. Data de 1959.



Figura 145: Logotipos al interior del folleto

La Feria del Pacífico fue desde 1959 un punto de encuentro destinado a promover el intercambio de nuevos productos, industrias y tecnologías. Visto que para muchas empresas e instituciones era preciso mostrarse en público con un *stand* bien presentado, varios decoradores que habían coincidido en residir en Lima optaron por ampliar su cartera de clientes, dándose a conocer como profesionales expertos. Jürgen Heldt y Eberhard Schöps dominaban la decoración en sus diversas modalidades.

Por su parte, Markus Barandún y Werner Stockli eran diseñadores, siendo la decoración publicitaria de *stands*, vitrinas y ferias una de las aplicaciones de su gráfica.

Figura 146: Folleto *Los 4*.

Heldt (26), de Hamburgo, Alemania. Graduado en la Academia de Arte Decorativo de Hamburgo. Decorador de *stands* y pabellones en las ferias de su ciudad natal.



Figura N° 147: Juergen Heldt. Foto y vitrina.

Schöps (24), de Dresden, Alemania. Estudios y diploma de la Escuela Superior de Arte de Bremen. Especialista en arreglos decorativos para casas de modas y *haute couture*.



Figura 148: Eberhard Schöps. Foto y vitrina.

Barandún (33), de Basilea, Suiza. Estudios en la Escuela de Bellas Artes de Basilea. Gráfico especialista en impresos, letras y diseños para marcas de fábrica.

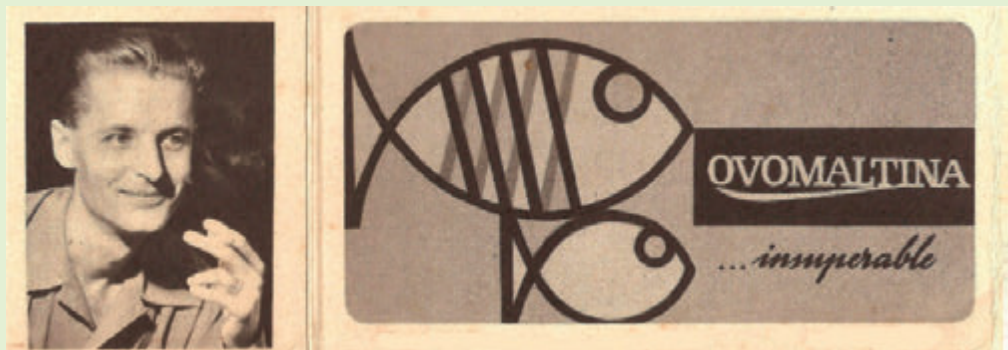


Figura 149: Markus Barandún. Foto y vitrina.

Stockli (39), de Winterthur, Suiza. Estudios en la Escuela de Bellas Artes de Zúrich. Diseñador experimentado en pabellones para industrias diversas.



Figura 150: Werner Stockli. Foto y vitrina.

En la práctica, cada uno de ellos atendió particularmente, pero la estrategia de presentarse como un equipo permitió difundir el concepto de un estilo y una tradición compartida.

El Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado

II.5

Eran los primeros días de 1960. Una mañana vi llegar a un hombre bastante joven, cuya estatura llamaba la atención. Le mostró a Stockli algunos impresos y los extendieron sobre una plancha de *triplay* pintada de blanco. Cada una de las piezas provocaba mirar y las disponían considerando el espacio entre ellas. Yo atiné a comentar lo bien que se veían, el hombre alto me sonrió y Stockli asintió: "Así es, joven, nosotros hacemos solo *cosas bonitas*". Oyéndolo de sus labios aquilaté el candor de mi propio comentario y sentí el peso del futuro: tendría que esforzarme si quería hacerme un lugar en el mundo de los adultos. Preparamos más planchas de *triplay* y llevamos listones a una galería que quedaba en el jirón Ocoña, apenas a media cuadra de nuestro estudio, y que resultó ser el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC), sala en la cual regularmente se abrían muestras internacionales del más alto nivel y a la que concurrí regularmente en los siguientes años. La primera vez que entré al IAC fue participando en el montaje de la exposición que se llamó Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado¹⁰. El folleto tenía fondo ocre, llevaba una A mayúscula ornamentada, blanca, y el afiche se imprimió a dos tintas planas en la imprenta serigráfica Talleres Españoles.

10 Es infortunado que el folleto de esa primera exposición me fuera sustraído con el archivo íntegro de impresos que usé para una conferencia en el instituto publicitario donde yo dictaba diseño, comenzados los noventa.

El Segundo Salón de Arte Gráfico Aplicado

II.6

En marzo de 1963 hubo un segundo Salón de Arte Gráfico Aplicado. Se realizó también en el IAC, con mayor presencia de diseñadores nacionales. El folleto conservó la letra G anterior, pero usó ahora un fondo carmín.



Figura 151:
Folleto del
Segundo
Salón
de Arte
Gráfico
Aplicado,
marzo
1963.

La presencia de dos prestigiosos fotógrafos en la muestra se condice con el concepto de que en el diseño el requisito es la producción a un alto nivel. Pestana daba servicio para importantes proyectos fotográficos en agencias de publicidad, atendía también clientes particulares, la llamada fotografía artística, y encargos editoriales. Casals hacía lo propio desde su estudio. Es de mencionar cómo algunos resultados óptimos han sido fruto del planeamiento cuidadoso compartido por un diseñador y un fotógrafo.



Figura 152: Hans Bosshard.



Figura 153: Lena Bassler.



Figura 154: Markus Barandún.



Figura 155: Werner Stockli.



Figura 156: Baldomero Pestana.

Bracamonte, González y De León provenían de las canteras del dibujo publicitario y su amplia experiencia en exigentes trabajos de agencia los había encaminado al mundo de la gráfica. Poco después el estudio Bracamonte-González sería garantía de alta calidad en diseño. Entre los años sesenta y setenta, cuando aún no había centros de formación en diseño, la academia de Joe De León llenó ese vacío.



Figura 157: José Casals.



Figura 158: José Bracamonte.



Figura 159: Carlos González.



Figura 160: Joe De León.

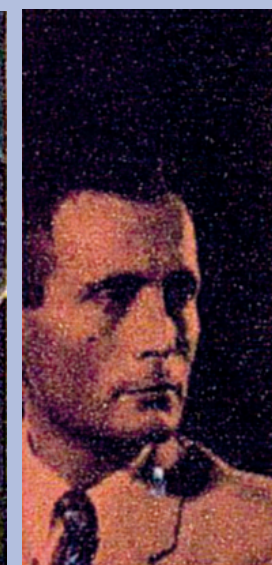


Figura 161: Claude Dieterich.

Dieterich, de origen francés, se sumó al llegar a esa pequeña comunidad. Entrados los setenta prácticamente refundó la cátedra de diseño en la Universidad Católica, desde donde empezaron a egresar los primeros graduados a nivel universitario.

Hans Bosshard

Diseñador gráfico suizo, que hablaba con acento alemán. Según Joe De León, trabajó por un tiempo para McCann Erickson, pero las obras producidas en agencia son poco identificables porque se numeran según un código interno y no llevan firma individual. Desde su propio estudio produjo diagramación junto con André Bovey.



Figura 162: Logotipo "B". Posiblemente para el restaurante Bavaria. En este emblema la composición simétrica con iteración al espejo de las figuras, interactuando con la letra capital estilo textura, en ubicación centrada, se encuentra dentro de los usos de la heráldica tradicional europea con aplicación de tipografía manual de época. El conjunto denota distinción.



Figura 163: Logotipo La Ibérica, fábrica de chocolates. En este logo, la elección de un trazo más flexible parece sugerir el origen artesanal del producto como garantía de calidad.



Figura 164: Logotipo Nizzola. La casa Nizzola se encontraba en la calle Cueva, a pocos pasos de la plaza San Martín. En los sesenta tenía presencia en la publicidad limeña de artículos para el hogar y electrodomésticos.

André Bovey

También gráfico suizo (1933-2010) y a diferencia de Bosshard y Stockli hablaba con un acento algo francés. Luego de haber trabajado un tiempo para agencias de publicidad se instaló en el edificio Peikard, en la tercera cuadra del jirón Camaná. Para efectos de acabados y artes finales contaba con el apoyo del joven peruano Fidel Chacón, quien se benefició del aprendizaje pues también era asistente de Bosshard.

Bovey participó en el Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado presentando sus trabajos recientes y producidos en Lima. En algunas ocasiones de encargos de mayor envergadura o volumen, como la diagramación de una revista con muchas páginas, Bovey y Bosshard trabajaban en conjunto, firmando entonces como dupla.



Figura 165



Figura 166



Figura 167



Figura 168

Cuatro logos de Bovey donde podemos apreciar su versatilidad: estilo estructurado y formal (Fig. 165); empleo de letras libres para conformar un diseño (Fig. 166); su propia marca, con la manito y el pincel, nos ha permitido identificar algunos avisos suyos (Fig. 167). La Fig. 168 es de carácter más artesanal.

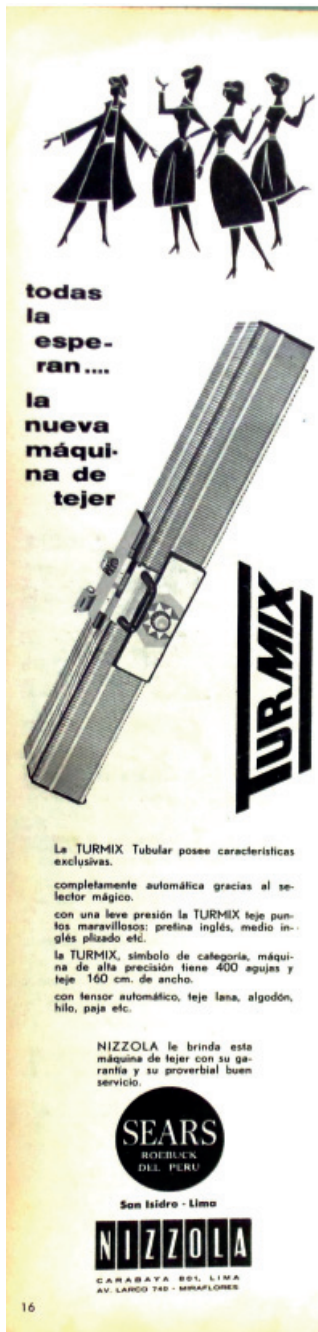


Figura 169: Aviso Nizzola. Máquina Turmix. *Caretas*, 8 de julio de 1960, p. 10.

El formato vertical del aviso publicitario lo posiciona al borde de la página, siendo lo primero que salta a la vista al hojear la revista. Por tanto la disposición diagonal de la máquina de tejer es una solución que permite ponerla en tamaño grande; logrando de paso cierto dinamismo, lo que no hubiera sido posible de ubicarla en posición horizontal.



Figura 170: Ilustración para el aviso Nizzola.

Los rostros anónimos tipifican el carácter colectivo; las faldas y abrigos la naturaleza femenina del grupo objetivo, entendiéndose que esta es la máquina de tejer para todas ellas. Por igual pragmatismo, en la Fig. 169, la disposición vertical del logotipo Turmix llena el vacío que deja la composición diagonal. Las viñetas femeninas aportan el toque de gracia necesario.

Los avisos de periódico y vitrinas eran producidos algunas veces por Bosshard y Bovey, y por cierto en los casos de creación de textos para las campañas, folletos y avisos era Raúl Salazar quien tenía soluciones novedosas y pertinentes. Salazar era peruano, redactor y se dedicaba a los medios publicitarios. Cada quien atendía su propia clientela, interactuando cuando era preciso.



Figura 171: Aviso Nizzola. Máquina de tejer Turmix. *Caretas* N° 220, 1961, p. 16.

En este aviso se juega también con un manejo moderado del espacio, lo necesario para que destaquen las dos figuras juveniles, estilizadas y trabajadas en tonos grises medios; por lo cual la máquina de tejer destaca sobre un discreto fondo negro.

El logotipo Turmix cae sobre blanco, de modo que el uso recomendado del espacio blanco se cumple sin el riesgo de tornarse espacio no utilizado.

Las figuras organizadas dentro de un espacio de reticulado virtual arman su composición haciendo coincidir algunos puntos, como el ángulo interno del codo del muchacho con el antebrazo de la muchacha, que emerge sobre la proyección vertical del lado izquierdo del texto.

El autor agrega franjas horizontales negras para enfatizar el mensaje.

La regularidad compositiva de verticales y horizontales es morigerada por el juego libre de las formas de los dos jóvenes y por la alineación más bien irregular del título.



Figura 172: Aviso de Nizzola para motonetas Lambretta. *Caretas*, octubre-noviembre de 1960, p. 43.

Adoptando un tipo completamente distinto de ilustración, aquí Bovey recurre a un dibujo humorístico y situacional, con motivos de la Lima con tranvías del sesenta; asegurándose de su visibilidad al presentarlos como siluetas negras con detalles lineales.

Pero pasa inmediatamente, y con absoluta sobriedad, a la comunicación textual, destacando además los elementos contra un fondo de espacio vacío, razonablemente coloreado de negro. Estos avisos demuestran gran previsión y maestría.

Markus Barandún

En el edificio donde tenían oficina Bovey, Bosshard y Salazar, por coincidencia también la tenían Bracamonte, González, De León y por un breve tiempo el joven Hugo Zanzi. A escasa media cuadra, sobre el jirón Ica N° 121 y en el mismo edificio donde estaba la imprenta Artes Gráficas, tenía su oficina Markus Barandún.

Barandún, también suizo, contrastando con la formalidad en el acabado de sus trabajos, tenía un trato y carácter más bien expresivos. Se daba tiempo para tocar guitarra en un conjunto de jazz.

En la poco vistosa propaganda de la Lima de los sesenta era de ver cómo le sacaba partido a una vitrina de apenas metro y medio o dos en la plaza Francia, anunciando Ovomaltina. Cada día yo pasaba para tomar mi carro en la avenida Uruguay y cuando cambiaban la decoración tenía que detenerme un rato a mirar.

Para mis adentros me decía: “Esa es la mano de Barandún”. Al poco tiempo vi que tenía un aprendiz, era Víctor Escalante, y nos hicimos amigos.

Del grupo de diseñadores suizos, Barandún fue el que más tiempo se quedó en Lima, acompañó el cambio de la vida comercial cuando la Lima cuadrada se trasladó a la Lima mirafloresina y puso su oficina cerca del cine Pacífico. Así y todo le he perdido el rastro a sus trabajos, el que más recuerdo por su carácter suizo es el logo de Polystel.



Figura 173: Logotipo de Polystel.

José Casals

Fue un fotógrafo chileno de alto nivel profesional, afincado en Lima desde 1957. Su producción se orientaba a la foto de estudio y de laboratorio con un resultado muy fino y, acorde a los requerimientos de la difusión de imagen corporativa o de la edición cultural, tenía su estudio en la avenida Antequera en San Isidro. Había estudiado piano, instrumento que retomó moderadamente en sus últimos años. Falleció en Lima entrados los años ochenta.

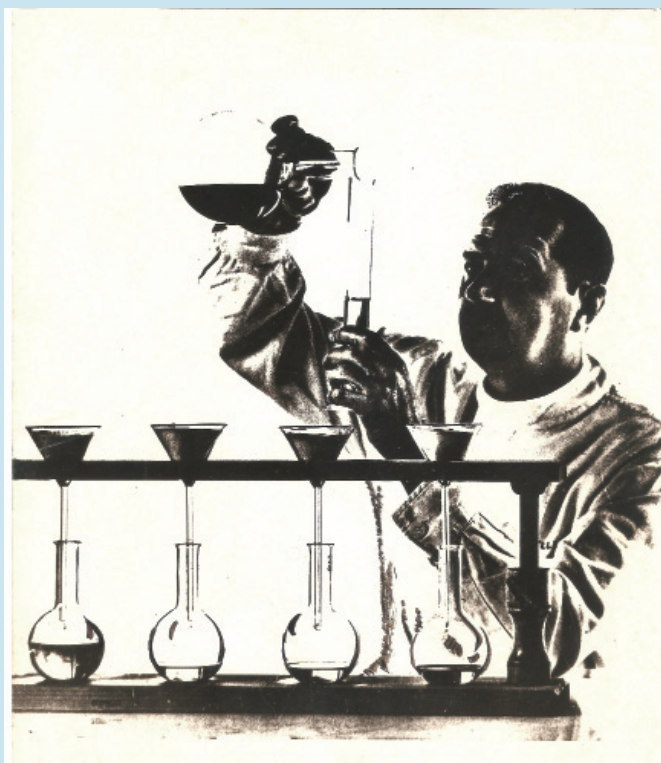


Figura 174: Fotografía de José Casals para el aviso en conmemoración de los veinte años de fundación de los Laboratorios Unidos (LUSA).

Baldomero Pestana

Pestana fue un fotógrafo español, nacido en Lugo, Galicia. Vivió desde su infancia en Argentina, por lo que hablaba con un fuerte acento y muchos pensaban que era argentino.

Llegó al Perú en 1957 y se vinculó profesionalmente al mundo de la producción publicitaria. En 1960 tenía su oficina en el flamante edificio conocido como El 91, ubicado en la avenida Wilson, esquina con Quilca, lo que le permitía estar accesible a las agencias publicitarias que estaban en el perímetro de unas pocas cuadras, en lo que entonces era el centro comercial y cultural de Lima cuadrada.

Pestana estuvo relacionado al medio artístico y a la bohemia limeña; su archivo fotográfico incluyó una amplia muestra de la elite cultural de entonces.

Partió a Francia en 1967 donde siguió haciendo fotografía por un tiempo con cierto suceso, pero posteriormente se dedicó de lleno a desarrollar una pintura hiperrealista. Radicó luego en su Lugo natal. Falleció en 2015 a los 96 años.



Figura 175: Foto de Pestana. publicada en el artículo "V́ctor Andr's Belaunde. Peruano universal" en *Fanal* N° 63, p. 31.



Figura 176: Foto de Pestana en *Fanal* N° 58, p. 32. Integrantes del Teatro Universitario de San Marcos alistándose para salir a escena.

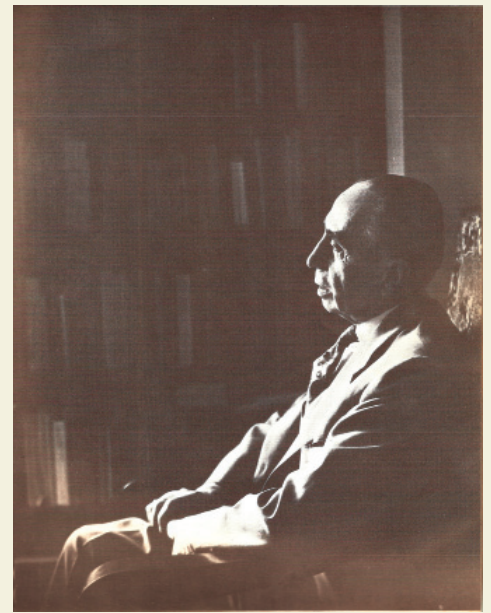


Figura 177: Foto de Pestana. Honorio Delgado en *Fanal* N° 56, p. 11.

Werner Stockli

La Casa Oechsle, a fines de los años cincuenta en Lima, era una tienda de cosas finas, cristalería, lencería, pasamanería. Por tanto su comunicaci3n con el p3blico gust3 de muy buen grado del estilo sobrio y los recursos elegantes apropiados para identificar su imagen institucional.



Figura 178: Casa Oechsle, aviso de revista, 10 x 18,5 cm.

- Este aviso de peri3dico fue realizado con tinta negra sobre cartulina Scratchboard. Las letras esgrafiadas a mano est3n dibujadas directamente a punz3n, sobre unos m3nimos trazos de gu3a a l3piz. El subt3tulo es una aplicaci3n de letras en impresi3n tipogr3fica.
- La palabra /Apertura/ recurre a las formas sueltas de una ejecuci3n libre, sin ajuste r3gido de altura-x ni medidas de ascendentes y descendentes, que tiene tanto de caligraf3a construida o letra dibujada como de *handwriting* o escritura corrida. La cinta del subt3tulo es una cinta hecha casi toda de rectas y contrasta con la flexibilidad del titular.
- Es de observar que este aviso est3 destinado a destacar dentro de la p3gina llena de texto menudo y de avisos en blanco con negro del peri3dico, que constituyen una masa gris, por lo cual, sin importar que se refiere al /verano/ –el cual podr3amos asociar con el papel blanco sugiriendo un d3a soleado– el dise3ador ha elegido tener un fondo negro. La cinta blanca no solo es portadora del subt3tulo sino que act3a adem3s como l3nea que subraya el t3tulo.

Ya fueran avisos grandes de periódico a toda página o pequeños formatos de los llamados *flyers* o volantes, estos diseños llevan la marca de la delicadeza; en unos la fina caligrafía, en otros el uso apropiado del color, el manejo coherente del espacio o la aplicación acertada y razonable de la buena tipografía.



Figura 179: Casa Oechsle. Folleto desdoblable, cara 9 x 16 cm, enero de 1956.

El desdoblable en fondo verde ilustra una escena de tienda donde las compradoras escogen, se miden y prueban las prendas; el tratamiento de las siluetas con detalles a línea blanca contribuye a brindar un efecto de gran actividad y dinamismo que concuerda con el título /Realización/.



Figura 180: Casa Oechsle. Folleto plegable, doblez entre /z - a /, 9,5 x 31 cm desplegado, 1957.

Un efecto similar de movimiento lo logra en el volante color siena rojizo, al intercalar letras blancas y negras, con lo cual agiliza la lectura del titular, el que por su parte está presentado con letras predominantemente curvas.



Figura 181: Casa Oechsle.

Detalle y folleto tríptico a dos tintas, ocre y bermellón, 16 x 29 cm desplegado.



Más allá del elemental gesto publicitario, en este tríptico se usó la sugerencia, el mensaje íntimo, ofrecer una flor para el día de la madre; a la vez que los recursos técnicos y racionales, como el de cruzar dos tintas planas para obtener tres colores, según se observa en el detalle.



Pronto el logotipo de la empresa fue renovado—sin perder su carácter de letra cursiva— hacia un diseño más cabal y contemporáneo, aprovechando la calidad de calígrafo especializado que la formación de Stockli incluía.



Figura 183: Casa Oechsle. Folleto desdoblable a dos tintas, azul cerúleo y rojo magenta, 20,5 x 30 cm.

En este trifolio el lema de la empresa es representado no por los lexemas / Tradición, Calidad, Elegancia /, sino que tal contenido, surgiendo desde el nivel profundo, es conmutado, traducido en morfemas: bellas formas y líneas de texto que interactúan y se estructuran instalándose en el plano de la expresión con grácil equilibrio asimétrico. A ello se suma un uso mesurado del color que le confiere un toque de intimidad y distinción.

Figura 182: Casa Oechsle. Logotipo.

En las obras de Stockli, textos, figuras y detalles son tratados con cuidadosa concepción formal y compositiva. Sus afiches, avisos y folletos contrastaban con la producción media de la época.



Figura 184: Detalle y aviso de periódico, 40 cm x 2 columnas (13 cm).





Figuras 185 y 186: Dos avisos para temporada de verano. Sencillez y decoro. Nada ornamental o superfluo, solo lo necesario.

Para algunos efectos de elegante cristalería la costosa cartulina Scratchboard era insuperable; su precio era justificado por cierto, para quien la supiera aprovechar.

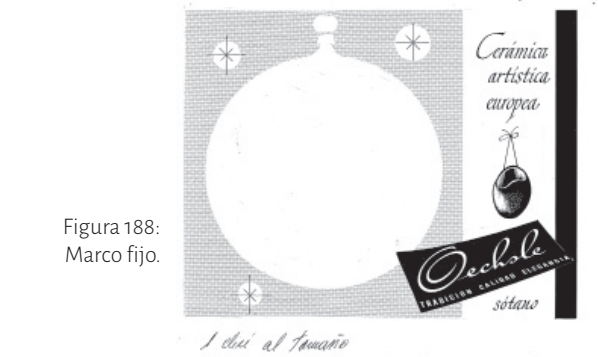


Figura 189: Ilustración de aviso para ser usada dentro de un marco fijo característico.

En ocasiones, como elemento mnemotécnico se usaba un marco fijo, de modo que una campaña era reconocida por un título, un tema, el logo de la empresa y el espíritu de esa temporada.



Figuras 190 y 191: Dos avisos de periódico. El de la derecha ha recibido un tratamiento posterior adicionándole color para ser impreso en papel blanco y usarse como folleto desdoblable trifoliar.

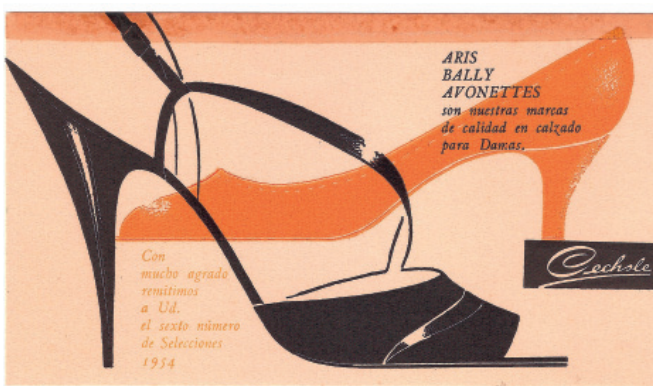


Figura 192: Casa Oechsle. Encartable para calzado, 1954. A dos tintas planas, en ocre y negro sobre papel blanco, 9 x 16 cm.



Figura 194: Detalle de aviso.

Figura 193: Aviso de la Casa Oechsle para la temporada de primavera, en *El Comercio*, 1960. El arte final fue realizado sobre cartulina Craftint.



Observemos cómo el líquido N° 1, aplicado a pincel, ha revelado las líneas en una sola dirección, produciendo en gris claro los trazos del vestido, las zonas de carne en rostro, brazos y las flores del marco.

En cambio, al aplicar el líquido N° 2, el fondo tras la figura tiene líneas cruzadas dando el efecto de gris oscuro.

Como se ve, con el diseño manual muchas cosas se decidían en la mesa de dibujo, lo que favorecía la eventual participación de un cierto matiz emocional.

Cuando la Compañía de Seguros El Sol construyó su flamante edificio, todo cristales y aluminio, a la usanza de la arquitectura del momento y en pleno centro comercial de Lima cuadrada, la inauguración estuvo anunciada por varios folletitos promocionales.



Figura 195: El Sol, Compañía de Seguros Generales. Anverso de folleto desdoblable. Este folleto fue preparado para completar su información al leer los cuatro dobles.



Figura 199: Folleto El Sol, reverso.

Ocurre que una vez establecido en Lima, Stockli empezó a ampliar su cartera de clientes, uno de los cuales fue la Compañía de Seguros El Sol.



Figura 196: Parte central (17 x 26 cm). Se va desdoblando y finalmente nos presenta el...



Figura 197: Proyecto de edificio.



Figura 198: Tarjeta de Año Nuevo.



Figura 200: Memoria 1959 de Seguros El Sol, 17 x 24,5 cm. Utilización mesurada de la sintaxis, aplicando un lenguaje visual sobrio de por sí. Simetría dentro de la asimetría; yuxtaposición de la transparencia sobre la opacidad

En el décimo piso del Edificio El Sol, oficina 1002, Stockli abrió su estudio. Desde allí atendió por varios años, comenzando por supuesto por las memorias y anuncios de seguros El Sol.

Figura 201: Memorias 1960, 1961, 1962. Comprensible uso de la similitud. Paranomasia.



Figura 202: Parte matrimonial, 11 x 15 cm, plegado. El parte de Maximiliano Graf, gerente de El Sol, fue diseñado e ilustrado con delicada mano de calígrafo.



Figura 203: Detalle. Como broma sutil la puerta del carruaje luce un fino toque publicitario: Asegurado en El Sol.

La fábrica Tecnoquímica S. A. irrumpió en los años sesenta con innovaciones en distintos sentidos. Se caracterizó tanto por la introducción de productos nuevos a base de resinas plásticas por ejemplo, desde barnices durísimos, pegamentos veloces y pinturas resistentes, como por la manera de presentarlos en el mercado. Sus etiquetas debían por tanto ser llamativas e impactantes.



Figura 204: Etiqueta para base a la piroxilina. La palabra base organiza sus formas con entrantes y salientes, las letras son gruesas y con finas terminaciones. El ingreso de la base en las juntas y resquicios, la aplicación en consistencia densa, que puede eventualmente adelgazarse, y la presentación sin color, solo en blanco y gris, son usos que quien ha trabajado con pintura conoce bien.



Figura 205: Etiqueta Day Glow. El impacto de esta etiqueta en el anaquel de la ferretería es hoy algo difícil de imaginar. Las grandes letras en colores vivos sobre fondo negro se ven sobredimensionadas por el uso del paralelismo, componiendo diagonales y verticales. Sin Serif de arriba abajo, usando todo el espacio visible.



Figura 206: Etiqueta para pintura mate. La tipografía de tamaño grande, compuesta sobre un también considerable fondo de color, contribuía a la visibilidad del producto en tienda, si tenemos en cuenta que la mayoría de las etiquetas de la época eran muy poco llamativas.



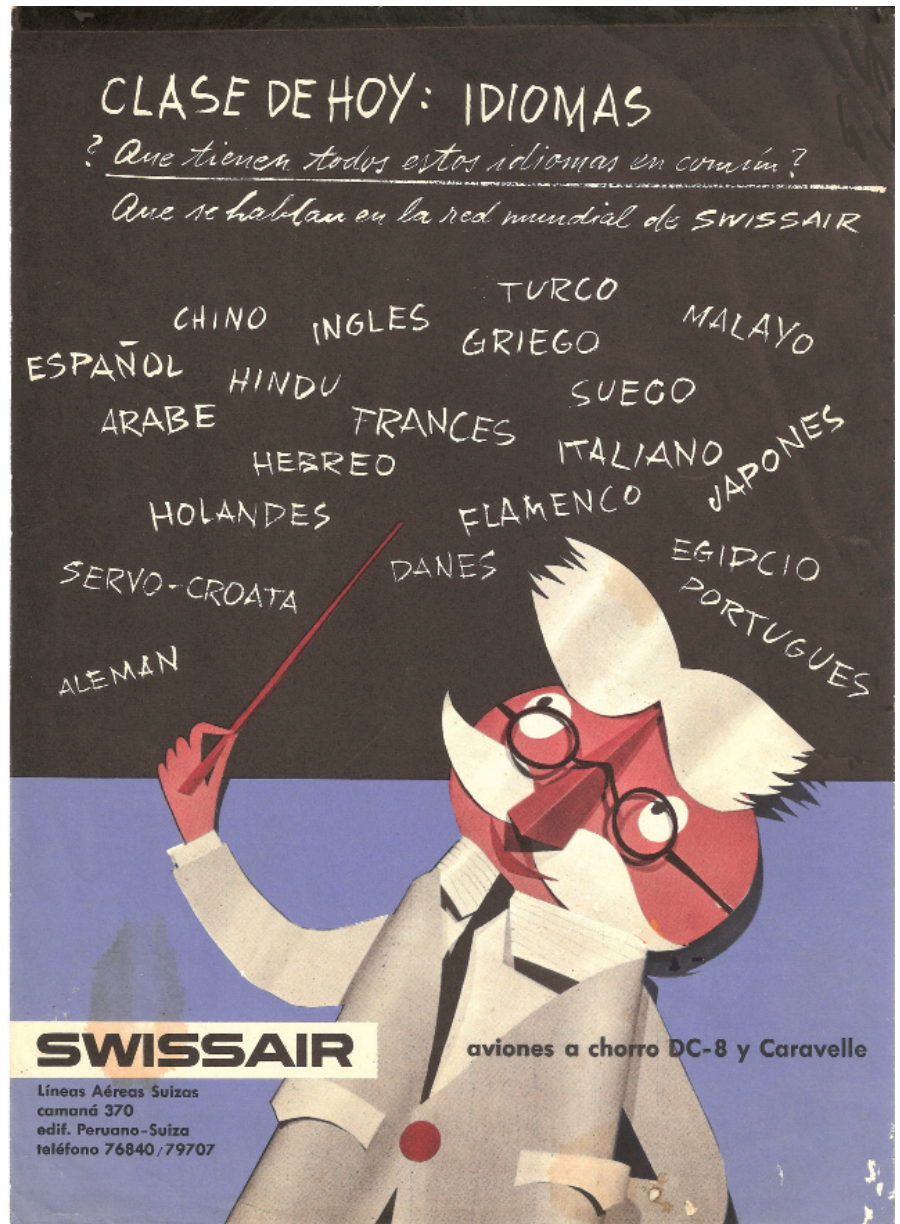
Figura 212:
Logo
Sky-Room.

Sky-Room, en el piso más alto del Hotel Crillón; otro ejemplo del uso de las tipografías Sans Serif.



Figura 213:
Logo
Hotel Crillón.

Figura 214: Hoja promocional para Swissair, A4. La escultura en cartulina, resultó un grato recurso. Cuando había que preparar vitrinas o stands para feria, Lena Bassler, la esposa de Stockli, participaba haciendo su parte con absoluta solvencia.



Y así como mi primer alfabeto en mi primer día en el estudio de Stockli fue la Helvética, una de las últimas cosas que realicé fue el arte para el logotipo de *Oiga*. Merced a cierta amistad con Paco Igartua, al anunciarse el relanzamiento un tanto azaroso de la revista, Stockli fue solicitado para apoyar diseñando el logo. “Es un trato de caballeros, yo lo hago —dijo—, después ya veremos”. Hizo un trazo a mano alzada, miró como verificando algo en los ojos internos de las letras, me puntualizó que fuera todo en bajas, ligeramente extendidas, que pusiera especial atención en el cruce entre *i* y *g*, y se fue a una reunión. Yo escogí cartón de maqueta y sin más realicé el arte final en blanco y negro, con esa especie de ténpera indeleble marca Pelikan llamada Plaka, que era mi preferida, y le puse su máscara de acetato con papel Canson transparente.

Cuando Stockli volvió por la tarde, anotó la indicación de los colores y entregó el diseño, justamente unos pocos días antes de viajar.

Tiempo después escuché la leyenda urbana de que el logo de *Oiga* era “obra de un prestigioso diseñador francés, por eso es excelente”. Al parecer Igartua había olvidado hasta el nombre del diseñador. Me apresuré a aclarar el asunto en los medios escritos de ese mundo aún no globalizado. De esa manera di fe de que, por lo menos, esa parte del trato sí fue cumplida (ver Anexo 3).



Figura 215: Logotipo de *Oiga*.



Figura 216: Lena Bassler. Cinco tarjetas con aplicaciones en relieve.

Lena Bassler

El vínculo con el Club de Damas Suizas, grupo de señoras que realizaban actividades pro fondos y benéficas, hizo que Lena Bassler preparara una serie de cinco tarjetas de Navidad. El éxito hizo que la experiencia se repitiera en los años siguientes. Produjo en total una serie a tinta sobre fondo ocre en cartulina martillada, otra a tinta sobre fondo plano color canela, una pintada a témpera, otra con aplicaciones de felpa y la siguiente con aplicaciones en volumen. Hizo tarjetas para UNICEF y algunas obras más, como una carátula de disco.

Siendo que su diseño para ilustración es dinámico y ágil, es de observar que los trabajos realizados en volumen son más vistosos y llamativos. Lena trabaja composiciones equilibradas y vivenciales, adorna con el color adecuado y con los objetos pertinentes. Hasta la estrella navideña parece ser parte del paisaje.

Figura 217: Lena Bassler. Tarjetas navideñas. Promoción en *Boletín UNICEF*.





Figura 218:
Lena Bassler.
Tarjetas navideñas.
Esgrafiado a una
tinta.



Figura 219: Portada de disco.
En *El sastrecillo valiente*, tanto la carátula como las
ilustraciones interiores son obra de Lena Bassler.



Figura 220: Almanaque El Sol.
Elaborado con escultura de
cartulina sobre paneles y utilizado
previamente para una vitrina. El
boceto fue de Stockli y el acabado
al alimón. En las contadas veces
que Werner Stockli y su esposa
Lena Bassler produjeron juntos,
el resultado fue de una fluidez y
dinamismo lúdico excelentes.



Detalle de almanaque.
Decoración para Seguros El Sol.

11.8 El diseño en las carátulas de revistas

Las carátulas son lo primero que uno ve de las revistas, por ello han de ser llamativas e impactantes. Muchas veces son encomendadas a artistas plásticos destacados. En el ámbito universal hemos visto situaciones ejemplares, tal el caso de un amplio informe de Juan Manuel Bonet sobre *Blanco y Negro*, de la colección ABC (ver Anexo 11), que desde su fundación fue planteada para ser ilustrada por los más prestigiados artistas españoles del momento, llegando a alcanzar una gran cantidad de imágenes en su larga vida.

En el caso local, y salvando distancias, las revistas revisadas tanto en sus carátulas como en las páginas interiores nos han permitido establecer conjuntos de obras y visualizar secuencias de la producción de los artistas dentro de un período significativo de varias décadas. El caso más productivo es el de la revista *Fanal*, que apareció por un largo tiempo. En una etapa siguiente una publicación similar ocupó su lugar: la revista *Copé*.

De menor proyección en contenido, tiraje y empaque, la revista *UNICEF* también ha resultado una fuente de información que infortunadamente hemos visto limitada a los ejemplares que conservábamos en nuestro archivo personal; actualmente ese departamento de la institución no se encuentra en funciones y no hemos podido encontrar en Lima repositorio alguno que conserve dicha publicación.

Y en los años ochenta se publicó *CREART. Guía Cultural de Arte y Espectáculos*, cuya carátula en A6 apaisada fue en algunos números ilustrada por quienes representaban al diseño de esos momentos.

La revista *Fanal*

Circuló en Lima a mediados del siglo XX, producida con carácter de divulgación por la International Petroleum Company, que llegó a publicar 86 números a través de su Departamento de Relaciones Públicas, desde 1945 hasta 1968.

Muchas de las carátulas ostentan obras pictóricas realizadas por reconocidos artistas plásticos, por lo cual encontramos desde la estampa de costumbres y el retrato clásico hasta el paisaje indigenista y las recientes tendencias abstraccionistas.

En lo concerniente a pintores antiguos es natural que haya bastado escoger alguna de sus obras más reconocidas.

Y en los casos de artistas en ejercicio, la ocasión fue propicia para que pudiera coordinarse un encargo: en el N° 76, Vol. XX de 1965, la carátula es de Casals; en el N° 82, Vol. XXII, 1967, de Camino Sánchez; y en el N° 84, Vol. XXII, 1967, de Springett.

Algunas portadas llegaron a corresponder al contenido del texto de artículos interiores.

Por ejemplo, el N° 37 traía un artículo sobre Chiclayo y la reseña de la carátula señala que el motivo norteño es obra del joven pintor chiclayano José Bracamonte; el N° 53, un artículo sobre la Navidad y la reseña de carátula menciona la estilización de motivos alusivos a la Navidad por Luis Cárdenas; y el N° 67 incluye un artículo sobre la pelea de gallos, coincidiendo con la carátula que es un *collage* con motivos de gallos por Lena Bassler.

También encontramos que algunos temas culturales fueron trabajados con cierta dedicación, encargando las ilustraciones a artistas plásticos de reconocido prestigio.

Es así que en las primeras publicaciones hay páginas interiores ilustradas con dibujos preparados expresamente para tal fin.

Es recién en las publicaciones siguientes que algunos números tienen tan llamativa composición que es evidente que la diagramación está siendo encomendada a un artista gráfico profesional.

En lo tocante a la expresión plástica de las carátulas de *Fanal* lo que nos interesa es lo concerniente al diseño gráfico.

La colección nos permite –para usos de investigación– desplegar una mirada panorámica, caleidoscópica, que comprende desde las creaciones producidas por destacados artistas libres y connotados plásticos del momento hasta la paulatina aparición de diseñadores profesionales cuya presencia empieza a marcar una diferencia.

Observamos por ejemplo la carátula N° 44 por Teodoro Núñez Ureta, la N° 45 por Sabino Springett, la N° 48 por Juan Manuel Ugarte Eléspuru y la N° 54 también por Springett; en las cuales un vistoso efecto visual, muy aproximado al lenguaje requerido para afiches y carátulas, ha sido logrado mediante una acertada aplicación de la impactante estética muralística. En algunas páginas interiores encontramos ilustraciones de Fernando de Szyszlo y varias otras de Alejandro Romualdo Valle, quien a veces firma Xanno.

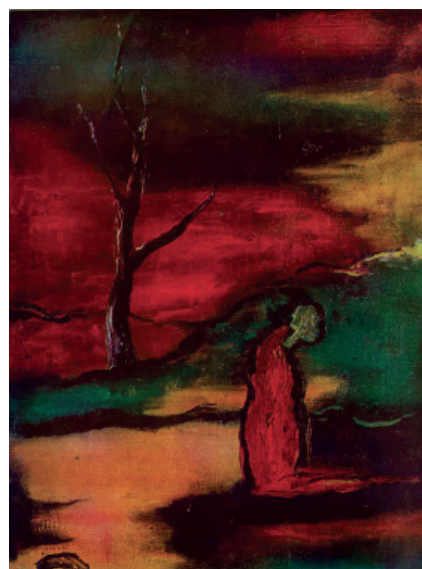
Resultó un hallazgo que en la carátula N° 52 encontremos la firma de Jiménez y en la N° 53 la de Cárdenas, ya que Manuel Jiménez Sologuren y Luis Cárdenas son nombres de artistas de agencias publicitarias cuyos trabajos a mediados del siglo ostentan tal calidad en aspectos como lo ilustrativo o la estilización, que parecen anunciar el próximo advenimiento de los usos del diseño gráfico.

Es recién en el N° 55 que encontramos una carátula ilustrada por Stockli.

Y en el N° 67 otra, ilustrada por Lena Bassler de Stockli.

En cuanto a la carátula N° 38, ilustrada en 1954 por Badía Vilató, la recogemos enfatizando la influencia que pudo ejercer sobre el joven Bracamonte.

Figura 221: *Fanal* N° 14, febrero de 1948. Carátula ilustrada por Sérvulo Gutiérrez.



Es de observar cómo en esta obra la concepción estética, de una gran libertad, no referida por cierto a los requerimientos de la reproducción fotomecánica, corresponde a la casi legendaria actitud bohemia atribuida al artista.



Figura 222: *Fanal* N° 14, p. 21, 1948. Szyszlo ilustra a Valdelomar.

- Se infiere que la materia sea tinta sobre papel.
- La obra es figurativa, con un dibujo de trazo sencillo y directo; el tratamiento fluctúa entre el apunte a línea y la caricatura artística.
- Además de lograr el parecido físico con el escritor, la intención es relevar su aspecto atildado, para lo cual inclusive exagera el tamaño de la mano en alto que porta un anillo y señala hacia sí mismo. Esta ilustración temprana de Fernando de Szyszlo es anterior a las telas abstractas en gran formato que le han valido gran prestigio desde hace décadas.



Figura 223: *Fanal* N° 18, 1948. Valle ilustra a Juan Gonzalo Rose, p. 20.

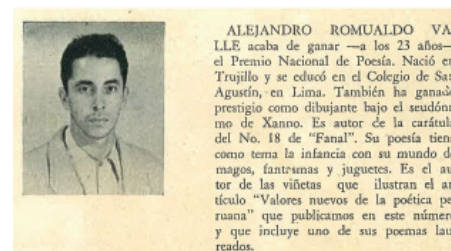


Figura 224: Biodata de Alejandro Romualdo Valle, en *Fanal* N° 22, p. 32



Figura 225: *Fanal* N° 22, 1950. Carátula con una "Frutera" ilustrada por Teodoro Núñez Ureta.

- Se observa dominio en la acuarela.
- Usa un dibujo idealizado con soltura expresionista, muy al estilo de los almanaques de principios de siglo.
- El realismo pictórico en las frutas es notable.



Figura 226: *Fanal* N° 23, abril de 1950. Carátula ilustrada por Bracamonte.

- La materia parece ser acuarela o témpera muy diluida.
- El tratamiento define los espacios con el color, más que con las líneas; en cuanto a detalles, usa los estrictamente necesarios, simplificando las formas.
- La concepción es figurativa e idealiza el modelo del figur n novecentista.



Figura 227: Ilustraciones de Bracamonte para el cuento "El miedo" de María Wiesse, en *Fanal* N° 22, 1950, pp. 15 y 16.

Decididamente figurativas. Los rostros son idealizados y tan intencionalmente expresivos que contrastan con la indefinición en los rasgos del sombreado que solo parecieran tener la intención de llenar el espacio de una vez.



INTERNATIONAL PETROLEUM COMPANY LIMITED
 Reducido: Edición Ferrás, Zepita 423
 Agosto 1951 — Lima — Perú

NUESTRA PORTADA

tema de adelantamiento para algunos productos, una gran-
 la variedad, y las técnicas que los venidos dentro del Terrestre
 Cables son los que se venieron en el año que ilustra man-
 puestas, para estar en Salinas Springett.

Springett nació en Ar-
 en 1916. Estudió en
 la Escuela Nacional de Bellas
 de Lima. Desde 1936 ha
 ha participado en exposi-
 de guerra, en Lima, Pa-
 Nuevo York, San Paulo,
 y Caracas. Abrió su sala
 de exposiciones en colaboración
 de Lima, Buenos Aires,
 y otras ciudades.
 Su trabajo ha sido reco-
 nido por la Exposición A-
 en Lima, 1941, la Inter-
 Nacional de Bagdad y la In-
 ternacional de Mar del Plata. Desde
 1945 ha ganado 16 pre-
 mios en concursos de
 arte.

Desde 1938 hasta 1944 prestó un servicio en el Museo
 de Arqueología como jefe de un equipo técnico. En
 1945 es jefe de estudio por Bolivia, Argentina, Uruguay
 y Chile. Desde 1946 es profesor de dibujo y pintura en la Es-
 cuela Nacional de Bellas Artes de Lima. Fue el autor de las
 ilustraciones del Calendario Escolar de 1944, que la Inter-
 national Petroleum Co. Ltd. dedicó a las damas registradas pe-
 ro.

Figura 228: *Fanal* N° 29, año VI, septiembre-octubre 1951. Carátula ilustrada por Springett.



Figura 231: *Fanal* N° 37, Vol. VIII, mayo 1953. Carátula ilustrada por Bracamonte. Se observa que aquí ya empieza a lucir la sencillez y economía de medios que habrán de caracterizar sus mejores épocas.



El dominio de la tierra por los señores
 que, cuyo castillo se venía con todo el
 poder de la nobleza, simbolizada por sus
 plenas de arco, y al dominio de la tierra
 por el pueblo, simbolizada por sus
 plenas de arco, son motivos que se ven
 en el arte Moche. En esta obra, Braca-
 monte, se refiere a San Paulo, Brasil, donde
 se realizó un gran concurso de arte.
 Moche de aquella época.

FIGURA: reproducción de la obra de Braca-
 monte, 1953, en el libro de Bracamonte, 1953, p. 11.
 El libro de Bracamonte, 1953, p. 11, muestra la obra
 de Bracamonte, 1953, p. 11, y la obra de Braca-
 monte, 1953, p. 11.

Figura 229: Biodata de Springett.

- Presumiblemente es una pintura al óleo.
- Las sombras y formas rectas simulan volúmenes que sugieren tanques y tuberías.
- La nota menciona que Springett “desde 1938 hasta 1951 ha ganado 16 primeros premios en concursos de afiches”.

- La obra parece ser pintada a ténpera sobre cartulina Canson con brocha o duro pelo de cerda.
- En primer plano inferior derecho un huaco retrato mira hacia la izquierda de la página, el contrapeso de la composición lo hace desde la zona superior izquierda un elemento vegetal, también pintado, y en plano lejano. El tratamiento pictórico llama poderosamente la atención pues la figura central, lejos de imitar servilmente el enlucido reluciente del engobe de la cerámica con la pincelada lamida del pincel de pelo de marta, hace uso más bien del grueso empastado directo sin repasar ni esfumar, forzando la técnica y hasta la ocasión en busca del efecto de un vigoroso expresionismo. El resultado superpone los brillos sin que se fundan.



Figura 230: *Fanal* N° 38, enero de 1954. Dos ilustraciones de Xanno. El autor dibuja directa, esquemáticamente y con soltura; alterna su composición con elementos textuales y frases poéticas y firma abajo a la derecha con el seudónimo Xanno.

- En esta versión particular del cerámico moche es improbable que el procedimiento escogido para cada pincelada pueda ser obra del azar o de la inspiración. Más parece ser la determinación de ir más allá de una mera ilustración y llegar a realizar obra de pintura.



Figura 232: *Fanal* N° 44, Vol. XI, 1955. Carátula ilustrada por Teodoro Núñez Ureta. El número está dedicado a temas patrios.

- Dibujo a la acuarela sobre cartulina Canson lisa y dura.
- La composición es rica en líneas estructurales y diagonales encontradas.
- Las figuras son alegóricas, como en las obras murales que le han dado fama, por lo cual su comprensión requiere de información iconográfica y simbólica sobre temas épicos y comprometidos. El trazo reforzado dota de gran vitalidad al conjunto



Figura 233: *Fanal* N° 48, Vol. XII, 1956. Carátula ilustrada por Juan Manuel Ugarte Eléspuru.

- Aplicaciones matéricas térreas, sobre superficie lisa sin texturar, posiblemente óleo sobre Nordex.
- En el aspecto formal destaca la composición iterativa, donde las diagonales de los rostros de obreros y las curvas y esfericidades de los cascos resuenan entre sí como ecos mutuos.
- El tratamiento de bordes angulosos da la impresión de objetos pétreos, vinculándolos con el contexto minero



Figura 234: Biodata de Bracamonte.

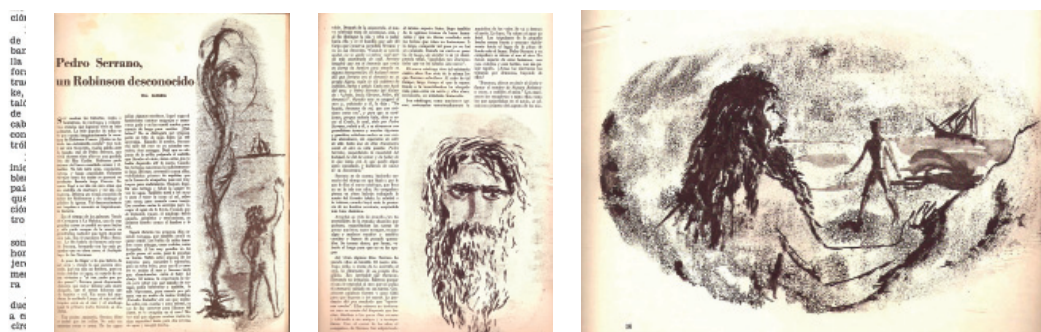


Figura 235: *Fanal* N° 55. Tres ilustraciones de Bracamonte. La N° 1 es vertical y muestra una figura humana a cuerpo entero y de espaldas. La N° 2 es un rostro barbado en primer plano. La N° 3 es el encuentro de dos personas. Las tres están trabajadas a media tinta, posiblemente aguada, con fondos a la monotipia y detalles en pincel. La estilización de las figuras y la reducción de detalles es de un esquematismo que tiende al simbolismo.



Figura 236: *Fanal* N° 52, 1957. Carátula ilustrada por Manuel Jiménez.

Manuel Jiménez Sologuren es de una figuración ilustrativa y muy colorida, contrasta figuras estilizadas planas con detalles contra fondos texturados, en un lenguaje visual profuso y contemporáneo. La reseña dice:

El tema del hombre que hace producir a la tierra y las tareas que para ello realiza cotidianamente son perenne motivo de inspiración artística. Utilizando escenas captadas en el trabajo rural, principalmente de la costa peruana, el joven artista limeño Manuel Jiménez Sologuren ha pintado para “Fanal” la carátula del presente número, que por su plasticidad y colorido acredita un ágil y original estilo, de evidente sentido decorativo.

El autor de esta portada se dedica, desde hace sólo cuatro años, a la pintura y el dibujo, habiendo destacado en concursos de su especialidad. Ha colaborado en varias agencias de publicidad nacionales y extranjeras.



El tema del hombre que hace producir a la tierra y las tareas que para ello realiza cotidianamente son perenne motivo de inspiración artística. Utilizando escenas captadas en el trabajo rural, principalmente de la costa peruana, el joven artista limeño Manuel Jiménez Sologuren ha pintado para “Fanal” la carátula del presente número, que por su plasticidad y colorido acredita un ágil y original estilo, de evidente sentido decorativo.



Figura 237: *Fanal* N° 53, Vol. XIII, 1957. Carátula ilustrada por Luis Cárdenas.

Una bella estilización de la pintoresca y ya renombrada cerámica popular peruana, con motivos alusivos a la Navidad, es el tema de la carátula de la presente entrega de *Fanal*. Su autor, el joven artista peruano Luis Cárdenas Menacho, se ha inspirado en las pequeñas iglesias de barro cocido que, junto a los “toritos de Pukará”, constituyen las más típicas manifestaciones de los artífices de la sierra del sur, herederos de una antigua y vigorosa tradición artesanal, en la que se combinan el espíritu y experiencia nativos con elementos incorporados de la cultura hispánica.

Desde los 23 años de edad, Cárdenas es director de arte de la agencia publicitaria McCann Erickson de Lima. En 1955 obtuvo el trofeo “María Angola”, en competencia con los más destacados afichistas del país. Y en el afán de ampliar sus conocimientos, viajó el año pasado a los Estados Unidos para asistir a la primera Convención Internacional de Arte Publicitario, en la que, incidentalmente, se exponían varios trabajos suyos.



Una bella estilización de la pintoresca y ya renombrada cerámica popular peruana, con motivos alusivos a la Navidad, es el tema de la carátula de la presente entrega de *Fanal*. Su autor, el joven artista peruano Luis Cárdenas Menacho, se ha inspirado en las pequeñas iglesias de barro cocido que, junto a los “toritos de Pukará”, constituyen las más típicas manifestaciones de los artífices de la sierra del sur, herederos de una antigua y vigorosa tradición artesanal, en la que se combinan el espíritu y experiencia nativos con elementos incorporados de la cultura hispánica.



Figura 238: *Fanal* Nº 55, Vol. XIV, 1958. Carátula ilustrada por Stockli.

- Resuelta a una sola tinta en profusa gama de grises. Excepcionalmente este número de *Fanal* tiene la pasta no en la usual cartulina, sino en papel delgado.
- La factura es abocetada, representa una linterna petrolera, decorada con motivos y paisajes
- Se refiere a las distintas regiones del Perú. La nota menciona que Stockli había llegado de Suiza en 1951.



Figura 239: Biodata de Stockli.

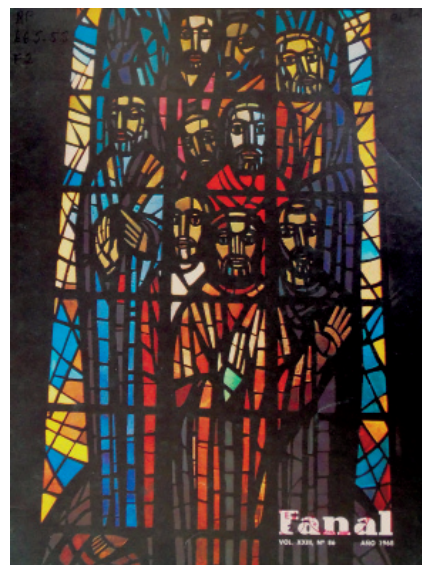
La cubierta de la presente edición de FANAL es creación de Werner Stockli. Llegado de Suiza en 1951, como decorador de una empresa comercial de Lima, Stockli trabaja ahora en forma independiente como dibujante publicitario. Ha viajado por todo nuestro país, cuyas tres típicas regiones naturales ha representado, con agilidad y gracia, en la alegoría de esta carátula.

Figura 241: *Fanal* Nº 86. Carátula de Winternitz que reproduce su vitral *Los Apóstoles*. Este último número de la revista, como siempre editada y distribuida gratuitamente por el Departamento de Relaciones Públicas de la International Petroleum Company Limited, se publicó en 1968.



Figura 240: *Fanal* Nº 54, Vol. XIV, 1958. Carátula ilustrada por Sabino Springett.

- La reproducción es en tonos grises, con posible original de óleo o témpera a color.
- La composición es constructivista, muy próxima a la abstracción. La franja vertical de la derecha presenta formas geométricas reconocibles como grandes tuberías en perspectiva que conducen hacia instalaciones petroleras. La zona vertical izquierda presenta un conjunto de formas organoides no identificables y organizadas sin perspectiva.
- El sentido es cómo ambientar con sugerencias fabriles y técnicas el único texto reconocible, la palabra "Fanal".



La revista *Copé*



Figura 242: Revista *Copé*.

Dos años más tarde, en 1970, apareció la revista trimestral *Copé*, esta vez a cargo del Departamento de Relaciones Públicas de Petróleos del Perú.

La designación del diseño de la carátula indica que aún se encontraba vigente el concepto de prestigio cultural enunciado a través de la creación artística producida por un artista libre. La carátula es mencionada en los créditos como una “Alegoría sobre el tratamiento de la brea en los últimos días de la Colonia, por Sabino Springett, destacado pintor peruano, profesor de la Escuela Nacional de Bellas Artes”.

En *Copé* la diagramación estuvo inicialmente a cargo de B & B. y Cía. Todas las portadas fueron obras de reconocidos pintores peruanos.

Los números 2, 3, 4 y 5 estuvieron diagramados por Claude Dieterich. Luego José Bracamonte se hizo cargo de la diagramación hasta el N° 21, ilustró inclusive la carátula N° 16. Después de una interrupción, vendría una segunda época de la revista, siempre con carátulas de pintores. Pero la diagramación fue encomendada a la firma Imaggio S. A. C.

CREART. *Guía Cultural de Arte y Espectáculos*

Editada por el Centro Cultural Nosotros (Myriam Reátegui, Ernesto Ráez), esta publicación en pequeño formato difundió mensualmente los eventos culturales a mediados de los años ochenta. Se encuentra debidamente registrada en la Biblioteca Nacional.



Figura 243: CREART N° 6-7, febrero 1984. Carátula de Eliseo Guzmán. Motivo de carnavales.



Figura N° 244: CREART N° 9. Abril 1984. Carátula de Víctor Escalante.

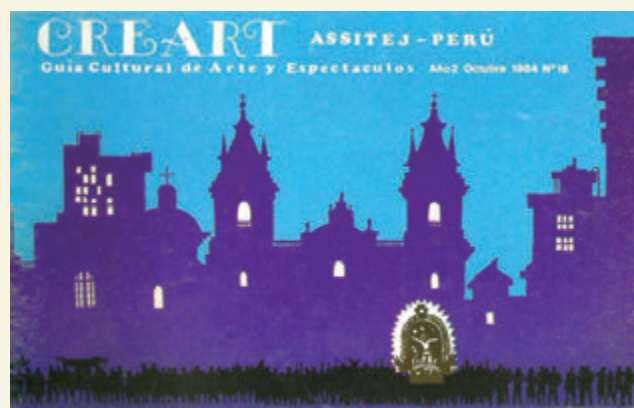


Figura 245: CREART N° 15, octubre 1984. Carátula y contracarátula de Eliseo Guzmán. Motivo procesional.

La revista UNICEF

Y así como las publicaciones de la revista *Fanal* nos han permitido una mirada panorámica abarcando unas tres décadas de diseño, *UNICEF* fue también, aunque en menor medida, una revista en cuyas carátulas vimos periódicamente representados a los mejores exponentes del diseño de los años sesenta. Era una publicación de empaque modesto, generalmente de 16 caras tamaño A4 en papel Bond, incluyendo la carátula; impresa a dos tintas *offset*. No tenemos la colección completa, en nuestro archivo contamos solo con algunos números.

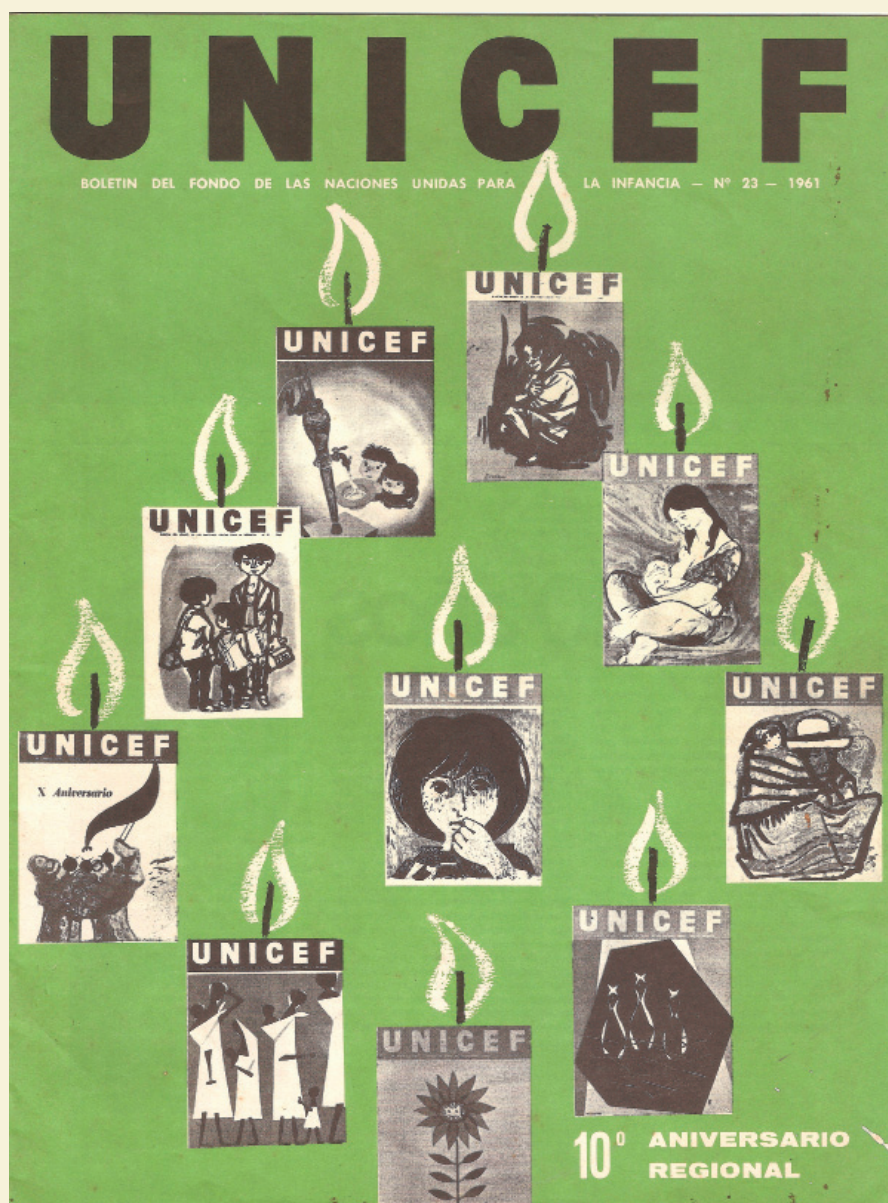


Figura 246: Revista UNICEF. Nº 23 (1961)

- La carátula de *UNICEF* Nº 23 (1961) que reproducimos corresponde a la edición del décimo aniversario de su publicación. Como todos los números tiene sencillo empaque a dos tintas sobre papel Bond, del mismo material que el interior, por lo que deducimos que el armado de la *echadura* se hacía en pliego de tamaño grande.
- Composición de fotografías en alineación triangular ascendente, con trazos agregados de rasgos a pincel seco. Las fotos son a un solo color blanco y negro en tono continuo. El fondo verde es plano y abarca toda la carátula hasta los bordes.
- El fondo verde induce a que los objetos se reconozcan como velas que a la vez conforman un árbol o una torta de Navidad. Observamos que al diagramar, Stockli hizo un panó con varias de las carátulas anteriores. La carátula en zona centro-izquierda con el motivo de tres niños es ilustrada por Bovey; la centro-derecha con una anciana sentada es ilustración de Stockli.

La generación del sesenta

Capítulo III

Recuerdos, entrevistas y
anécdotas

III.1 Los diseñadores del sesenta

El objetivo de esta investigación es presentar la historia del diseño gráfico en Lima en los años sesenta del siglo XX. Indispensable para este propósito—tratándose de hechos recientes— fue convocar a los protagonistas, testigos del proceso que se pretende ofrecer. Con esa intención, en febrero del 2014 inicié la recolección de datos sobre quienes habíamos compartido momentos, antes, durante y después de esa generación. Les entregué un cuestionario de unas tres páginas con varias preguntas, de las cuales cada quien habría de responder lo pertinente. De algunos entrevistados recibí respuestas escritas, a mano o en Word según sus preferencias. Luego de los datos biográficos, los tópicos generales se referían a maestros e influencias; metas iniciales, proyectos juveniles y trayectoria; predilecciones, aficiones y logros; puntos de vista sobre la profesión, relación con el medio y opiniones. En esta etapa el uso del correo electrónico resultó ágil y de gran utilidad.

En un segundo momento proseguí con entrevistas en vivo, orientadas a recoger referencias, anécdotas y un mayor acopio de imágenes de primera mano. Fueron documentadas en grabaciones de audio, proceso que duró varios meses. Desde el inicio una condición fue imprescindible: el deslinde sobre la opinión generalizada que confunde el diseño gráfico con el dibujo de propaganda¹; por lo cual, tanto en las conversaciones en vivo como en los registros escritos en cuestionario y por Internet, el énfasis ha privilegiado la artísticidad y los aspectos formales, técnicos y plásticos. Entendiéndose que son estos aspectos, en su más elevada posibilidad de expresión, los que dan sentido a nuestro quehacer: el diseño gráfico; le son por tanto inherentes, quedando el cumplimiento con el cliente como piedra angular

y sustento material en el inicio del proyecto gráfico. Mientras que invertir las jerarquías y sobredimensionar la necesidad de venta puede desvirtuar la función de atención al cliente y constreñir nuestra posible creación plástica al nivel más bajo y servil de la propaganda.

Nuestra transcripción comprende las preguntas y respuestas solo cuando ayudan a completar una idea conversacional; en esos casos mi participación como entrevistador va en cursivas. En otros momentos hemos consignado solo las respuestas, de lo cual resultan párrafos temáticos íntegros. Se ha procurado respetar, en lo posible, la manera personal de hablar de los entrevistados, de modo que la lectura resulte como si asistiéramos a un diálogo con ellos.

En una tercera etapa programamos una reunión grupal, donde pudiéramos compartir opiniones y recuerdos. Este conversatorio se llevó a cabo a fines de 2015 en la Casa de la Literatura Peruana y se desarrolló a partir de una selección de imágenes en Power Point, comentando aspectos singulares o poco conocidos sobre algunas obras, contextos y significaciones. Desde que la mira estaba puesta en los años sesenta, y ya que el lapso de uno o dos lustros puede ser generacionalmente significativo, los participantes invitados a este conversatorio fueron específicamente nuestros diseñadores mayores, aquellos que conocieron a los artistas suizos de los cincuenta y que incluso estaban ya en actividad por esas fechas.

En todos los casos se ha respetado estrictamente lo manifestado por los artistas, adecuando el tono coloquial de la conversación solo cuando fue estrictamente necesario. Adicionalmente hemos recopilado información sobre algunos diseñadores, incorporando esos datos con mención de la fuente.

1 “Salvo muy escasas y honrosas excepciones, las imágenes de los *media* tienen la función de sostener y reforzar la lucha en torno al poder político (propaganda) o económico (publicidad), si es que tal distinción puede hoy establecerse sin ingenuidad o encubrimiento. La pintura, que en otros tiempos desempeñó esa función, como hemos visto, no está en el mundo ahora para eso precisamente” (Carrere y Saborit, 2000: 177).

Carlos González



Figura 247: Carlos González.

La entrevista a González fue amplia y detallada, las sesiones fueron matizadas con anécdotas. La anécdota cobra importancia aquí por su carácter de testimonio personal; además, pudimos aprovechar algunos instantes para hacer memoria de José Bracamonte, con quien él tuvo amistad y trato profesional por varios años.

González nos relató que los dibujantes de agencia con quienes tuvo ocasión de alternar en los sesenta reconocían cierta diferencia sustancial entre dos tipos de producción.

Una, lo que la generalidad en nuestro medio hacía, y que ya fuera como ilustradores, como artefinalistas o incluso como bocetistas y creativos, se encuadraba dentro del dibujo publicitario.

La otra modalidad de dibujo era algo más estereotipada, no del todo definible y nada desdeñable, y según referencias de publicaciones extranjeras, o al decir de artistas visitantes, convenían en llamarla lo “gráfico”.

Que un conocedor de la publicidad nacional al ver un diseño del joven González pidiera que le confiara de dónde lo copió indica que tal práctica no era extraña entonces.

Cuando González menciona el preciosismo con que algunos artefinalistas e ilustradores solucionaban sus encargos, queda bien claro que no eran dotes personales o habilidades las que faltaban, pero lo que hasta entonces se sabía hacer era el dibujo de propaganda.

De ahí que alguien sin el ejercicio de un proceso de escuela, aunque dotado de creatividad y habilidad, pudiera copiar el lenguaje gráfico, imitar las formas y ser gráfico de apariencia.

Pero cumplir con la más simple aplicación, eso ya es otra cosa; un dibujante hábil puede hacer bellezas que resultan no-funcionales. Esta es la valla que algunos dibujantes talentosos de los sesenta intuyeron desde su mesa en la agencia de publicidad, pero que se torna invisible para quienes desarrollan más recursos técnicos. Y es la situación que algunos poseedores de recursos informáticos repiten ahora.

*

Carlos González: Como es natural, esto empieza un poco antes del colegio, desde chico. Yo entré al colegio italiano y resulta que a los tres días ya estaba en el cuadro de honor.

Siendo un poco más grande tenía una colección donde leía mucho sobre la vida del dibujante renacentista, del orfebre, del pintor, del escultor, todo eso; así que me metí a la capilla del colegio a dibujar ciertos objetos de plata que allí había.

El director del colegio apoyaba todas estas manifestaciones de arte.

Cuando pasé a los Maristas fue lo mismo: gran éxito como estudiante en general, como dibujante en particular. En tercero o cuarto año de media conocí a Boris Vallejo y a Hugo Zanci que era de Don Bosco. Hubo un gran concurso de retrato y lo gané yo, Boris en segundo puesto y Hugo en el tercero.

Con el tiempo estuve con Hugo en McCann Erickson y a Boris también lo hice ingresar a Macán. Luego él se fue a Estados Unidos en el año 63 más o menos.

Bueno, los Hermanos Maristas me incitaban a que fuera psicólogo, otros me decían que fuera arquitecto y por el lado de la familia tenía que ser médico pues había clientela cautiva. La mitad de mi familia era médico o dentista, o sea que salía de dentista o de médico a ganar plata.

Octavio Santa Cruz: Ese era un concepto de antes...

CG: Era la norma, ¿no? Y muy pocos se atrevían a salirse de esa ruta marcada por la familia.

OSC: Era otro ritmo, eran otros tiempos, tener una cartera de clientela, tener una biblioteca con toda la información era importantísimo.

CG: Mi papá nunca me presionó y en la parte del dibujo él me alentaba, pero a partir de tercer año de media todos los sábados tenía que salir del colegio a las once y media de la mañana e ir al Hospital San Juan de Dios en el Callao. Entraba por el lado izquierdo que era San Juan de Dios y me iba de frente adonde estaba mi papá. Él era jefe de odontología, tenía tres o cuatro muchachos asistentes que estaban por terminar y recibirse, y yo tenía que irme haciendo a la idea de lo que era un hospital. Después venía el paseo de fin de semana de los médicos que daban una vueltita por todo el hospital y entraban a la Clínica Dulanto. Todos eran amigos (“Ay, acá está el jovencito este”) y yo era uno más. Entonces mi dilema era: “Si estudio odontología, en el Callao o en La Punta tenemos clientela fija, y si quiero ser médico va a ser lo mismo, puedo ir donde el doctor González, donde Germán o donde Carlos Alberto que es el más joven”.

Cuando salí con que iba a ser torero resultó muy gracioso. Dicho sea de paso, tenía capote, montera, todo. Era algo así como una especie de amenaza que no sabían si era en serio o no. Y bueno, una noche me dije a mí mismo que tenía que pensar un poco las cosas. Finalmente decidí que entraría a una agencia de publicidad y esa agencia fue McCann Erickson. Ahí empezó un nuevo mundo porque ya conocía la Escuela de Bellas Artes, que era un mundo lúgubre.

OSC: ¿Habías visitado la escuela?

CG: Había ganado una beca. Boris Vallejo también y los Hermanos Maristas nos “pasteaban” para que después de las clases del colegio fuéramos a la escuela. Pero cuando entré a Macán encontré un mundo nuevo que para mí no estaba en Bellas Artes, sino en McCann Erickson en donde había gente diferente, se hablaba de todos los temas, se discutía de todo, de pintura, Picasso era una especie de tema forzoso a la hora del lonche, digamos.

OSC: Oye, pero qué interesante, o sea en Macán se tocaban temas de alto nivel.

CG: Te voy a decir que yo he conocido dos agencias en Lima, y afuera en Ecuador, y nunca he visto que en otra agencia se conversara así. Se hablaba mucho de todo, además si bien es cierto que había un interés general, había un motorcito que eran los amigos argentinos, los que en gran parte, movían el tema... que si la pintura, que si el arte, que si el abstracto, que si el cubista; y los peruanos daban su opinión. Bracamonte decía que estamos viviendo una transición. Yo veo que esa transición ya lleva cincuenta años, viejo, y no sé a dónde nos va a llevar, pero en fin... Y de golpe y porrazo había una cantidad de libros y revistas especializadas. Porque, por ejemplo—esto tú lo conoces tan bien como yo—, cada dos meses llegaba el ejemplar de la revista Graphis y tú sabías que ahí venía lo mejor; por decir, un artículo sobre afiches, otro de todas maneras sobre un pintor, un escultor o un gran ilustrador también europeo. Ese era otro mundo, era un mundo de luz y color, de opiniones libres, de opiniones extremistas, de opiniones conservadoras, había gente que no aceptaba lo moderno, había dibujantes que decían: “no, es que este es futurista”, sin saber realmente lo que era el futurismo; o “este va ser cubista”; o se discutía si el diseño gráfico iba a ser la tendencia general del futuro; o de cómo pintores notables como Ben Shahn no tenían ningún problema en hacer ilustraciones para las mejores revistas norteamericanas, y así había muchas cosas, muchas experiencias que de otra forma no hubiésemos conocido. A Matisse, por ejemplo, yo lo conocí en Macán, no en la Escuela de Bellas Artes; o en todo caso yo diría que más fructífero fue conocer a Matisse en Macán que haberlo conocido en la escuela.

Te pongo un ejemplo muy claro, yo ya había conocido a Bracamonte, con quien hice una gran amistad; era muy intuitivo, era certero, él decía “es bueno” o “es malo” y no se equivocaba. Cuando quería ser irónico o sarcástico nadie le podía ganar, lo hacía con una seguridad increíble, pero Lucho López era distinto, tenía un pensamiento digamos más académico, más crítico quizás. Me decía: “Mira Carlitos, cómo es posible que los

profesores de la Escuela de Bellas Artes en este momento (estamos hablando de 1960), todavía se preguntan si la pintura abstracta es válida o no...”

Ya en esa época me parecía inconcebible, y sin embargo era real, cómo era eso posible en un país en el que al arte precolombino—que ya era no-figurativo o era geométrico, que incluso tenía cuestiones parecidas al arte óptico y ese tipo de cosas—no se le tuviera en cuenta. En fin, ese fue mi encuentro y aventura con la publicidad, con el diseño gráfico. Y luego de unos tres años de formación general en Macán vino una etapa de búsqueda personal.

OSC: Que supongo llegó aparejada de cierta satisfacción, porque primero uno solo es conocido dentro del círculo de colegas, pero luego cuando empiezas a ver tus trabajos publicados, firmados y a hacerte un prestigio...

CG: Bueno, uno de los trabajos que hizo noticia fue el de un concurso, tenía la V de la victoria.

OSC: Sí, sí, Yo me acuerdo que fuimos esa noche, con Stockli.

CG: Claro, habían participado todos.

OSC: Y fueron a ver el resultado.

CG: Pero fue con una transgresión que yo hice a las bases. Porque las bases decían que el símbolo de Philips tenía que aparecer a 1,5 cm. Y todos los suizos—Stockli, Barandún; Bracamonte, Liendo, en fin—dijeron que eso ya era un exceso de purismo, que cómo era posible que para un afiche moderno apareciera una norma tan estricta, tan rígida.

Yo por mi parte me di cuenta de que necesitaba un objeto: si miraba mi afiche lo veía bien hasta ahí, pero abajo le faltaba algo que se sostenga. Además yo había sido de la banda del colegio, tocaba tambor y sabía que todas las cornetas tenían su banderita; entonces decidí hacer lo contrario. No me voy a quejar del tamaño chico—porque me parecía una queja absurda—, voy a poner el logo en grande, voy a transgredir, pero dándole sentido.

OSC: Eso fue arriesgado porque podían no haber entendido.

CG: Sí, pues, pero este afiche además tiene una historia que muy pocos saben, y es que yo ya no estaba en Macán y Roberto Protzel había sido miembro del jurado. Había participado Luchín Cárdenas, había participado todo Macán, hubo 94 participantes, yo fui el número 94. Y un domingo del año 60 me llamaron a la casa; era un hombre que me dijo: “¿Sí, el Sr. Carlos González? Vea, el Sr. Roberto Protzel quiere que vaya usted el día de mañana lunes a las nueve de la mañana a la agencia”.

Y contesté: “¡Ah bueno, dígame que allí estaré!”. Pero me dije: “Qué raro que me llamen de Macán después de haber salido de ahí”.

Bueno pues, fui, y estaba Roberto Protzel con Kiko Ledgard y con Enrique Tejerina, que después llegó a ser una de las grandes personalidades mundiales de Macán, y me dijo... (él nunca me dijo Carlos ni González, me decía “caballerito”):

—¡Hola caballerito, cómo estás! Oye, tu afiche de la V de la Victoria es extraordinario.

Me quedé sorprendido. Él había sido miembro del jurado.

—Pero—agregó— necesito un dato.

—¿Cuál, don Roberto?

—Ponte la mano en el corazón y dime: ¿lo has copiado?

—¡Cómo!—no dejé que terminara—. ¡No!—le contesté—, no. ¡Cómo se le ocurre!

—Ya, ya, ya—dijo—. Es que tú sabes cómo es acá.

Yo no le contesté ni sí ni no. Yo sí sabía cómo era ahí.

Entonces me dijo:

—Vi el afiche y pensé: este afiche tiene la elocuencia de los afiches de Badía Vilató.

Después de escuchar eso, ya lo que había dicho antes no significaba absolutamente nada, y todo lo que se habló en esa reunión era para mí una compensación tremenda ¿no? Porque poner en duda mi trabajo era una cosa y que luego dijera que tenía la elocuencia de Badía Vilató... ¡Vilató había sido el maestro de todos, de Bracamonte, de Luchín, de todos...!

OSC: ¿Cómo cuánto tiempo estuvo Badía aquí?

CG: Yo no lo conocí, no lo conocí nunca.

OSC: Yo no conozco el mundo de la agencia y oír lo que me dices, que la gente hablaba no solamente de lo que había que hacer sino de arte en general...

CG: Fíjate, ya te he contado la experiencia con mi papá en el hospital; a partir de eso, la idea mía es la siguiente: todo diseñador gráfico tiene que entrar a una agencia de publicidad, porque es como el hospital, ahí se aprende, ves todo, desde el dedito meñique que se ha dañado o un desmayo, ahí ves todo.

OSC: Claro, cuando el médico está de guardia, en la madrugada, ve llegar de todo.

CG: En la agencia es igual, en la agencia tú ves todo lo que puede ocurrir dentro del terreno de la comunicación visual o dentro de la cuestión publicitaria, aprendes

a conocer cómo piensa un cliente o cómo a veces no piensa. Por ejemplo, la experiencia esa del campo vacío que me contaba Toribio Alayza, cuando el cliente agarra la regla y comienza a medir las áreas y a multiplicar, y le dice: “Bueno, acá tengo el 60% de lo que estoy pagando en el diario por este aviso... ¡Es espacio en blanco! Y mi mensaje está reducido solo al 30%”.

OSC: *Esa era una visión pragmática, el asunto formal, el señor no veía el lado estético.*

CG: También te enseña mucho a establecer tus propias categorías. Por ejemplo, no es lo mismo tener una campaña completa que haber diseñado una parte de esa campaña. La primera semana mía en Macán fue: “Tú, Carlos González, vas a estudiar todos los catálogos de tipografía que tenemos acá en la agencia, de las imprentas con las cuales trabajamos” (ver catálogos de tipografía en Anexo 12). En esa época había dos tipos de letra que tenían que aparecer en un aviso: la Bodoni y la Espartan, que era una letra sin adornos.

OSC: *O sea los dos caracteres.*

CG: Claro, el Serif y el San Serif. Que hubiera otra cosa era muy difícil. Había desde luego, pero como que conocías todo lo que era tipografía, cálculo de texto para un aviso, para una revista, para un libro, eso era totalmente básico; te podías imaginar, en minutos, cuántas páginas iba a tener tu revista.

OSC: *Y se lo tenía al dedillo, se visualizaba, el cálculo del texto lo tenía uno en la cabeza.*

CG: En la cabeza, claro, y jugabas con las dimensiones, con el número de páginas o tenías que ceñirte a una determinada cantidad de espacio.

OSC: *Además, ese era un conocimiento privativo, especializado. Ahora es el pan de cada día para cualquier persona.*

CG: Y lo mismo ocurría por la misma época en Argentina. Tampoco en Buenos Aires existía una escuela y esto lo he comprobado porque hace cuatro o cinco años nada más estuve ahí unos veinte días, en uno de estos eventos de diseño gráfico. Ellos tenían también una formación autodidacta, en las escuelas de publicidad aprendían mucho, pero no era una educación académica sino de orden práctico. Sin embargo estaba el otro aspecto, lo que veías, lo que escuchabas. Había que estar con la oreja bien parada, cada hora podía haber una opinión que era toda una lección, yo me acostumbré a eso. Lecciones que me hayan dado a mí—como una norma, que la puedes encontrar en un libro o no— las puedo contar con una mano. Pero esas cosas que tú escuchas de vez en cuando son el resultado de la experiencia de una persona que tiene diez o quince años trabajando en el asunto.

OSC: *Y posiblemente con el valor agregado de que esa información o esa indicación llegaba en el momento exacto, porque era dada por la práctica; estaban haciendo un trabajo y la indicación explicaba eso, entonces no es como cuando uno está en un colegio, en una escuela y te dan un conocimiento teórico y tú dices: “sí, debe ser interesante”, pero no estás viendo dónde encaja. Cuando ocurre en el momento adecuado y cuando ves que soluciona algo, te queda grabado para siempre.*

CG: Sí, pues, ya no tienen que repetírtelo dos veces. En la agencia estaban el director de arte y el codirector de arte, que manejaba solamente los artes finales. Él se entendía con el artefinalista, que no era un creativo; pero también se entendía con el creativo que, por ejemplo, si había hecho una ilustración y había sido aprobada por el director de arte también pasaba por el ojo severo del codirector de arte, que como yo te he conversado era “Mano de Ángel”, Tony Arriaga, al que cariñosamente le decían “Arañita”. “Mano de Ángel” hacía cualquier cosa, conocía todas las técnicas de arte final, ¡todas! Te hacía un retrato en Scratchboard, una técnica que pocos sabían; en Lima solamente he conocido a dos que la dominaban: Antonio Arriaga y Manuel Pachas. Generalmente es en blanco y negro, y la cartulina para trabajar—el Scratchboard—es especial.

OSC: *¿Existirá acá ahora en Lima, se distribuirá?*

CG: Yo creo que no, no he visto...

OSC: *Me acuerdo de haber comprado unos pliegos donde ¿el señor Ross? Era en una escalera en Camaná, por el Banco Continental. ¿Qué casa era esa?*

CG: Ese era el señor Caba que traía de todo, traía cartulinas, la de Scratchboard era negra, rayabas directamente y salía bien blanco, o era blanca. Y trabajabas con unos aparatos que parecían de relojería.

OSC: *Era un estuche con cuchillitas.*

CG: ¡Precioso! Bueno, esa técnica se sigue usando en Estados Unidos para muchas cosas, está vigente.

OSC: *Stockli a veces tenía que hacer avisos de cosas detalladas, cubiertos, cristalería o algunas joyitas, y como quedaban retacitos yo practicaba. Me acabo de acordar, ¡pero qué trabajo!*

CG: Claro, Werner ha hecho eso. Era todo un estudio. Él era muy buen técnico.

OSC: *Un logo que no sé quién lo hizo es el de Economía y Finanzas, una firma que hacía publicaciones de tipo legal: una E y una F. El otro día me dije: “Voy a preguntarle al que era el gerente o dueño de eso, y abro Internet y decía Teodoro Nichtavics... falleció. He conocido por años a ese señor y quería confirmar si ese logo se lo hizo Stockli. En otras cosas sí se notaban las diferencias, aun entre los suizos.*

Yo en esos días iba por la calle y veía una vitrina o un aviso, y podía reconocer si era de Barandún o de otro, porque se notaban ciertos matices...

CG: Claro, pues, estaban Bovey y Bosshard que eran más libres, más frescos pero, según Stockli, Barandún era litógrafo.

OSC: ¿Tú le oíste decir eso?

CG: Sí, posiblemente por eso era tan amigo de Lauherfer, además estaban en el mismo edificio.

OSC: Ah, Lauherfer, el dueño de la imprenta Artes Gráficas. Quizás ¿no?

CG: Hay una cosa que es para mí anecdótica, porque tú sabes que en esa época uno tenía que contratar un artefinalista, ¿no es cierto? Bueno, un día Bracamonte se preguntaba: “¿Y cómo hago si se presenta un artefinalista con sus muestras? Las muestras pueden haber sido hechas por otro”. Entonces Barandún le dijo: “Es muy sencillo; mira, cuando viene alguien o cuando solicito a alguien, en cuanto llega lo siento en el tablero, le pongo una cartulina de a metro, le doy un tiralínea y le digo: ‘Hazme una línea de aquí hasta acá’. Después de eso agarro una lupa y reviso esa línea y le digo: ‘estás aprobado o no estás aprobado’”.

OSC: ¿Y a Bovey y a Bosshard los conociste cuando estaban acá recién llegados o ya tenían tiempo?

CG: No, estaban recién llegados. Claro, porque cuando yo salí de Macán... ellos han llegado el sesenta más o menos y fíjate, todos estábamos a una cuadra de distancia porque Bracamonte tenía su oficina en el Peikard, ¿no es cierto? Y Bovey y Bosshard estaban en el mismo edificio, tres pisos más abajo. Ese era el edificio Peikard frente al Peruano-Suizo, frente a la iglesia San Agustín, era muy importante, de gente muy reconocida. Estaba Bracamonte, estaba Luis Bedoya Reyes y don Mario Polar, que tenían su estudio en el piso séptimo o algo así. Había un publicista, Raúl Salazar, que tiraba solamente para los suizos, él nunca le pidió un trabajo a un gráfico peruano. Barandún estaba a una cuadra y cuando yo llegué al edificio... no sé quién llegó primero, yo creo que fue Bosshard y creo que al poco tiempo llegó Bovey. Pero trabajaron juntos.

OSC: ¿Trabajaban juntos en su oficina o también trabajaban para agencias?

CG: Yo creo que ellos vinieron contratados por Nizzola o con algún apoyo previo. Al menos yo nunca pregunté eso, pero ellos manejaban Nizzola y hacían sus campañitas para esa empresa, que eran buenas, muy europeas, ¿no?

OSC: Nizzola, que estaba por Cueva...

CG: Claro, ellos trabajan con Nizzola. Y Stockli era el gran diseñador gráfico de Oechsle.

OSC: Sí, pues, él vino para Oeschle.

CG: Y en cierto modo, Luchín Cárdenas y él eran competencia porque había una tienda en Miraflores: la famosa Yolanda que quedaba en Larco, una tienda chica, de solamente ropa para mujeres, pero que hacía muy lindos avisos, de un formato que había creado Luchín, con su logo, que él también había hecho. A mí me mandaban a hacer los artes finales, por ejemplo, de Yolanda ¿no? Entonces había una competencia a ver quién diseñaba de manera más moderna si tú quieres, o la mayor síntesis posible en dibujos de moda. Que además solamente había dos o tres, porque Manuel Jiménez tenía otro tipo de ilustración, una ilustración, a ver, más parecida a... Ben Shahn. A Manuel le gustaba ese tipo de dibujo con mucho carácter en la línea; había ilustradores... bueno, Ben Shahn era pintor, también era ilustrador, pero había muchos ilustradores más ligeros pero buenísimos, uno de ellos era David Stone Martin.

OSC: Claro, sí, sí, muy fresco.

CG: Muy fresco y la línea era como quebrada, un movimiento adelante y atrás o hacia arriba y hacia abajo.

OSC: Sí, recuerdo haberlo mirado en algunas revistas.

CG: Entonces claro, esa era la escuela norteamericana que nosotros seguíamos y que admirábamos como excelente. Estaba también la otra, que era la norteamericana convencional. Pero lo mismo ocurría en Europa, también había cosas modernas y cosas convencionales insoportables, ¿no? Por ejemplo, tú te acordarás de entre los grandes nombres: Leo Lionni era muy bueno; Piatti era suizo, pero suizo italiano que trabajaba esos afiches tipo vitró, con trazos como si fueran pinturas de este francés...

OSC: ¿Rouault?

CG: Sí. Y también estaba Hans Erni, que era una cosa extraordinaria, que me gustaba mucho más en blanco y negro.

OSC: A mí en color.

CG: Yo lo recuerdo siempre porque fantaseaba mucho con la línea, una línea libre.

OSC: Me impresionaba Erni porque tenía la artísticidad de la que hablábamos, el alto nivel que a veces logra el diseño gráfico².

CG: Es que él era pintor, porque ese es cierto aspecto muy interesante que me fascinó y de lo cual después he conversado mucho con Juan Manuel Ugarte Eléspuru.

2 Se refiere a una situación que también se da en la pintura, cuando un cuadro deja de ser una tela pintada.

Hans Erni era pintor, era afichista, de ese tipo de artistas de esa época, que les interesaba todo. Era el modelo de artista renacentista, ¿no?

OSC: *Sí, era algo especial, mucho me impresionó su conocimiento de la figura, que en algo... sin ser copias, me hacía pensar en Dalí, un conocimiento del cuerpo en sí muy...*

CG: Claro, pero diferente, ¿no? Pero digamos el nivel, ese nivel de exigencia, de conocimiento del oficio me parecía muy bueno.

OSC: *¿Y cuando conversaste con Ugarte Eléspuru, le preguntaste si tuvo incursiones en lo gráfico?*

CG: A él le encantaba, le gustaba mucho el afiche.

OSC: *¿Hizo afiches?*

CG: Que yo sepa no, pero cuando trabajábamos él se sentaba a mi lado y me decía: “¡Qué bien dibujas las letras! Yo quisiera dibujar, pero es que no...” “Pero si tú has estado en Europa”, le decía yo. En donde todo eso se aprendía porque un poco coincide con el cubismo, con la Bauhaus, el trabajo de tipografía de los... entonces todos esos eran arquitectos, eran afichistas, dibujaban letras, hacían marcas.

Claro, podía ser que no todo te gustara, pero había esa inquietud, ¿no? Y algunos eran también pintores y ahí tienes tú por ejemplo a Toulouse-Lautrec, que empieza con el afiche y lo pone como obra de arte. Y todo ese grupo que lo sigue, y luego viene Picasso con sus afiches y todas esas cuestiones que hacía tan libremente, ¿no?

Todo eso conversábamos con él, iba mucho a la oficina, nos hicimos muy amigos. Trabajé dos libros con él, pero interminable, nunca se terminaba de trabajar, eran más las conversaciones y eso. Es impresionante.

Mira, cuando ingresé a Macán en el año 57, a los dos o tres meses de estar ahí me pusieron varios mote: “Bracamontito”, por ejemplo. Y yo dije: “¿Por qué Bracamontito?”. “Porque hay un gráfico que es amigo nuestro y que ahora vive en Brasil y tú tienes el estilo de él”. Y yo descubro así la idea de que hay una tendencia, un tipo de diseñador gráfico que no es como el común y corriente que hay acá... “La gran mayoría somos ilustradores, somos artefinalistas, somos esto y lo otro. El gráfico hace lo que haces tú. Tú tienes esa tendencia”.

Luego vino un diseñador publicitario muy bueno que se llamaba Héctor Cruz, estuvo solamente una semana en Macán y no le gustó el sistema limeño. Venía desde Buenos Aires y cuando salimos a tomar un café me dijo: “Tú vas a ser diseñador gráfico”. “Otra vez... entonces es eso”, dije.

Hasta que llegó Bracamonte, que había estado en Brasil con López Paulet, había trabajado en Chile con Nemesio Antúnez y había estudiado grabado. Llegó a Lima y fue lógicamente a Macán y le dijeron: “Bueno, ven, reincorpórate, pero ya tienes tu rival”. Nos hicimos muy amigos y al poco tiempo decidió abrir su oficina, la que tú has conocido.

OSC: *La conocí. Y lo primero que noté es que en la práctica había dos tipos de artista: el diseñador gráfico que tiene oficina y el que trabaja y produce en agencia, que yo lo veía no como diseño gráfico sino como arte publicitario.*

CG: Por eso es que en ese momento los diseñadores gráficos en Lima no pasábamos de diez y posiblemente había unos 150 dibujantes publicitarios en las diferentes especialidades (bocetista, arte finalista...)

OSC: *Eso lo noté, sabes, en el año sesenta, cuando empecé a conocer a algunas personas que me invitaron a una reunión sobre una asociación de artistas. Yo estaba como te cuento recién llegado, y me dijeron: “Está fulano, mengano” y mencionaron algunos nombres. Todo parecía indicar que esa asociación iba a ser grande porque aparecían nombres.*

CG: Claro, esa asociación se fundó varias veces. Nunca funcionó y nunca va a funcionar. Cuando yo entré a Macán me contaron como anécdota que varias veces se había intentado formar una asociación de dibujantes publicitarios y que “la última vez fue el año 55 que terminamos en un chifa y nunca más”. Después yo he asistido a varios intentos, incluso a mí me han nombrado presidente dos o tres veces. He hecho la citación en dos oportunidades distintas, nunca asistió nadie.

Una de las tantas veces que se fundó la asociación de diseño gráfico, creo que fue el 66, Bracamonte le pidió a Arguedas una salita en la Casa de la Cultura para reunirnos y Arguedas nos dio una salota, no pasó nada. Otra vez fue cuando yo volví de Ecuador en el 83 y me dijeron: “Bueno, tú eres el presidente; quedamos para tal fecha, en mi casa, a las ocho de la noche para empezar a trabajar”.

Nadie fue. Lo mismo en el 87, todos se olvidaron y a nadie le importaba. No se pudo. Pero hubiera sido una gran cosa. Porque mira, Ecuador ya va por la quinta o sexta bienal y el Perú no tiene ninguna, y seguro que no tendrá ninguna en mucho tiempo.

OSC: *Bueno, ahora el mundo ha cambiado, todo está globalizado con la Internet, los contactos están hechos. Así es que hay una razón menos para interesarse en la asociación.*

CG: Claro pues, pero por ejemplo una bienal es muy importante. Yo no sé si la tendencia de las bienales sea desaparecer o no, yo diría que no.

OSC: Ahora, el pensamiento de los años sesenta por ejemplo, de esos artistas gráficos con grandes aspiraciones, ese pensamiento ha variado, ha cambiado de perspectiva, ¿no? El diseño gráfico se ha vuelto una tecnología, un manejo de programas de computación.

Se piensa en general, se piensa en la divulgación, se escucha el nombre de diseño gráfico, mucha gente lo conoce, antes no lo conocía más que un grupito y ya ha cambiado, o sea hay cosas que se han hecho más accesibles,

CG: Como lo que te conté del americano en McCann Erickson de Quito, yo le mostré sin decir nada mi *file* y me dijo:

— ¿Usted está loco?

—No —le respondí.

—Usted es gráfico —así con extrañeza—. ¿Qué hace un diseñador gráfico en una agencia de publicidad? Usted sabe muy bien que cuando nosotros necesitamos un diseñador gráfico lo contratamos, pero no los tenemos de planta.

—Sí, yo lo sé, solo me presenté para que me conozca.

En líneas generales, desde los sesenta, o setenta u ochenta... O pongamos ya, noventa, tú ves que como siempre, de la misma manera como ocurre en el arte, coexisten todas las tendencias, ¿no? Y ahora es exactamente lo mismo, es igual, no hay cambios, lo que hay son nuevas ideas.

OSC: Y el hecho de que el oficio sea más accesible. Porque me acuerdo que en el sesenta era muy notorio cuando en alguna empresa invertían en un artista, y a la vez en cambio se veía en el periódico anuncios de bajísimo nivel.

Ahora ya no pasa así porque la producción se ha estandarizado, uno hace un diseño en una computadora y ahí están todas las fuentes habidas y por haber; o sea hoy no hay nada como que esta letra está mal dibujada, como antes, que había gente que hacía avisos con letra dibujada.

CG: Claro, eso era frecuente, pero ahora lo que puede ocurrir más bien es que un diseñador gráfico joven no tenga un buen criterio para elegir la tipografía, porque no sabe en qué concepto basarse para decidir si usar este tipo de letra y este otro no.

OSC: ¿Pero el concepto de creación de una letra está en todos los diseñadores o solamente en aquellos que tienen una formación de alto nivel universitario? ¿O ni siquiera en ellos? Aquel que trabaja produciendo diseño gráfico maneja las fuentes, pero si le dijieran: “dibuja esta letra”, ¿conoce la estructura o es que eso ya no es necesario para el que hace artes?

CG: No, no conocen³. Además ya en esa época éramos muy pocos los que conocíamos. Por ejemplo, cuando se hizo el afiche para el Segundo Salón de Arte Gráfico del Perú, Bracamonte y Carlos Liendo comentaban por qué ese trazo, si venía de acá o de arriba... Y Barandún, que había diseñado la “A”, dijo: “No, eso viene de otro lado”. “¡Ah, caramba!”. Y solo Liendo lo sabía.

OSC: Sí pues, Claude también me ha comentado que con Liendo podía conversar horas sobre tipografía, el único.

CG: Pero bueno, ahora, a lo que tú te refieres es también otra cosa: tú y yo nos podemos sentar en un tablero de dibujo y armar un afiche o una carátula o un anuncio, y dibujamos un tipo de letra de memoria, con sus características, ¿no? Y luego le decimos a un artefinalista: “Fíjate, este tipo que he dibujado se llama tal y tal. Búscate las fuentes correspondientes de la familia y lo vas a encontrar, y quizá en algunos detalles vas a encontrar que son un poquito diferentes, entonces usa esta y no la otra”, ¿no?

O, por ejemplo, más complicado es que tú le digas: “Algo parecido a la Helvética”. Si tú le dices eso tiene montones de posibilidades de equivocarse, porque si no conoce la Univers o la Folio, lo más probable es que te ponga una cosa que ya no sea. Hay una serie de cosas, pues. Lo bonito es la combinación de las dos escuelas, de la escuela antigua y de la escuela de ahora.

OSC: Ahí está la cosa, ¿no? O sea tener las bases, los fundamentos y tener la herramienta que permita resolver con efectividad y rapidez. Claro que hay recursos que a nosotros nos hubiese costado Dios y su ayuda conseguir, y ahora se hace simplemente en un abrir y cerrar de ojos.

CG: Ni siquiera segundos, fracción de segundos, en lo que demora apretar un botón. Hay cada cosa que... por ejemplo, suponte que hubiéramos dicho en el año

3 Este comentario concuerda con lo expuesto por Müller-Brockmann: “En la actualidad, el diseñador tiene a su disposición un sinnúmero de tipos para impresión. Desde la invención de los tipos móviles por Gutenberg (ca. 1436-1455), se han diseñado y fundido en plomo cientos de tipos de letra (...) Conocer bien las cualidades de un tipo es de la mayor importancia para controlar los efectos funcionales, estéticos y psicológicos que provocará el material impreso. También el diseño tipográfico, esto es, la armonización del espaciado entre letras, palabras y líneas, así como la elección de una longitud de línea y un interlineado que favorezcan la legibilidad, tiene gran importancia a la hora de producir un buen efecto. Estudiando los tipos clásicos—Garamond, Caslon, Bodoni, Walbaum y otros—el diseñador descubrirá los criterios intemporales que son inherentes a todo tipo refinado y artístico que resulta placentero leer. También el diseño de los tipos de plomo Berthold, Helvética, Folio y Univers muestran composiciones correctas, agradables y fácilmente legibles (...) Los creadores de los citados tipos de letra eran artistas extraordinariamente inteligentes y dotados de un gran poder creativo (...) Un alfabeto como el de Garamond, por ejemplo, es un logro artístico de primer orden. Cada letra posee una forma propia e inconfundible, tanto en caja alta como en caja baja, y todas exhiben la más alta calidad formal y originalidad. Una intensa energía impregna cada carácter y todos tienen una personalidad propia. Todo diseñador que trabaje en el campo de la tipografía debiera tomarse la molestia de esbozar a mano las palabras y las frases cuando trabaja en un proyecto gráfico” (Müller-Brockmann, 1982: 19).

setenta: “Oye quiero hacer este anillo a color, como un arcoíris, ¿no?, pero de tales proporciones”. ¿Cómo tenías que haberlo hecho? ¿Con témpera? Era bien bravo. ¿Con pastel? Era bien difícil. ¿Con aerógrafo? Era mucho más difícil. ¿Con óleo? No era lo usual. ¿Con crayolas, con lápices de colores? Quizá. ¿De qué tamaño tenía que hacerse? ¿Cuántas veces hubieras tenido que hacerlo?

OSC: Claro, intentar, probar hasta conseguirlo.

CG: Y cuando ya creías que estaba listo y terminado, te encontrabas con que te equivocaste en cinco centímetros del trazo y que si borrabas iba quedar mal. Ahora es

diferente porque puedes decir: “La carátula va a ser un anillo, va a traer los siete colores del arcoíris, vamos a trabajarlo acá”. En un momento lo consigues y posiblemente tengas cuatro o cinco opciones, y al final dices: “Bueno, me quedo con esta”. Y si alguien te dice: “Oye, pero debería ser más grueso”. En el año setenta te decían: “Lo has hecho lindo, pero muy delgado”. Había que hacerlo de nuevo. ¿Qué pasa ahora? Lo hacemos más grueso. Tú ni siquiera lo engruesas, mirando a otro lado le dices al artefinalista: “Hey, engruesa ese arcoíris”, o si no puedes decir: “Házmelo más finito”, o también: “Sabes qué me has dado una idea: dúplicalo, triplícalo...” Eso es lo maravilloso.



Figura 248: Afiche para “Todas las sangres”. En este caso real se usaron técnicas mixtas, comenzando por el pastel.

¿Qué significa la computadora? Hace unos diez años me hicieron la pregunta y yo dije: “Mira, hay una respuesta que yo te puedo dar inmediatamente. Significa que puedes hacer muchas cosas que antes no se hacían. Lo que hubiese sido un pecado en los años sesenta ahora sería un pecado no hacerlo”.

“¿A ver cómo es eso?”. Le dije: “Mira el afiche *Rodil* o *Un caso clínico*, que es un afiche tipográfico. En los años sesenta ponerle sombra a la letra hubiera sido un pecado mortal. No ponérselo ahora sería un pecado mortal”.

OSC: En ese sentido, el lenguaje lo permite, los recursos han cambiado, pero eso es moda también, ¿ah? Herramientas de computadora.

CG: Es importante mencionar la retroalimentación. Si bien la creación influencia en la técnica, la computadora a su vez te sugiere otros recursos. Pero siempre ha sido eso, ¿no? Lo fabuloso es ahora la rapidez.

OSC: Por otro lado hay que escoger qué es lo que uno hace, porque el mismo recurso lo puede usar otra persona y si no hay algo distintivo...

CG: Macán publicaba el aviso mensual que la revista brasileña *O’Cruceiro* mandaba a Lima en un sobre con el boceto y con toda la fotomecánica hecha; era una cosa de primor, porque veíamos la fotomecánica hecha en Brasil, hacia 1958, 1959, y cuando tú comparabas con la fotomecánica hecha en Lima... la de acá era artesanal, porque si mandábamos a hacer un Kodak de esto, venía una foto cortada a tijera, con las justas para que pudieras cortar y pegar.



Figura 249: Afiche *Un caso clínico*.

OSC: Claro.

CG: La que venía de Brasil traía todos los elementos que conformaban el aviso de *O'Crucero*, ya venían impresos en fotografía montada, en una imagen perfecta y brillantada. Ese era mi cliente. Mi cliente fijo de Macán eran los avisos de Yolanda, sus artes finales, y los avisitos de *O'Crucero*, que eran chicos nomás, aparte de las otras cosas que nos iban dando.

OSC: *Entonces era toda una artesanía. Esto también es anecdótico.*

CG: Anécdotas hay muchas, posiblemente el primer gran mural Kodalit fue el que hizo Stockli.

OSC: *Claro, recuerdo, con Pepe Casals. Los dos estaban entusiasmados con el proceso Kodalit, pero no solo con hacer la copia de alto contraste como se puso luego de moda, sino con controlar el proceso gradualmente.*

CG: Pepe me enseñó, los dibujos, las etapas.

OSC: *¿Eran dibujos, pruebas fotográficas?*

CG: No, sobre el Kodalit. Stockli y Pepe se reunían, ya me acordé bien. Fui a Antequera, al estudio de Pepe. Y me dijo: "Todas las noches nos encontramos acá, a las siete, y Stockli retoca en las diferentes partes de este mural que va a tener once metros y va estar en el salón de socios de Monterrico".

Pepe me contó que a la hora de pegar el mural tuvieron un problema y pensaron que se debía al papel. Lo que ocurría era que la pared no era totalmente lisa, era una parte que tenía algo irregular, era un poquito más chata, más plana.

OSC: *Además, tampoco había mucho sobre la técnica del pegado. Me acuerdo, no sé si en esa ocasión o en otra, que pasaron Pepe con Stockli buscando pegamento. Finalmente trabajaron con dextrina, porque no había pegamentos sintéticos todavía, no había cola sintética.*

CG: No había, era difícilísimo, yo pasé la mar y morena con Michel Grau, el hijo de Ricardo. Habíamos hecho un mural de tres metros de altura y para pegarlo fue una jarana tremenda porque era difícilísimo, y recién ahí se descubría que las paredes no eran totalmente planas, tenían partes más chatas y partes donde no se podía pegar, porque el papel se templaba o se hundía.

Otra cosa. Con el libro *Lima incógnita* nos habíamos pasado más de año y medio reuniendo fotos de Pepe Casals, recortando fotos de... lo que se podía hacer en esa época —los años noventa— con lo que se pudiera: fotos malas, fotos buenas y el libro lo había pedido el Banco Central de Reserva. Cuando entró a la etapa de impresión, la Editorial Ausonia envió la prueba de Ozalid. Juan Manuel Ugarte lo vio azulito, se entusiasmó.

—¡Asu madre! ¡Qué cosa más hermosa! ¡Así quiero! —dijo.

—No puede ser, señor. Esa es solo una prueba.

—¡Ah no! ¡Yo lo quiero así!

Me llamó el gerente de publicaciones del Banco Central de Reserva, que no sabía nada de imprenta porque era un deportista, tenía que ver con el box:

—Señor González, sabe qué pasa, que el doctor Ugarte ha visto el Ozalid y se ha fascinado. Quiere que el libro vaya así y ha dicho que de ninguna manera se ponga en color, sino que el libro sale así. Así que llámelo usted, por favor.

—Bueno —le dije—, yo le voy a explicar, lo voy a convencer.

Entonces llamé rápidamente a la casa de Juan Manuel.

—¡Ah, eres tú! Ya sé para qué me llamas.

—El libro... —le dije.

—¡El libro sale así!

—Pero escucha, eso es un paso, es solo una parte del proceso, cómo crees...

—¡No, señor! Y no tengo nada más que hablar. Así es que usted, señor, se calla.

Desesperado, llamé a Ausonia y le dije a Alejandro Urbano:

—¿Ahora qué cosa hacemos?

—No sé. Acá no hay nada que hacer. Es la historia que se repite.

Y me contó cómo por el año 52 se había hecho, al parecer por primera vez, una memoria en Macán. Había venido un fotógrafo americano, lo había traído la International Petroleum o una minera, había hecho las mejores fotos a color, lo mejor de la época, hasta que el asunto llegó a la imprenta de Santiago Valverde. Entonces se presentó la prueba Ozalid y dicen que después de haber visto bocetos, al pastel, con témpera, el gerente vio la foto terminada, en un Ozalid perfecto, un color azul precioso y dijo:

—¡Qué maravilla!

—¡No, esto solo es un Ozalid!

—¡Pero qué cosa tan maravillosa! ¿Cómo han hecho esto? Debe salir así.

—No, que ya tenemos los fotolitos hechos.

—¡Que se pierdan! Yo lo quiero así, ¡qué hermoso!

El caso es que la memoria salió así. Y luego me tocó a mí, con una diferencia como de treinta años. Ahora eso sería muy difícil que ocurra, porque te dan un *plotter*.

Hoy en medio de la eclosión de producción informática, la preferencia de González es seguir con el diseño manual. Reconociendo las enormes posibilidades del diseño digital, recurre cuando es preciso a un técnico experto, como antes se sirvió de un artefinalista *paste-up*.

Aunque identifica algunas cosas como moda (“lo que hubiese sido un pecado hacerlo en los años sesenta sería ahora un pecado no hacerlo”), reconoce también las bondades de la computadora “significa que puedes hacer muchas cosas que antes no se hacían. Lo fabuloso es ahora la rapidez”.

Si hemos entendido bien los conceptos vertidos por González, lo que un buen dibujante publicitario hace, por procedimiento, es traducir exitosamente en formas lo que el cliente dice, piensa o quiere, por lo cual su respuesta pudiendo llegar a ser buena o excelente será necesariamente una reelaboración dentro del plano de la expresión.

En tanto que si el artista gráfico privilegia el concepto sobre la forma, posiblemente estará trabajando al nivel profundo, en pos del sentido, en pos de armar una idea.

Estas discriminaciones eran interesantes de relievár para los sesenta y lo siguen siendo. Entonces porque no se sabía lo que era un diseñador gráfico. Ahora porque se ha olvidado.

Claude Dieterich



Figura 250: Claude Dieterich.

Con Dieterich las entrevistas tuvieron la calidez del reencuentro. Desde su llegada en los sesenta nos hemos frecuentado por temporadas. Ahora estaba volviendo de Estados Unidos para afincarse nuevamente en Lima. Comenzamos por conversar de todo solo por el placer de actualizarnos.

Algo que recordó vívidamente fue que en los años sesenta, al menos al interior de una pequeña comunidad entre suizos y peruanos se compartía una propuesta común. Se hacía diseño.

Eso es algo que ha cambiado y en algunos aspectos, no para bien. El diseño en el Perú ha bajado de nivel. Ahora hay más trabajadores de computadora y menos diseñadores.

De modo que le dejé el cuestionario, que respondió con tal detalle que lo he transcrito tal cual y se puede leer casi de corrido, como una historia.

Otra razón para no incluir aquí las preguntas del cuestionario es que cada uno de los comentarios que este maestro comparte con nosotros porta tal carga de conocimiento, honestidad y experiencia, que leerlos independientemente y hasta uno por vez, como *tips*, ha de ser enriquecedor y orientador para el desenvolvimiento de los más jóvenes en estas lides.

Pero, sobre todo, esta entrevista nos conduce a reflexionar en qué medida para una persona que trabaja con tanta seriedad en su deporte, en su forma de vivir, se hace posible enfrentarse al arte de manera tan fina y a tal profundidad.

Claude Dieterich: Siempre he dibujado, es algo que ha sido parte de mi vida desde joven.

No pensaba en diseño ni en metas futuras.

Me divertía dibujando cualquier cosa y no esperaba nada especial de esto.

En el *lycée* (colegio) tenía siempre los primeros premios de dibujo.

Justo al terminar la guerra entré en la Escuela de Bellas Artes de mi ciudad (Avignon). No tenía ningún mensaje que transmitir, tenía solo 14 años, solo estaba feliz de que la guerra hubiera terminado y de que no iba estar debajo de los bombardeos.

La Escuela de Bellas Artes, muy clásica, me enseñó lo básico del dibujo, pero mis preferencias se definieron.

Dibujaba sobre todo con pluma y tinta china. Nunca he sido bueno en tres dimensiones, la escultura no era de mi interés y no era tampoco un colorista. Prefería el blanco y negro.

Cuando terminé mis estudios secundarios (seis años de latín obligatorio), después de mi bachillerato tuve que tomar decisiones: la escuela de arte y diseño fue mi solución.

Hice la carrera de arte con especialidad en grabado y la carrera de diseño.

Mi padre hubiera querido que fuera ingeniero como él, mi madre hubiera querido que fuera oficial de marina porque le gustaba el uniforme. Después de graduado de la escuela de arte y diseño hice mi servicio militar durante un año y medio, como paracaidista.

Después del servicio entré a la jungla profesional de París.

Siempre he sido muy serio en relación a mi profesión, trato siempre de hacer un buen trabajo, lo mejor que puedo en determinada circunstancia.

Me considero un artesano, un moderno artesano en el espíritu del Bauhaus, al servicio de la industria; y en mi caso específico, de la comunicación visual de masa y de los medios de comunicación.

La palabra artista no representa para mí una profesión, sino una calificación.

Uno es pintor, escultor, músico, actor; estas son profesiones.

La palabra artista hay que ganársela, uno no se autotitula artista.

En cuanto a mensajes, prefiero comunicar los que no venden nada, huyo de la publicidad.

Trato de dar imagen a un producto, pero no me interesa convencer a la gente de comprar cosas que no necesita y que muchas veces son contrarias a sus intereses y hasta nocivas.

A mi parecer el diseño debe ser neutro; en este sentido, es una de las razones por las cuales muchas veces mis mensajes son culturales.

Mi vida ha sido mi trabajo y mi trabajo mi vida. No hago proyectos, vivo hoy, no en el pasado ni en el futuro.

Mis primeras influencias fueron el Bauhaus, la tipografía suiza (o internacional). Luego evolucioné hacia un lenguaje menos rígido. Me pareció más interesante, desde el punto de vista de la comunicación, un afiche sobre los muros de París, o sobre una estación de metro, que lo vieran millones de personas por día, que una pintura en los muros de una galería o como objeto de lujo en una casa particular.

Hermann Zapf ha sido mucho tiempo mi ídolo⁴. También lo fueron la Escuela de Nueva York con Herb Lubalin, el Push Pin Studio con Milton Glaser y Seymour Chwast, y muchos más, Brodovitch, Lon Dorfman, Otto Storch, etc.⁵.

Opté por el diseño gráfico cuando estaba en la escuela, aunque pinté durante diez años después de salir graduado.

Cuando llegué a Lima en 1961 tuve la impresión de que era una pequeña ciudad de provincia en Francia. Todos se conocían. El trabajo ha sido difícil al comienzo, falta de buenos materiales: aun un buen diseño, si está impreso sobre un papel de ínfima calidad, se ve como un trabajo de segunda categoría.

Tuve que adaptarme también a las costumbres locales, pelear con los clientes que "olvidaban" pagar.

Lo positivo de los años sesenta es que me encontré con una comunidad de diseñadores con quienes compartía las mismas ideas.

La mayor parte de ellos venía de Suiza.

Se hacía diseño.

Había una pequeña cantidad de buenas imprentas.

Una de las bendiciones de mi vida ha sido que siempre he trabajado donde he querido, haciendo lo que quería.

En París durante años trabajé en diseño editorial, matizando con diseño de interiores y negocio de antigüedades.

Una de mis especialidades ha sido el diseño de logos y la imagen visual de productos o de compañías.

4 Hermann Zapf, fallecido recientemente, fue uno de los propulsores de la tipografía y caligrafía actual. Dieterich lo menciona de manera especial en sus comentarios.

5 Glaser, Lubalin y Push Pin, entre otros, son los "hacedores" destacados del diseño occidental contemporáneo. Desde los años cincuenta las revistas sobre diseño han dedicado capítulos y entrevistas a cada uno de ellos.

He sido llamado a enseñar y lo hice por primera vez en la Pontificia Universidad Católica de Lima. Luego lo hice por 22 años en la Academy of Art University de San Francisco (Estados Unidos). Así, de diseñador me volví educador.

Una de mis predilecciones es la caligrafía, el diseño de letras, y la tipografía. Y es a través de la caligrafía que me hice tipógrafo.

Las letras se volvieron mi especialidad después de tomar clases con Hermann Zapf.

Los años pasados en Estados Unidos me pusieron en contacto con lo mejor de los diseñadores relacionados con letras y aprendí mucho de ellos. Mi satisfacción profesional es comprender y practicar las diferentes estructuras de las letras latinas y de poder seguir estudiando en esta línea.



Figura 251: Logo para Latinoamérica Reservation Center. "Latinoamérica Reservation Center es una compañía de turismo que hacía reservación de cuartos de hoteles en Latinoamérica, el logo lo hice en caligrafía con brocha cuadrada" (Claude Dieterich).

De hecho, hay un proceso creativo. Según mi experiencia docente, es diferente para cada persona. Yo conozco el mío, lo he practicado por muchos años.

Un diseñador debería considerarse a sí mismo como una herramienta; por ejemplo, una flauta, que deja pasar el aire para producir un sonido.

Estar afinado para que las fuerzas y energías universales puedan manifestarse a través de uno y dar como resultado un producto óptimo.

En este momento, mi proyecto diario es diseñar una fuente de tipos y tengo en mente varios diseños. Tengo muchas aficiones. Soy Aries... viajes... no puedo vivir sin viajar.

Enseñé en Estados Unidos, Canadá, Francia, México, Perú, Argentina, Australia y sigo abierto a toda propuesta de viajar enseñando.

Me ha facilitado mucho el hecho de que hablo francés, castellano e inglés.

Me gusta cocinar (soy mediterráneo).

Otra de mis aficiones es el baile, en París bailaba *jitterbug* en las cuevas de St. Germain des Pres cuando era más joven.

Luego en San Francisco tuve la suerte de encontrar un profesor de primera y de trabajar con el baile cubano durante diez años.

La música es otra de mis aficiones: primero la música clásica, también el *jazz* cuya afición empezó a mis 14 años; naturalmente la música popular tradicional cubana, también el flamenco y el tango, las diferentes músicas folklóricas de Sudamérica, la canción francesa.

Mis ejercicios físicos han sido judo, karate, vela, *tai chi* y yoga.

He vivido veinticinco años en Lima, dos en Nueva York, cinco en Miami y veintidós en San Francisco.

En mi entorno necesito bellos objetos, no necesariamente antiguos, pero objetos de la era preindustrial, a veces *kitsch*, también libros y discos. Tengo colecciones de discos de *jazz* y de música popular cubana.

Un diseñador gráfico es una persona que trata de comunicar visualmente un mensaje, una idea, que crea la imagen de un producto, de una compañía. Es una persona que resuelve problemas de información y comprensión. Un diseñador gráfico debe tener como habilidades la precisión, la simplicidad, mucha cultura general, imaginación, sentido del humor y sobre todo comprender la ley básica del diseño: "La forma sigue a la función"⁶.

Al hacer un diseño se debe preguntar siempre:

¿Hacia quién me dirijo?

¿Quién es mi cliente?

¿Cómo tratar este problema?

¿Cuál es mi papel en este programa?

Y después de estas preguntas debe encontrar la o las soluciones apropiadas.

Las mejores condiciones son cuando el cliente te deja trabajar correctamente.

El diseño ha pasado desde los años sesenta hacia la era digital con cierta baja de calidad.

Gente practicando la profesión sin realmente conocer lo que es diseño. Gente que cree que diseño es conocer varios programas en una computadora.

Pero la computadora no sirve para nada si no sabes diseñar.

6 Dieterich se refiere a un aserto proveniente del Bauhaus, que para algunos artistas continúa vigente: "El aforismo de Louis Sullivan: 'La forma sigue a la función' es el ideal al que apuntamos" (Scott, 1970: 55).

Por supuesto, el Perú influyó en mi desarrollo como diseñador, toda nueva experiencia influye y el Perú fue un gran cambio en mi realidad diaria comparado a mi vida en París.

Después de veinticinco años de trabajo en Estados Unidos me vine a jubilar en el Perú, donde pienso quedarme.

El Perú ofrece condiciones de trabajo muy similares a otros países, tal vez es un poco más informal que Estados Unidos y Europa, pero hay retos interesantes.

Lo que más se requiere en el Perú desde el punto de vista del diseño es que dependa menos de la computadora y más del talento.

Que los que se dicen diseñadores sean diseñadores de verdad, que estudien diseño antes de otorgarse el título de diseñador.

El diseño en el Perú ha bajado desde los años sesenta porque había más diseñadores en esa época.

Ahora hay más trabajadores de computadoras y menos diseñadores.

Lo cual explica la presencia de las horrendas gigantografías que afean las calles de Lima, Miraflores, San Isidro. Sin respeto a los reglamentos urbanísticos.

Los que crearon estas infamias son obviamente trabajadores de computadoras. Porque diseño no hay en estas monstruosidades.

Lo interesante es que todas se parecen, parecen hechas por la misma persona.

En realidad están hechas usando el mismo programa como un *template*.

Todas con mal uso de la tipografía y prácticamente sin ideas propias, sin conceptos.

No soy una autoridad ni un crítico para juzgar el arte contemporáneo, sobre todo porque he estado ausente durante veinticinco años de la realidad peruana.

Los pintores que he conocido han desaparecido del escenario, los diseñadores también.

Algunos de mis exalumnos de la Universidad Católica se han hecho un nombre en la profesión. Hasta ahora no veo una asociación de diseñadores.

Lo que dice claramente que el diseño en Lima no está considerado como una profesión, es solo una palabra de moda.

Es una lástima.

Pero sí hay una Asociación de Artistas Visuales, lo cual es una gran cosa para la defensa de los derechos de autores.

Las ideas las encuentro en mi cerebro, mi corazón, mis manos, mis sueños.

No tengo televisión, me aburre la vulgaridad de los programas y la nulidad de los comerciales.

No veo *blogs*, ni las redes sociales de las cuales huyo como de la peste.

Sí uso Internet para comunicarme con mis amigos y estudiar.

Los nuevos diseñadores deberían estudiar poniendo el proceso al revés: estudiantes de diseño primero, durante varios años. Y cuando tengan conceptos claros pasar unos meses estudiando los programas adecuados como una cosa secundaria y de menos importancia. Así se hace en Estados Unidos y en Europa: papel, lápiz, concepto primero, luego computadora. Hay que pensar y sentir antes de hacer.



Figura 252: Página separadora en una agenda para turismo.

*

La entrevista continuó personalmente en forma de varios momentos de conversación, ampliando algunos aspectos que se habían quedado por desarrollar. Los transcribimos aquí, incluyendo siempre solo algunas preguntas:

OSC: ¿Algún alumno que quieras mencionar?

CD: Rhony Alhalel fue mi alumno en la Católica en los setenta. Después estudió artes marciales. Consiguió una beca del Cultural Japonés por un año y en Japón se las arregló para prolongarla. Estuvo diez años allá, estudió caligrafía y participó en exposiciones con japoneses.

(...) Cuando fui a Estados Unidos iba pensando trabajar y estudiar. He participado en varias conferencias internacionales de caligrafía como alumno. Así conocí a los mejores, yo era amigo de todos.

Después de varios años fui a Nueva York, luego logré un contrato de trabajo y me quedé cinco años en Miami. Entonces Arturo Sinclair, ¿lo recuerdas?, me dijo: “¡Vente a San Francisco, yo conozco a todos los calígrafos de allí!”. Así es que hice mis maletas.

A Giorgia Dubert le habían pedido que enseñara, ella dijo no, pero llamen a Claude Dieterich que acaba de llegar. Me llamaron; el que sería mi jefe me hizo una entrevista, me dijo: “Cuénteme su vida, dónde estudió, cuáles son sus tendencias”. Le pregunté: “¿Quiere ver mis trabajos?”. “No, ya lo conozco. Lo he visto en todas las revistas. Está contratado”.

(...) En Estados Unidos he enseñado veintidós años. A los diez años ya mis alumnos enseñaban. Tuve una alumna que era de la India, muy buena en tipografía, se volvió profesora. Tomó mi sitio además. Yo seguí con caligrafía, en eso no hay ninguno de mis exalumnos que me pueda seguir.

(...) Hay pocos que siguen, no tienen la constancia, la entienden para gimnasia, para perder peso, para algo que es un placer, entonces lo hacen todo el tiempo, pero no para hacer caligrafía.

OSC: *Lo toman como una obligación.*

CD: Sí, como una obligación, pero no como parte de una meta o de una cosa personal. Además, claro, yo la entiendo como tú, la entiendo como un conocimiento de mí mismo. Si ellos lo ven como una cosa aburrida, como una regla carcelaria, entonces por supuesto yo no les puedo exigir. Pero a mí han preguntado a veces en cuánto tiempo se aprende caligrafía.

OSC: *¡Ah, vaya pregunta!*

CD: Les digo que caligrafía no se aprende. Primero se practica. No es una cosa que la puedes tomar en un curso, en un libro escrito, leerlo y repetir. Eso no. Lo tienes que practicar. O sea, no es aprender y ya está. Nada en la vida es así. Todo es un proceso.

Yo he hecho karate toda mi vida y también me han preguntado en cuánto tiempo se aprende. El karate no se aprende, se practica siempre. ¿Pero cuándo uno ya es bueno? Hay varios niveles, puedes ser bueno, pero hay unos más buenos que tú y hay otros más buenos que este y hay otros aún más buenos. O sea,

todo en tu vida puede ser así y puedes morir siendo décimo grado de cinturón negro y tener más que aprender, porque siempre hay más que aprender, es la vida de uno, no es el arte marcial, no es la caligrafía; es la vida, es la escuela de la vida. Pero hacerles comprender esto...

OSC: *Bueno, se interesarán en querer comprender eso después de haber llevado tu curso.*

CD: Pues sí, algunos entienden que hay algo más detrás de esto. Otros solo están pensando en aprobar el semestre. Y si les explicas lo que hay más allá no lo entienden, entonces mejor no les expliques, déjalo al tiempo y a su descubrimiento; que descubran ellos lo que hay detrás, si es que lo quieren. La enseñanza es difícil.

OSC: *Pero da sus frutos, lo cual se valora. Has tenido buenos alumnos, que están en la vida profesional.*

CD: Pero son pocos... aunque es lo que se espera. Yo me acuerdo de mi escuela en Francia, mi clase era de veinte y somos tres profesionales, tres sobrevivientes.

Los otros que estaban en la clase ahora son vendedores, son cualquier cosa y estudiaron no sé por qué.

Por mi parte me fui a Estados Unidos para estudiar en conferencias internacionales, después entré como profesor por cinco conferencias y después lo dejé porque ya era suficiente. Tomar la clase con Hermann Zapf, durante cuatro años, fue un cambio total para mí, de 180 grados.

OSC: *¿Y Zapf trabaja ahora con toda la parafernalia digital?*

CD: No. Bueno, en diseño gráfico podría, pero en caligrafía no le veo el interés. Yo estoy en proyectos de diseñar fuentes, para eso sí la implementación digital es de ayuda, ¿no? Tengo una fuente casi terminada y varios proyectos de otras, en realidad no son fuentes de texto, tengo una fuente de... como iniciales, para iniciar un capítulo, de letras adornadas.

Los chicos que no han tenido clases de tipografía, no saben qué cosa es, creen que es poner una florcita sobre la letra acá y otra florcita acá o agarrar una fuente y destruirla en la computadora y decir que esa es una fuente.

Hay muchos en Estados Unidos que hacen eso, les llaman *grant types*, toman una Helvética, le sacan cosas, le ponen otras y ta ta ta; todavía se ve que es Helvética, pero está destruida y a eso le llaman una fuente, eso para mí es destruirla, además que es usar el trabajo de otros.



Figura 253: Hermann Zapf y Claude Dieterich.

A mis alumnos yo siempre les digo: “¿Ustedes quieren practicar, quieren seguir haciendo caligrafía? Ya tienen todos los datos que necesitan, ya se los he dado en este semestre, practiquen diez minutos al día y si no pueden al menos cinco minutos, pero practiquen todos los días, no hagan una hora cada sábado, eso no va, tiene que ser todos los días, aunque sea cinco minutos”.

OSC: *¿Qué podemos escoger para practicar? ¿Textos motivadores, que tengan que ver con nuestras aspiraciones? ¿O cualquier texto y preocuparnos solo por el efecto visual?*

CD: Como ejercicio de caligrafía puedo usar un texto chino y escribirlo en francés: “La vida... ¿sería simplemente un sueño?”. En otro, la intención puede ser visual, no de lectura: “El camino que sube o que baja es uno y el mismo”. Entonces yo puedo hacer uno subiendo acá y otro bajando. Se parece al que dice: “No puedes cruzar dos veces por el mismo río, porque el río ya pasó”, de Heráclito.



Figura 254: Caligrafía. “La palabra auténtica...”

“La palabra auténtica no es seductora. La palabra seductora no es auténtica”, lo hice sobre papel a mano y ahora está en el Museo de la Caligrafía en Rusia.

Tengo otro acá, muy interesante, apropiado para una pieza de museo



Figura 255: Caligrafía. “El que se ha encontrado...”

El texto es de René Daumal, también está en el Museo de Rusia: “El que se ha encontrado, el que ha despertado al ser escondido en las profundidades de sus huesos, ese es todo activo, ese es el autor de todo, él mismo es el mundo”.

OSC: *Y este otro, parece escrito con tiralíneas, ¿fabricas tus tiralíneas?*

CD: No, pero hay tiendas ahora que te venden unos muy buenos. Yo tengo uno que es normal, pero hay otros que se fabrican con latas y esas cosas. Este de John Neal?... bueno, no es de él pero él lo vende

OSC: *Los argentinos hacen mucho estas cosas.*

CD: Los argentinos, ah, yo les enseñé a los argentinos. Y todos mis alumnos en la universidad han aprendido a hacer esto. ¿Sabes cómo se llama en inglés? Colapen. Yo lo puedo hacer y tú lo puedes hacer con una lata de gaseosa.

OSC: *¿O con plancha de offset?*

CD: La plancha de *offset* también funciona bien.

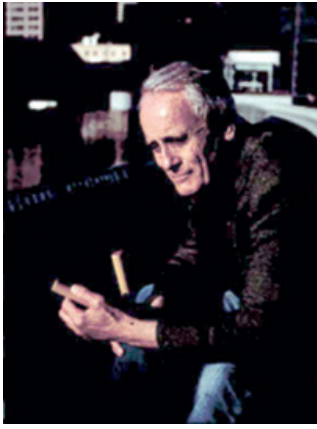


Figura 256: Claude Dieterich.

En Internet hay varias páginas dedicadas a Claude Dieterich. En algunas entrevistas he encontrado respuestas de Claude que son singulares y que yo no había escuchado de sus labios, tal vez simplemente porque a mí no se me habría ocurrido hacer ciertas preguntas. Transcribo algunos fragmentos.

¿Cuál ha sido tu trayectoria profesional?

Cincuenta años de placer, haciendo lo que me gusta.

¿Cuál es tu tipo favorito de cliente?

El inteligente.

¿Cómo definirías tu estilo de diseño?

Mi estilo es el no-estilo. Hago lo apropiado para esta comunicación visual.

¿Hasta cierto punto es justificable copiar?

Copiar no es justificable si me llamo a mí mismo un diseñador.

Haz una lista de cosas que no te gusta ver en el diseño.

Copiar, textos ilegibles, mala tipografía, falta de concepto.

¿Te ves en este campo dentro de veinte años?

En veinte años voy a estar en los 98 y puedo perfectamente imaginarme diseñando tipos.

(Fuente: Interview with Claude Dieterich A. [claudedieterich] - DESIGN www.whohub.com/claudedieterich).

Hay otra página con una amplia entrevista donde encontramos:

“(...) Después de haber vivido en Nueva York y Miami me mudé a la costa oeste. Desde mi llegada a San Francisco, California, dicté cursos de tipografía, de diseño de letras y de caligrafía en la Academy of Art University, donde también ejercí el diseño gráfico como *freelance*. En 1997 dirigí talleres de caligrafía en

Ciudad de México y en San Luis Potosí. También he sido profesor invitado en varias conferencias internacionales de caligrafía: en “Sounding”, Tacoma, Washington (Estados Unidos, 1996); en “Penúltima”, Lethbridge, Alberta (Canadá, 1999); en “A Calligraphy Odyssey”, Boston, Massachusetts (Estados Unidos, 2001); desde 2002 hasta hoy empecé a pasar mis vacaciones de verano dictando cursos de caligrafía en Lima (Perú) y en 2005 he dictado un taller de caligrafía en Buenos Aires y en Mendoza (Argentina). Actualmente enseño caligrafía y dirijo talleres en la región de la bahía de San Francisco (Estados Unidos). Mis trabajos se han expuesto en Estados Unidos, Europa y Sudamérica.

(Fuente: proteinasenlaweb.blogspot.com/2009/.../20-preguntas-claude-dieterich.ht.../3/1/2009-Claude-Dieterich,diseñador-gráfico,calígrafo-y-tipógrafo-francés...)

Respecto al surgimiento de su vocación declara:

(...) ¿Qué me motivó a estudiar diseño gráfico? No lo sé. Las cosas me nacen, así. Pero tal vez hay una cosa. Mi padre era fabricante de papel, entonces él regresaba todas las noches a la casa con paquetes de papel de todos los colores, para mí y para mi hermano. Entonces yo dibujaba todo el tiempo y siempre tenía papel en la casa para hacerlo, y mi hermano también. Ahora los dos trabajamos sobre papel. Mi hermano, que es ingeniero civil, ha hecho planos toda su vida, y yo he hecho letras e ilustración toda mi vida; tal vez esta sea la motivación, no lo sé...

Y hablando de tu experiencia, ¿cómo fue que llegaste al Perú?

Llegué al Perú a través de un amigo peruano: Herman Braun. Él era decorador acá en Lima, ahora es pintor y vive en París. Yo vine al Perú y luego él se fue a Francia, donde había estado muchos años. Éramos un grupo de amigos, todo un grupo de gente, muy bohemios. Él se fue a París como pintor, yo vine a Lima como diseñador gráfico.

Empecé a trabajar con Herman Braun, que era mi socio, desde el primer día que llegué; también junto a los arquitectos Mario Seminario y Juan Günther, los cuatro trabajamos para la Feria del Pacífico. Hacíamos *stands* en los pabellones internacionales, ellos la parte arquitectónica, Herman la parte de carpintería, los *stands*, y yo hacía la parte gráfica. Un equipo multidisciplinario. Después de un año me separé de ellos. Empecé con mi propio estudio y como aún no había muchos clientes, abrí una academia de karate en la noche. Llegué a estudiar karate en París, luego en Lima empecé a enseñarlo y después a los dos años empezaron a venir los clientes. Entonces cerré la academia y empecé mi trabajo gráfico.

(...) Pues acá la noción de diseño gráfico existía pero muy incipiente. Ya había algunos diseñadores peruanos: José Bracamonte, Carlos González y cuatro suizos: Barandún, Bovey, Bosshard y Stockli. Yo fui el séptimo diseñador gráfico y punto. Así empezó y nos conocíamos todos, éramos un pequeño grupo.

(...) Recuerda la frase Bauhaus: “la forma sigue a la función”; es decir, la función está primero, la forma es segundo. Si la función no está resuelta, si no se va a imprimir bien o no se va a ver bien, elimino el boceto. Después veo lo que queda. Algunos me gustan más que otros.

Yo hago el proceso al revés. No elimino si no veo cuáles son los que me gustan más. Luego sigo eliminando, después retrocedo, finalmente me quedan unos cinco o seis y se hace más difícil; en ese momento ya no pienso en cosas racionales, sino pura corazonada o instinto, cuál me gusta y cuál no me gusta. Y es difícil porque son cinco o seis y quiero presentar nada más que tres al cliente.

Mi último filtro es emocional, pero viene después que los demás filtros han trabajado. Entonces se los presento al cliente y sucede que él me dice muchas veces: “¿Por qué me cobras tanto para presentarme tres?” o peor aún: “Por qué me cobras tanto para presentarme tres líneas”. Entonces yo le contesto con una frase que no es mía: “Lo que te cobro son los treinta años que estudié para representarlo en tres líneas”.

(...) La computadora es conocimiento de *software* y punto. Una herramienta más. En la escuela en donde yo enseñé en San Francisco, durante mucho tiempo el jefe de diseño gráfico prohibía a los estudiantes tocar una computadora. Antes tenían que hacer dos años de diseño, debían tener antes un concepto de diseño.

(...) En Francia tienen una asociación de diseñadores como en Estados Unidos, como en todas partes. Aquí en Lima, en 1979 o 1980 más o menos, traté de formar una. Nunca funcionó. Hay colegio de médicos, de arquitectos, de contadores, de abogados, de todo y no de diseñadores. Si estuvieran asociados, un muchacho que conoce dos programas de *software* no podría ser parte de un colegio de diseñadores, porque no lo dejarían entrar.

(...) Me llamaron de la Católica porque la señora que dictaba el curso de diseño gráfico iba a estar seis meses ausente, cosas de salud. Allí empezó mi contacto y después me quedé enseñando. En realidad, ya estando allí, reformé toda la enseñanza.

¿Qué te pareció el método que había en la Escuela de Arte de la Universidad Católica, en donde los alumnos pasaban por las diferentes etapas plásticas y luego ingresaban a su especialidad?

Yo no tengo nada contra el método, el método es de todas las escuelas de arte. Lo que no me gustaba era que los profesores de pintura u otras carreras de arte se querían meter a opinar o a decir cómo debía ser el diseño gráfico. Yo ya sé lo que hago, esa es mi profesión; entonces, que un pintor venga a juzgar el trabajo de mis alumnos, eso no me gustaba. Cuando yo ya he puesto las notas, sé quién vale y quién no vale. No admito que un pintor, aunque sea el director de la escuela, se meta en mis notas: “a este hay que subirle dos puntos” o “a este hay que bajarle”. No, yo soy el juez en mi clase, yo soy el profesor, conozco el proceso del alumno, sé lo que debe saber, lo que debe aprender. Un director de escuela no puede ser un dictador.

En este proceso de enseñar el diseño gráfico, ¿qué percepción encontraste en el profesor Winternitz sobre este tema?

Bueno él tenía su idea sobre lo que era diseño gráfico. Yo no la compartía. Era un buen profesor de pintura, pero su idea del diseño gráfico era, tal vez, muy romántica. Para mí es comunicación visual, si no comunica no es nada.

Sobre tu experiencia en la Universidad de San Francisco, ¿cómo es la metodología? ¿Es diferente?

No hay nada especialmente diferente, hay un gran énfasis en la tipografía porque prácticamente es el ochenta o noventa por ciento del diseño gráfico. Muchos diseñadores gráficos no saben ilustrar, toman una foto y la ponen. Tampoco saben hacer la foto, se la piden a un fotógrafo; si quieren una caligrafía, se la piden a un calígrafo y la ponen. Es decir, llaman a un especialista.

(...) Yo tengo la suerte de ser ilustrador y calígrafo, y cuando quiero hacer una caligrafía, si el trabajo justifica tenerla, me la pido a mí mismo. Si quiero una ilustración la hago yo mismo, a menos que necesite una foto; en ese caso la tomaría un experto porque no tengo estudio fotográfico, sé tomar las fotos si fuera necesario, pero si necesito una buena foto de un producto, entonces busco al mejor especialista de la zona.

(...) Desde el punto de vista personal, la caligrafía es una disciplina espiritual, es como la meditación. Empecé como un largo proceso autodidacta de diez años para luego aprender de Hermann Zapf, que fue mi profesor más influyente en caligrafía y tipografía. Con él tuve que desaprender casi todo lo que sabía, muchos detalles, desde –por decir– cómo agarrar la pluma hasta la forma de las letras. Muchos detalles.

(...) La práctica de caligrafía no es indispensable, hay buenos tipógrafos que no la han hecho pero es recomendable. Uno es mejor tipógrafo si ha hecho caligrafía, entiende mejor. Lo mismo para el *lettering*, que es dibujar rótulos, dibujar letras, saber componer bloques de textos, titulares; o sea, la tipografía es mucho más. Como crear por ejemplo las tipografías que están en la computadora, hay que diseñarlas.



Figura 257: Símbolo para un artesano. “Esto lo hice en San Francisco para un artesano que refacciona casas antiguas y lo interesante es que no hay un comienzo ni un fin” (Claude Dieterich).

*

En suma, sea en el arte marcial o en la caligrafía, como artista creador o como docente, Dieterich predica con el ejemplo. Define su quehacer con frases y conceptos que observa de manera ejemplar, al punto de constituirse en el rango de una filosofía de vida.

“Vivo, no en el pasado, no en el futuro, vivo hoy”, afirma. Esta actitud es la que puede hacer que un artista se mantenga permanentemente disponible, a las puertas del arte, y es lo que permitiría que no haya diferencia entre arte libre y arte aplicado...

En nuestro medio, donde el estilo exitoso o prestigiado es a veces buscado por el cliente, puede sonar desconcertante para algunos la respuesta de Dieterich: “Mi estilo es el no-estilo. Hago lo apropiado para esta comunicación visual”⁸.

Joe De León



Figura 258: Joe De León.

José de León Vega es otra de las figuras legendarias del diseño en nuestro país y de hecho sus acciones se encuentran referidas sobre todo a la segunda mitad del siglo. Recientemente he sabido de él a través de personas que eventualmente reciben su orientación y clases de pintura.

Pero aquellos que como jóvenes hicieron sus primeras armas en la academia de diseño que Joe tenía allá por los años sesenta y setenta, continúan en la vida profesional y entre ellos se cuentan algunos que son profesores en los actuales centros de enseñanza, lo que dice bien de la solidez de esas primeras bases que les supo impartir.

Un dato importante que nos brinda De León es que su trayectoria—que se desarrolló como director de arte en agencias y resolviendo personalmente las tareas de ilustración fina, incluyendo luego lo mismo cuando puso su propio estudio—también tuvo en su inicio la orientación de los dos diseñadores suizos Bovey y Bosshard; lo que deberemos entender como que aun cuando no fue una enseñanza a dedicación, ya que ellos mismos eran parte de la maquinaria de producción de la agencia, sí fue una supervisión constante que duró hasta tres años, lo cual habrá sido muy útil para el joven que estaba en sus inicios; más aún con el efecto cálido que podemos suponer a partir del trato cordial que era característico en ambos.

Ahora, para fines de esta investigación, más que trabajar con el cuestionario escrito, conversamos. Este es un resumen de la entrevista grabada.

8 Esta afirmación de estar liberado de ataduras para crear parece ser la contraparte de la actitud que Gombrich reclama y recomienda para el espectador al final de la introducción de su *Historia del arte*: “Pero mirar un cuadro con ojos limpios y aventurarse en un viaje de descubrimiento es una tarea mucho más difícil” (Gombrich, 1990).

Joe de León: Yo salí del colegio en los cincuenta. Desde el inicio comencé estudiando en la Escuela Nacional de Bellas Artes. A la vez aspiraba a ser también periodista deportivo porque mi padre era deportista. Fui a la Universidad Católica a estudiar y ahí conocí a Matilde Pérez Palacio, que era la directora de la Escuela de Periodismo (EPUC). En los descansos de clase yo me sentaba en un banco y con mi papelito me ponía a dibujar. Un día me vio Matilde y me dijo:

—Oye, tú dibujas. ¿No te gustaría ganar dinero con el dibujo?

—Claro que sí.

—Ya, te doy una tarjeta.

Y me envió a una agencia que se llamaba Publicidad Perú. Allí encontré a Bovey, estaban también Vílchez y Espinoza Dueñas, el pintor que ahora está en París. Ellos eran los diseñadores. Entonces yo entraba y llegaba aspirando nada más, pero ni me miraban y me trataban como a un pinche que llegaba a hacer cualquier cosa, o sea a estirar las cartulinas; mientras yo veía cómo diseñaban. Pero pasaron unos meses y luego un día Bovey y Vílchez me invitaron

a almorzar y me dijeron que me habían estado haciendo una prueba de paciencia. “A partir de hoy te vamos a empezar a enseñar”. Y ellos me dieron entrenamiento. Bovey y Bosshard, que era buenísima gente. Ellos eran los diseñadores de ahí porque aunque era una agencia pequeña tenían las cuentas más importantes de Lima. Cuando transcurrió el tiempo ellos se fueron y yo quedé entonces como encargado. Ellos contaban que habían salido por un período de cinco años a recorrer el mundo y después, con esa experiencia, tenían intención de volver a Suiza y entonces me quedé solo. Pero ahí nomás surgió la invitación de Publicitas, me presenté e ingresé como director de arte. Ellos tenían Reiser y Curioni, Scala...

Después de eso empecé mi recorrido por las empresas de publicidad, estuve un tiempo en McCann Erickson, después en Publicidad Vigo, de Vidaurreta, donde hice avisos para una urbanización en Rinconada del Lago. En Publicidad Perú estuve buen tiempo, luego pasé a Forum con Jorge Salmón; creo que es la última en la que he estado, cinco o seis agencias. Durante ese tiempo en Publicitas fue que gané el premio de la Feria Internacional del Automóvil.

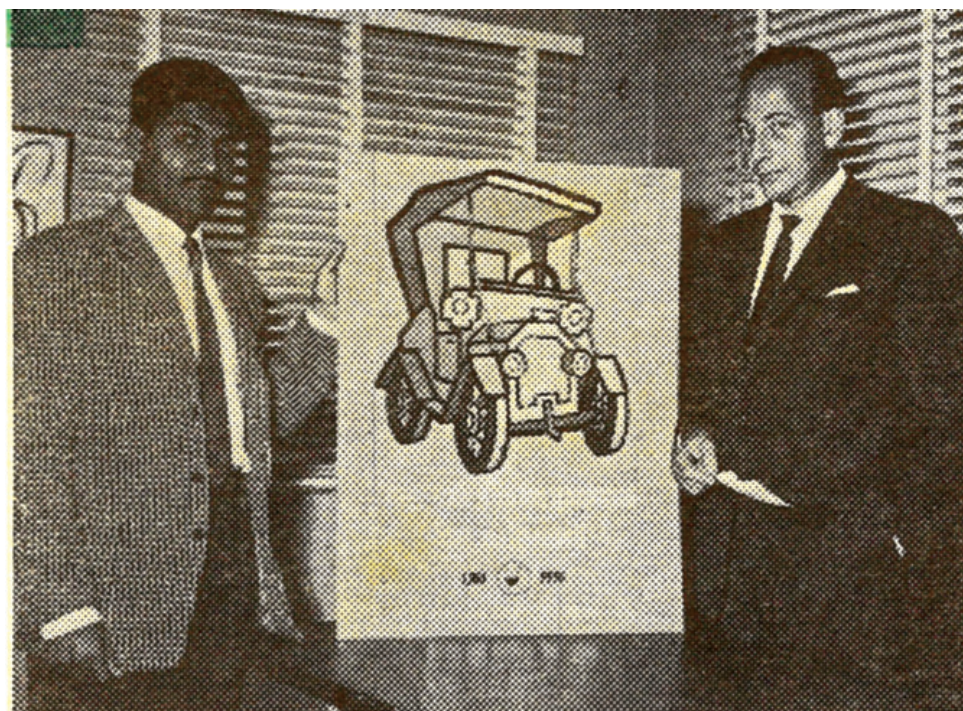


Figura 259: Joe De León con Gosta Lettersten en la ceremonia de premiación al afiche ganador de la Feria Internacional del Automóvil.

OSC: Ese afiche, me acuerdo mucho de haberlo visto, ¿lo tienes?

JDL: No, no lo tengo, fui obsequiando varias cosas a mis hijos, he enviado otras a Panamá, las he enviado a los parientes...

OSC: Pero recuerdo que era un carrito antiguo trabajado, pintado, que parecía empastado con un **outline** grueso ¿no? Casi lo puedo ver...

JDL: Tú sabes que en ese concurso yo me presenté último, ya casi se vencía el tiempo. Y Luis Cárdenas ya estaba clasificado como ganador. Presenté dos proyectos y me clasificaron primero y segundo.

OSC: Y entonces, por lo visto en ese lapso, Bovey y Bosshard...

JDL: Yo he estado con ellos aproximadamente tres años, después ya no sé cuál fue su recorrido.

OSC: Pero en ese tiempo, cuando se hizo el Primer Salón de Arte Gráfico Aplicado, ¿ellos tenían estudio independiente, trabajaban juntos, ya no para una agencia?

JDL: Ya no.

OSC: Recuerdo que estaban en este edificio en el jirón Camaná, cerca del jirón Ica.

JDL: Donde estaba Bracamonte, Yo también estuve en el mismo edificio.

OSC: Sí, yo recuerdo, tú estabas ahí. ¿Y ya tenías una academia?

JDL: No, todavía no. Yo empecé la academia cuando estaba en Macán. Por ese tiempo llegé a Lima un compañero periodista y un canadiense. El asunto es que con ellos hicimos el primer taller en la avenida Salaverry y como vi que era una alternativa de negocio, me separé

de Macán y me fui a dar las clases. En otros momentos también me llamaron de una entidad del Estado, de PubliPerú, y pagaban bien. Me fui para allá un tiempo, pero siempre daba clases de noche, o sea nunca dejé la enseñanza.

OSC: Ese también es un rubro interesante para revisar, porque fueron años en los que tú has dado orientación, justo en momentos en que no había universidades ni escuelas, ni nada parecido. Has enseñado en tu academia a mucha gente, de ahí han salido bastantes y han seguido trabajando.

JDL: Sí, muchos están afuera, están en Estados Unidos como diseñadores, ilustradores. Cuando vienen, me visitan. Estuvo Huilo Sotomarino, que ahora reside en Maryland y se dedica a dar clases, Armando Andrade, Gerardo Ojeda.

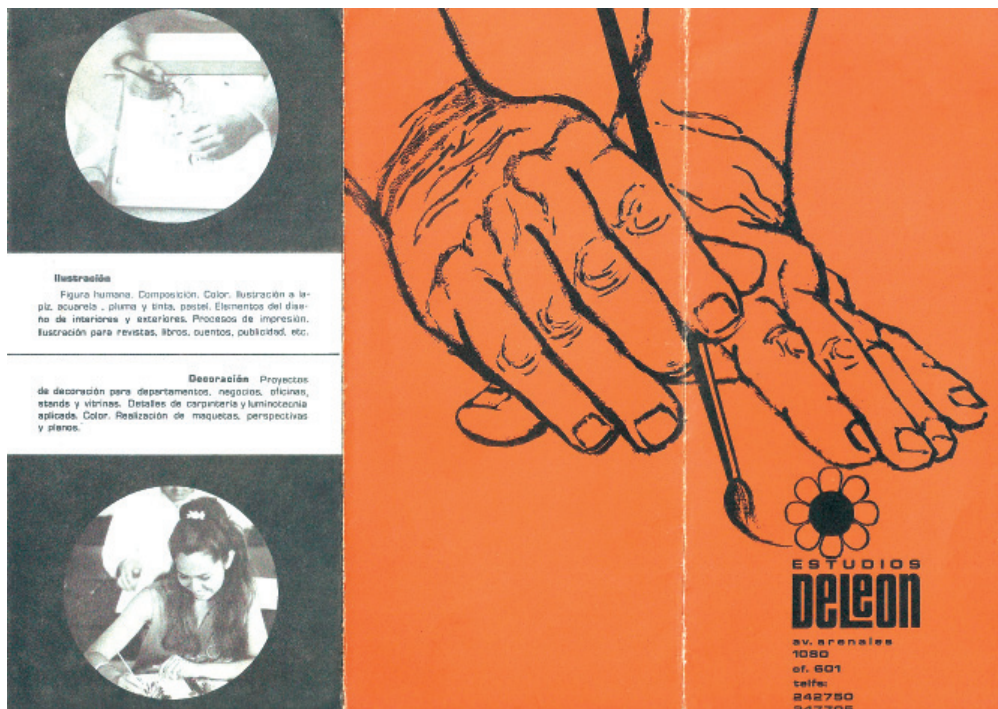


Figura 260: Folleto promocional de Estudios De León.

OSC: Yo una vez vi en los años ochenta a un jovencito Jesús Rojas que estaba haciendo una exposición acá en Lima. En ese momento él ya era profesor en San Francisco.

JDL: Sí claro, él estuvo en el taller.

OSC: Estuvo en tu academia como de 13 años.

JDL: Su hermana también. Ella fue la que me llevó a San José, donde vivía Amador Ballumbrosio, que era muy amigo de una familia a la que yo quería conocer. Ella tocaba y hacía música, era la única que se atrevía a tocar el violín de Ballumbrosio, y él estaba enamorado de esa idea, porque a sus hijos no les interesaba el violín. Finalmente, ella se fue para Norteamérica.

OSC: ¿Cómo compartías el tiempo entre la pintura y el diseño?

JDL: Yo entré a la Escuela de Bellas Artes apenas saliendo del colegio, en el año 52 o 53. Comencé con Camilo Blas, después pasé a Apu-Rimak y más tarde a Sabino Springett. Ellos fueron mis profesores en la escuela, allí se estudiaba en ese tiempo ocho años, o sea tres años de dibujo primero y después cinco años de pintura.

Pero yo no terminé el ciclo continuo porque me enamoré de una de mis alumnas y a los seis meses nos casamos. Así es que me dediqué a trabajar porque íbamos a tener nuestro primer hijo. Años después volví a la escuela y completé mis estudios.

OSC: *Y paralelamente a los estudios de pintura con Springett y todo, tú estabas ya en el mundo de la publicidad, del diseño y de la gráfica. ¿Viste algo de lo que hacía Springett en gráfica?*

JDL: Sí, claro. Por eso mismo nos comunicábamos mucho. Él había hecho publicidad.



Figura 261: Almanaque.

OSC: *Porque hay muchas cosas gráficas de Springett.*

JDL: Sí, hacía maravillas: paneles ilustrados, posters y propagandas muy lindas, carátulas de *Fanal*. Diseñaba anuncios de productos para McCann Erickson. Yo cambié definitivamente a raíz de que aparecieron las computadoras. Decidí no seguir en la gráfica porque me significaba instalar un taller, una inversión grande y, además, porque siempre tenía la idea de volver a la

pintura que era mi profesión; yo había tomado la gráfica como un recurso de vida. Pero después de algunos años, cuando mis hijos crecieron y se independizaron, ya no tenía obligaciones; por eso volví a la pintura.

Te estoy hablando de mi vuelta a la pintura, del período en que llegó Miguel Ángel Cuadros a mi taller, porque me había enterado de que pensaba renunciar a la escuela, pues se sentía cansado después de treinta y tantos años de enseñar. Entonces yo fui a la escuela a animarlo a que siguiera enseñando y le ofrecí mejor sueldo pero, por mientras, para no ser tan directo, le pregunté si yo podía ir a practicar a su taller. “¡Encantado!”, me respondió.

Él me tomaba como ejemplo de los trabajos que hacía con alumnos avanzados, terminaba la clase y todos los días nos íbamos a tomar café. Así me pasé un año practicando en su taller. Para la graduación, los alumnos de sexto año tenían que exhibir sus trabajos en una galería del centro y me pusieron en la lista.

—Pero yo no soy alumno regular—les dije.

—No, tienes que exhibir porque tú has sido el que nos ha animado—me respondieron.

Y tuve que poner un cuadro en la exposición. Terminado ese año, el último que Miguel Ángel enseñó en la escuela, se vino a mi taller.

OSC: *Y así como Sabino estuvo participando de todo lo que fue la necesidad del diseño en esos tiempos, ¿a quiénes más recuerdas que hayan producido, que conozcan ambos mundos: el de la pintura y el de la gráfica?*

JDL: Estaba Lucho Cárdenas. Él hacía retratos y mucha gente lo buscaba. Era naturalista figurativo y como era ilustrador se le hacía fácil dibujar rostros. Después, bueno, Vílchez y Espinoza Dueñas eran también pintores.

*

Alguna vez nos preguntamos qué pasó, por qué de pronto los suizos se fueron. Joe nos ha precisado que Bovey y Bosshard comentaban que habían salido por un período de cinco años a recorrer el mundo y después, con esa experiencia, tenían intención de volver a Suiza. De modo que simplemente, para ellos, el tiempo se cumplió.

Acerca del mencionado retorno de Joe De León a la pintura creo que, bien mirado, él siempre estuvo con un pie en cada orilla. Su idea de volver a la pintura era constante. En cuanto a su gran aporte en el diseño, lo encontramos fundamentalmente en los sesenta y setenta. Se dio en una época crucial, cuando no abundaban centros oficiales de enseñanza y ha sido permanente; él mismo dice: “Nunca dejé la enseñanza”. Sobre todo que quienes comenzaron con él continúan en la vida profesional y entre ellos se cuentan algunos que son profesores en los actuales centros de formación, y otros que están afuera, en Estados Unidos, como diseñadores gráficos, publicitarios, ilustradores y pintores.

José Bracamonte



Figura 262: José Bracamonte.

Desde el inicio de este trabajo tuvimos la convicción de que toda mención sobre José Bracamonte—su vida, el rol que le cupo desempeñar en la vida cultural y artística de nuestro país, juntamente con una muestra de sus mejores obras—estaría destinada a ocupar un lugar destacado dentro de esta historia. Sin embargo, a poco que comenzamos las conversaciones entre amigos y colegas comprobamos que la información obtenida sobre Bracamonte era escasa en extremo. No avanzamos mucho en cuanto a su biografía, pese a que todos lo conocimos y su recuerdo estuvo presente en la mayoría de entrevistas; otro tanto ocurrió respecto a la recopilación de sus obras, muchas de las cuales recordábamos haber visto desde jóvenes. A los breves datos personales que logré reunir sumé algunas notas recopiladas revisando los créditos de publicaciones, libros y revistas, y con posterioridad algunas obras fueron afortunadamente encontradas en colecciones particulares y bibliotecas públicas.

José Bracamonte nació en 1928, se formó en las artes plásticas iniciándose fundamentalmente como pintor en la Escuela Nacional de Bellas Artes, donde en 1949 estaría cursando estudios posiblemente avanzados. Paralelamente trabajó como dibujante publicitario en las más importantes agencias de Lima, en una de las cuales conoció al artista gráfico español Eduardo Badía Vilató, quien hacía un periplo por Sudamérica. Por ambas razones, la pintura y el diseño gráfico, Bracamonte viajó en 1953, primero a Brasil donde se reunió nuevamente con Badía Vilató logrando hacer un período de prácticas a su lado. Pasó luego a Chile

donde estudió grabado con Nemesio Antúnez. A su regreso a Lima comenzó a atender encargos particulares, como carátulas de libros, algunas de las cuales encontramos publicadas en 1955. De esos años hemos hallado ilustraciones y carátulas para la revista *Fanal*, así como también trabajos para la Casa de la Cultura como la revista *Cultura y Pueblo*; y tiempo después la diagramación de varios números de la revista *Copé*. Sus afiches y programas para los diversos grupos teatrales de Lima se vieron con frecuencia en los años sesenta y setenta.

En 1974 el Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas lo distinguió con uno de los premios nacionales de cultura, el de Comunicación Social; pero en la misma fecha y en atención a una visión integradora de la cultura que incluía la creación plástica popular, el Premio Nacional de Arte le fue otorgado al maestro artesano retablista Joaquín López Antay, lo que motivó muchas polémicas y opiniones encontradas en el ámbito académico. En 1976 las mismas instancias gubernamentales, continuando este despliegue de gestos contestatarios, designaron a Bracamonte como director interino de la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes del Perú.

José Bracamonte falleció en 1991. Alberto Bracamonte, un sobrino suyo, también diseñador gráfico, no solo conserva algunos afiches de su tío, sino que ha asumido la tarea de empezar a recuperar digitalmente los que estén deteriorados. En adelante mencionaremos las obras que nos ha proporcionado como *Archivo A. B.*

A José Bracamonte lo encontramos presente a lo largo de la segunda mitad del siglo XX en varios momentos de la historia del diseño. Si bien algunas de sus soluciones en ilustración, como por ejemplo la aplicación de figuras humanas estilizadas, son reconocibles característicamente, es posible que estuviera muy atento a otras alternativas, pues según el caso y sobre todo en diagramación no vacila en recurrir a la inmensa variedad de fuentes tipográficas que nos inundó con la llegada de las letras transferibles de Letraset y Mecanorma. Así también, el uso de fotografías y fondos de color le da variedad a sus producciones.

Sin duda su aspiración fue desde un inicio ser artista al mayor nivel, lo que buscó en el grabado y en la pintura. Sin desmerecer su labor como productor de arte, su aporte fue dar a conocer la profesión y hacerla pagar bien; logró hacerse respetar y hacerla respetar. No solo a nivel del público y los clientes, sino a nivel oficial y de la elite cultural, como se evidencia en los cargos y distinciones de los que fue merecedor.



Figura 263:
Conversatorio
sobre diseño
gráfico.

El conversatorio como un espacio de reflexión fue posterior a los cuestionarios y entrevistas.

A partir de un primer momento de comunicación escrita y luego de verificar presencialmente los datos compilados, a la vista de la información recogida intentamos como tercera instancia dinamizar la exploración a fin de precisar detalles con miras al cotejo de opiniones, para compartir una visión de conjunto que nos permitiera articular nuestro intento de interpretación desde un punto de vista contextualizado.

La propuesta teórico-metodológica tomó la forma de una mesa redonda que a partir del título Artes y Letras se desarrolló en la modalidad de lluvia de ideas, ya que en el marco de esta disertación los términos se tornaban polisémicos.

“Arte” puede ser tanto nuestra mayor aspiración, como también puede aludir al aspecto más artesanal y matérico: el “arte final”; lo mismo ocurre con “Letras” al referirse tanto a la actividad intelectual más elevada como a la más sólida tangibilidad: el lingote de plomo. Hablamos de las obras, comentando aspectos singulares, poco conocidos o ya olvidados sobre algunas situaciones, contextos y significaciones en nuestros trabajos y procedimientos. Agregando incluso algunos comentarios sobre exposiciones, conferencias, talleres y docencia que nos permitieran encontrar los puntos de contacto con la siguiente generación de diseñadores.

El conversatorio fue convocado para noviembre de 2015 y una de las primeras cosas que constatamos fue que desde la última vez que hicimos algo así habían transcurrido ya tres décadas⁹.

9 En torno a las acciones grupales e intentos de acuerdos colectivos, ver el Anexo 13 dedicado a concursos, asociaciones y exposiciones.



Figura 264: Con Sandro Chiri, nuestro anfitrión, en la Casa de la Literatura Peruana.

Sandro Chiri: “La Casa de la Literatura abre sus puertas para gozar de la asistencia de cuatro diseñadores que por décadas han ejercido su oficio en nuestro país (...) la primera imagen del Power Point es una letra, la *a*, en la portada del folleto del Segundo Salón de Arte”.



Figura 265:
Letra *a* del folleto.

Claude Dieterich: Por lo pronto no es una tipografía, está hecha a mano...

Carlos González: La dibujó Barandún.



Figura 266:
Letra *G* del folleto..

Octavio Santa Cruz: La portada del tríptico tiene dos letras: *a* y *G*. Notemos que hoy se habla de diseño gráfico, en esa época se hablaba de arte gráfico.

CD: Que no hay que confundir con las artes gráficas.

OSC: Así es, las artes gráficas son las artes de la reproducción, la imprenta.

CD: Y en esa época el término diseño gráfico no se conocía.

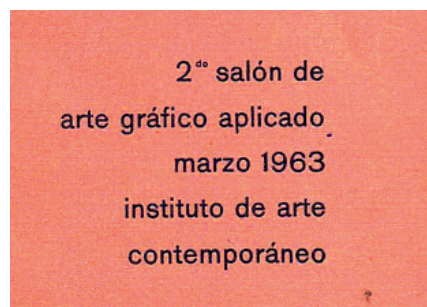


Figura 267: 2º salón de arte gráfico aplicado.

CG: En este salón yo era el benjamín del grupo, algunos de los peruanos proveníamos de McCann Erickson, que era la agencia publicitaria más importante del momento; lo que nos unía era el deseo de hacer cosas modernas, de calidad.



Figura 268: Aviso de periódico de la serie “Cuando las palabras no bastan”, para Planning-Est S. A.

OSC: Este fue un aviso de una serie como de doce anuncios; salieron en todos los periódicos para anunciar filmintas educativas, que entonces eran la tecnología de punta, y poder así explicar con imágenes.

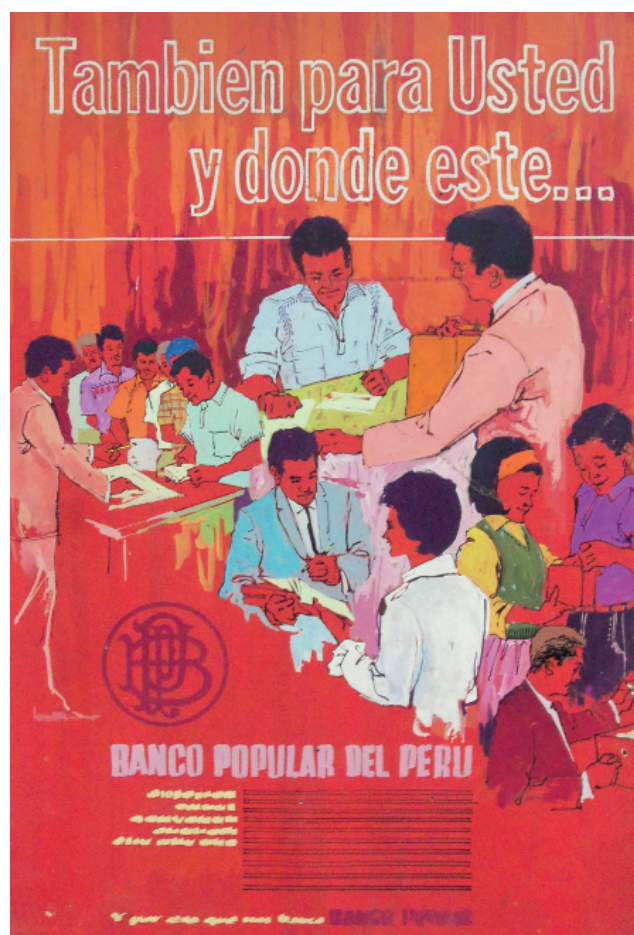


Figura 269: Boceto para afiche-anuncio de una campaña publicitaria. Banco Popular del Perú.



Figura 270: Carátula de libro Javier Heraud. Poesías completas.

Joe De León: Este es un boceto y en él se nota cómo un jefe de arte tiene que saber dibujar de memoria y usar el oyoyoyo¹⁰ si es que aún no se tiene el texto redactado. Cuando me invitaron a anunciar Rinconada del Lago no había más que tierra, no había una urbanización, ni casas, ni objetos físicos que fotografiar. Proyecté avisos con elementos finos, sanitarios, chapas de puertas. Armé 17 avisos diferentes. Y quise hacer lo mismo que Claude, dárselos al cliente para que escogiera el mejor, pero el gerente de la empresa me dijo: “¡No, déjamelos todos!” Y vendió los 17. Y vendió los terrenos también.

CD: En la imprenta de Francisco Campodónico me encontré con el papá de Javier Heraud, quien me dijo: “Mi hijo era un muchacho alegre, le gustaba la naturaleza, no quiero una carátula fúnebre”.

Le hice la selva, los pájaros, las mariposas, y solo hice la carátula.

Ahora en cada libro que hago me encargo más del interior.

¹⁰ El “oyoyoyo” era un recurso manual de simulación empleado por los dibujantes al confeccionar un boceto que consistía en llenar un espacio determinado, una mancha gris, donde se preveía que habría un texto con renglones de círculos y palotes “OIOIOIOIO”. Esto se hacía rapidísimo, era a mano alzada, pero por estar a la misma altura daba el efecto muy presentable de texto acabado.

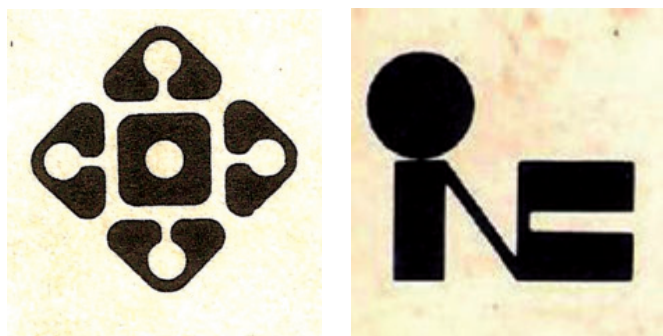


Figura 271: Dos logotipos para el Instituto Nacional de Cultura (INC).

OSC: Cuando entré a trabajar al INC encontré dos logotipos. Uno hecho por Bracamonte y otro por Dieterich donde la C de cultura se repite mirándose al espejo en forma de rombo. Por varios años seguimos usando los dos.



Figura 272: Afiche ganador del concurso Primer Congreso Nacional de Arquitectos, 1964.

CG: Yo presenté dos afiches a este concurso, con sus correspondientes seudónimos. Al entregarlos la recepcionista me dijo:
—No es con seudónimo, señor. Solo póngale un número.

Entonces a uno le puse 11111 y al otro 22222.

—¿Y por qué?—preguntó.

—Porque con este voy a ganar el primer puesto y con este el segundo —le contesté. Y así fue.

Juan Pablo Jimeno, que era el decano, me contó luego de la premiación que él dejó que los jurados debatieran hasta que eligieron mi afiche con una regla T. Cuando lo escogieron él dijo: “¡Les tengo una sorpresa!”. Y sacó el otro que tenía guardado. Ese fue el primer puesto.



Figura 273: Afiche para una exposición de pintura de la Asociación Cultural Jueves.

JDL: En este afiche me pidieron algo económico, usé dos tintas y el blanco del papel.

CG: Y aplicaste la teoría del campo vacío.



Figura 275: Spain. Palabra caligrafiada con ornamento.

CD: Algunos alumnos en Estados Unidos me preguntaron:
—¿Es necesario hacer caligrafía para ser diseñador gráfico?
—No, no es necesario, pero si sabes caligrafía eres un mejor diseñador gráfico.
—¿Y es necesario saber dibujar para ser diseñador gráfico?
—No, no es necesario, pero si sabes dibujar eres un mejor diseñador gráfico.



Figura 274: Afiche para una exposición de pintura.

CD: Era una exposición de Springett. Quise hacer un afiche que no costara mucho. Agarré un tubo y pum, el nombre: “Exposición de pintura” y en Kodalit. Usé serigrafía. Pero en esa época la gente no estaba preparada para ese tipo de afiches. A Springett tampoco le gustó mucho, él esperaba otra cosa, no lo vi muy entusiasta.

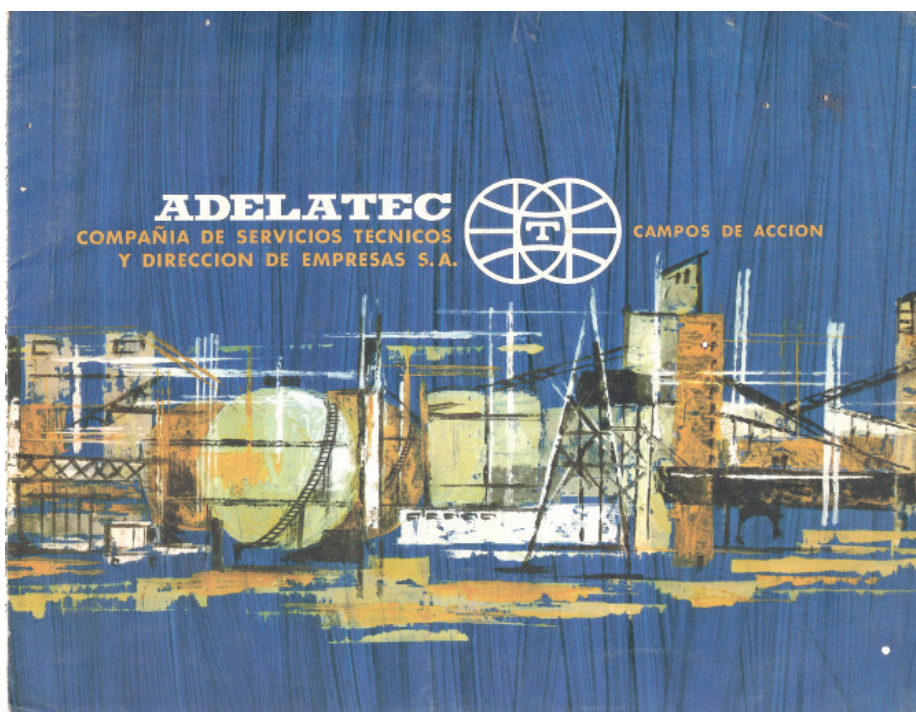


Figura 276: Ilustración para un afiche-carátula de memoria anual de Adelatec.

JDL: Acá solo traté de que la ilustración fuera pictórica.

Figura 277: Carátula de libro *Trilce* de César Vallejo (Peisa).

CG: Se dice que en *Trilce* hay una exploración del idioma y todas esas conjeturas y especulaciones sobre la severidad de la obra. Es por ello que la carátula también explora en tipografía.

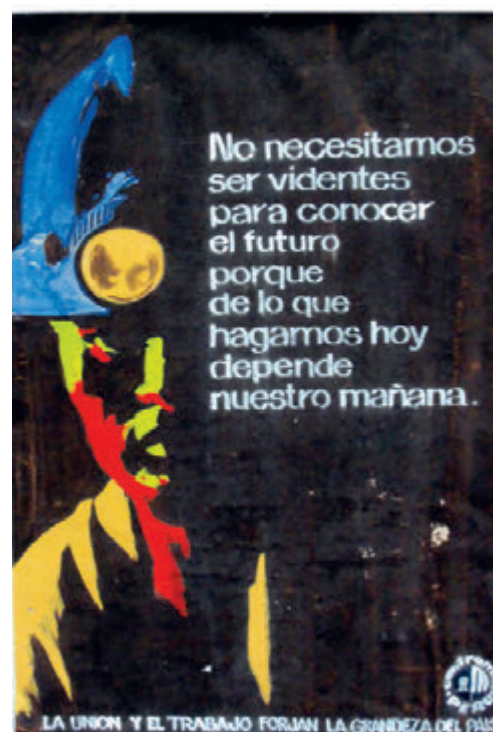
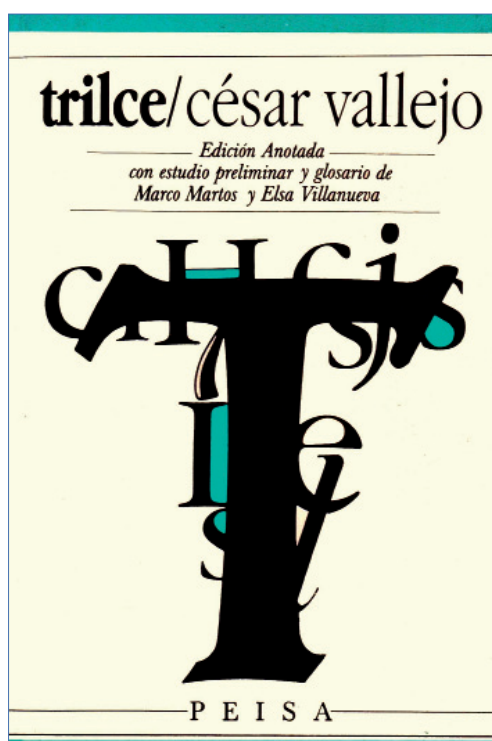


Figura 278: Boceto para un afiche de minería.

JDL: Este boceto, con colores primarios, se trabajó con una referencia fotográfica.



Figura 279: Logotipo para una empresa constructora.

CD: Esto es para mi hermano que es constructor en Francia. *Tectum* en latín quiere decir techo. Él construye casas, es ingeniero civil, entonces yo puse una casa con su techo que haga una T y la compañía se llama TECT.



Figura 280:
Logotipo
para una
empresa de
vidrios.

CD: TTX era una compañía que hacía vidrios para carros y quería que su logo se leyera por ambos lados del vidrio, y que no se leyera XTT. Entonces pensé: “¿Cómo hago para que se lea TTX de los dos lados?”. Como para mí, diseño es resolver problemas... ¿Cómo he trabajado sobre eso!

Fue entonces cuando empecé a hacer *ambigrams*. ¿Saben lo que son? ¡Palabras que se pueden leer en dos sentidos! Antes no sabía de su existencia. Pero lo logré, lo puedes leer así o así.

CD: En el torito de Pucará un Kodalit sin grises, para que tenga fuerza y comunicación clara. En el segundo, Vicús, con colorido de tierras. Ambos con economía de medios.



Figura 281: Afiche para una exposición en Brasil.

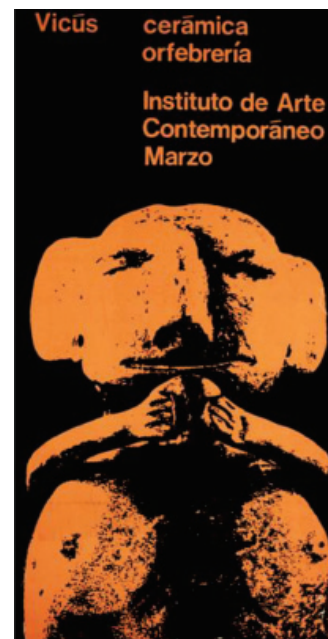


Figura 282: Afiche para una exposición en el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC).



Figura 283: Carátula de libro *La imagen francesa del Perú*. Pablo Macera.

OSC: Esta carátula se imprimió a una tinta negra sobre fondo plano de color oro. Para confeccionar el arte final fue preciso recolectar las diferentes imágenes individuales escogiéndolas de otros tantos libros originales de viajeros—ubicables solo en la bóveda de la Biblioteca Nacional—, fotografiar, sacar copias en papel, recortarlas y pegarlas sobre un cartón rígido en tamaño A3. Los titulares fueron hechos aparte con pequeños caracteres de Letraset y luego injertados en la fotomecánica de la imprenta. De donde se ve que entonces también se usaba “cortar y pegar”, pero el procedimiento no era nada fácil ni rápido.

A varios años de haber comenzado esta exploración y avizorando que quedaban pocos meses para darla por terminada, el intento de aunar esfuerzos fue propiciamente apoyado por quienes participamos. La invitación no fue a todos los que se podían llamar diseñadores, sino tan solo a los mayores, y con el objetivo preciso de juntos hurgar en nuestra memoria, despertando cuanto pudiéramos recordar para poder decir alguna palabra acerca de quienes alguna vez compartieron este arte y ya no están con nosotros. El apoyo de los asistentes fue también importante, pues el diálogo resultó en una *performance* íntima y cálida desarrollada ante un público de conocedores, amigos e interesados en el tema.

La generación del setenta

Capítulo IV

Participación en la vida
cultural del país

Este capítulo tratará de aquellos artistas que en los años sesenta ya empezábamos a tener actividad, por lo cual llegamos a la siguiente década con presencia plena en la vida cultural del país. Jesús Ruiz Durand, Víctor Escalante, Ciro Palacios, Octavio Santa Cruz, Carlos Tovar, Eliseo Guzmán y Pedro Guimoye provenimos de diversas canteras; sin embargo, compartimos la aspiración de producir diseño al más alto nivel.

Quienes vivimos durante el gobierno de las fuerzas armadas, autodenominado Gobierno Revolucionario, desde el 3 de octubre de 1968, veríamos poco después a ese proceso ramificarse en múltiples direcciones de propuestas administrativas innovadoras y proyectos sociales inéditos, abordados infortunadamente con tanta impericia como inexperiencia.

En este devenir de múltiples facetas donde estuvimos todos involucrados, los artistas gráficos cumplieron su rol, igual que lo hicieron otros artistas¹ en todas las latitudes, en todos los tiempos y en situaciones análogas. Son destacables las participaciones de Ruiz Durand en la época de Sinamos—que compartió con Bracamonte—y tiempo después su individual pictórica *Memorias de la ira*. El posterior viraje crítico de Tovar hacia la caricatura política—donde se haría conocido como “Carlín”—no es para estas páginas.

Los nuevos tiempos que desde entonces han traído no solo tecnología continúan modalizando nuestra existencia, equiparándola con todos sus matices a cualquier punto de esta actual aldea globalizada y extremadamente convulsionada².

Insoslayablemente optamos por ser desde contestatarios del sistema hasta hallarle aspectos positivos o alternativas de estética, concepto u originalidad. Y en esto también nuestros artistas tienen múltiples espejos alrededor³ en todo el arte universal.

En mi caso (Octavio Santa Cruz Urquieta, 1943) no tendremos un apartado específico de entrevista o presentación ya que desde el inicio este texto, que en momentos se comporta como un relato autobiográfico, está acompañado por mis acotaciones y comentarios.

Durante casi tres décadas ejercí el diseño con dedicación. Entonces tomé contacto con la vida universitaria: me gradué como licenciado en la Escuela Académico-Profesional de Arte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) con una tesis sobre la historia de la guitarra en el Perú, y como profesor principal he ocupado el cargo de director de dicha escuela de 2013 a 2016. Mi tesis de maestría en literatura peruana y latinoamericana trata acerca de los decimistas de hoy.

El compromiso de los aquí reseñados con el diseño—ya sea permanente o ceñido a una época y por ende a su contexto⁴—es claro y definido, y en algunos casos ha llegado a influir, directamente desde la docencia o indirectamente desde la divulgación y el ejemplo, en las generaciones siguientes.

-
- 1 “Las crueldades macabras en *Los desastres de la guerra* pretenden sacudir, indignar, herir al espectador. El arte de Goya, como el de Dostoiewski, parece un punto de inflexión en la historia de la aflicción y los sentimientos morales: es tan profundo como original y exigente. Con Goya entra en el arte un nuevo criterio de respuesta ante el sufrimiento, y nuevos temas para la solidaridad” (Sontag, 2004: 22).
 - 2 “En realidad, la mencionada independencia equivale a extirpar la mentalidad colonial y su connatural avidez a imitar superficialmente lo foráneo” (Acha, 1991: 56).
 - 3 “Es imposible echar una ojeada a cualquier periódico, no importa de qué día, mes o año, y no encontrar en cada línea las huellas más terribles de la perversidad humana (...) Todos los periódicos, de la primera a la última línea, no son más que una sarta de horrores. Guerras, crímenes, hurtos, lascivias, torturas; los hechos malévolos de los príncipes, de las naciones, de los individuos: una orgía de la atrocidad universal. Y con ese aperitivo repugnante el hombre civilizado riega su comida matutina”.
Los periódicos aún no tenían fotografías cuando (así) escribió Baudelaire. Pero esto no obsta para que su descripción censoria del burgués, sentado a desayunar con el conjunto de horrores mundiales de la prensa matutina, sea en nada distinta de la crítica contemporánea del abundante horror anestésico que nos ceba todos los días, tanto de la televisión como del periódico de la mañana. La tecnología más reciente suministra una alimentación constante: tantas imágenes de desastres y atrocidades como tiempo de que dispongamos para verlas” (Sontag, 2004: 47).
 - 4 “Los valores estéticos no son algo absoluto que carece de relación con la situación histórica en su totalidad y con las estructuras económicas de una época. El arte nace de un contexto histórico, lo refleja, promueve su evolución. Esclarecer la presencia de estos nexos significa entender la situación de un determinado valor estético en el campo general de una cultura y su relación, posible e imposible, con otros valores” (Eco, 1992: 28).

Jesús Ruiz Durand



Figura 284: Jesús Ruiz Durand.

Ruiz Durand (1940) es reseñado en diversos medios como matemático y como pintor egresado de la Escuela Nacional de Bellas Artes.

Con una notable capacidad de producción y por tanto con una inimaginable y variada obra, se ha adelantado a más de un movimiento o proceso en nuestro país.

Es doctor en educación por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). En Nueva York estudió multimedia, dicta cursos en varias universidades, ha expuesto individualmente, ha participado en muestras colectivas nacionales e internacionales y sus obras se encuentran en varios museos del Perú y del extranjero.

Otro aspecto mencionable en Ruiz Durand es su punto de vista y ubicación en la sociedad, que se condice con el tipo de encargos que han llegado a identificarlo y con la manera como los ha resuelto.

Entrevistado sobre temas de política dio estas respuestas que reproducimos:

Los líderes han abandonado su perspectiva y no han sabido reciclar su estrategia en un mar de tiburones depredadores (...)

Hay una cosa elemental. Yo jamás voy a estar al lado de los corruptos y de la mentira (...)

Estamos en un tiempo en que lo único que importa es trepar, convertir a los partidos en mafias blindadas, llenarse los bolsillos, inflarse de poder y de dinero mal habido con toda la desfachatez e impunidad. No interesa ni la moral, ni la ética, ni los derechos

humanos, ni la cultura; menos nuestro capital ancestral con sus comunidades andinas y amazónicas. Lo único que importa es vender, vender, rematarlo todo a pedacitos y pedazotes.

¿Por qué no ha militado en ningún partido, pese a que varios se lo han propuesto?

Es que un artista necesita un espacio de libertad. Un artista está obligado a tener una formación ética, política, social.

Creo que necesitamos libertad para crear; pero tenemos siempre un compromiso con la vida, con el arte y con la verdad⁵.

Vi a Jesús Ruiz Durand posicionándose en el mundo de la cultura cuando yo ya tenía información suficiente como para una apreciación.

Mi primera evaluación fue referida a su obra pictórica sobre arte óptico y algo cinético, debe haber sido hacia el 66 en la galería Cultura y Libertad y en el 68 en el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC).

Me llamó la atención la diversidad de materias que aplicaba, era pintura en partes, con elementos volumétricos y aplicaciones que me parecieron fotografías o grabados. Cuando más adelante empecé a ver sus obras gráficas tuve que recomodar mi mirada que solo conocía un tipo válido de formación.

Jesús era distinto por mucho a todo lo suizo.

Es además polifacético, con múltiples habilidades y aficiones. Según relata, su formación, amplia y variada, incluye diversos aspectos, tanto vivencias y conocimientos populares como las instancias académicas: ciencias, lenguas, música y fotografía (la cual conoce en todas sus modalidades, desde las más artesanales hasta las de última generación).

Por tanto su voz resuena con la autoridad legítima del conocedor cuando se expresa con actitud crítica y habla sin tapujos por ejemplo acerca del uso indiscriminado de la computadora y del Photoshop.

Por todo lo cual nos ceñiremos a transcribir lo que sobre diseño ha compartido con nosotros, ya que también es un conversador ameno, de exposición lúcida y coherente.

5 "Artista todo terreno". En: *La Primera*, 10 de septiembre de 2010. "Jesús Ruiz Durand es un hombre múltiple. Es científico, filósofo, políglota, artista plástico con pincel y con computadoras de última generación..." www.diariolaprimeraperu.com/online/gente-como.../artista-todo-terreno_69870.html

Octavio Santa Cruz: *Jesús, antes que nada, una curiosidad. ¿Cuál ha sido la dimensión, la repercusión del logo de Túpac Amaru? ¿Es tu logo más emblemático?*

Jesús Ruiz Durand: El Simposio Internacional en Estética y Emancipación “Fantasma, fetiche, fantasmagoría”, a propósito de los doscientos años de la emancipación mexicana y de los cien años de su revolución, fue una celebración convocada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La presentación fue por todo lo alto y eligieron mi Túpac Amaru como símbolo de todo el evento. Estuvieron presentes curadores, críticos que ya están veteranos, Néstor García Canclini, ¿te das cuenta?; Eduardo Subirats... en fin, todos los que hacen la historia del arte contemporáneo. Eso es lo más reciente, del 2010, y recién ha salido el libro.

OSC: *Sí, eso pensaba; bien, entonces...*

JRD: Mi primera exposición fue en Cultura y Libertad, debe haber sido en el 65 o 66 y era concretamente sobre

arte óptico y algo cinético. Mi segunda muestra fue en el 68, en el IAC, donde todo fue cinético.

OSC: *Importante como cuestión de formación fue que en esos momentos las soluciones que encontraste para el arte op tenían varios aspectos, creo que trabajabas con grabado y con fotografía.*

JRD: Yo siempre he hecho fotografía. Desde los ocho años trabajaba a nivel profesional con un señor que tenía su estudio fotográfico en la Plaza de Armas de Huancavelica. Yo era su ayudante y el curioso que se metía en el laboratorio a aprender todo, entre otras cosas a sensibilizar vidrios, que en esa época empleaban los fotógrafos. Ya estaban usando película, pero de preferencia utilizaban vidrios sensibilizados con clara de huevo y nitrato de plata con otras sustancias. Desde esa edad estaba metido yo en el estudio haciendo fotos de ese tipo y de ahí para adelante siempre fotografía. Ahora sigo haciéndola con todo tipo de máquinas.



Figura 285: Afiche para Simposio Internacional en Estética y Emancipación “Fantasma, fetiche, fantasmagoría”. UNAM, México, 2010, 90 x 122 cm, 12 x 18 m.

OSC: ¿Y en fotografía has tenido alguna satisfacción, alguna foto que te haya parecido interesante, vistosa, representativa, conocida, distinguida?



Figura 286: Fotografía de Jesús Ruiz Durand. "Vista desde el Rímac", de la primera edición de *Lima la horrible*, 1964.

JRD: Lo más visible podría ser la primera edición de *Lima la horrible* con mis fotografías, incluso Sebastián (Salazar Bondy) creó su libro en base a ellas. Él escribía en *Oiga* y yo era colaborador de esa revista como fotógrafo de eventos culturales. Teníamos ocasión de conversar y le mostré mi portafolio. En esa época yo vivía por Bellas Artes y había fotografiado todo mi vecindario que es hasta ahora mágico, todo Barrios Altos, los conventillos, los callejones, maravilla de texturas, de paisajes, de todo; hasta ahora sigo fotografiando todos los tugurios de este planeta. He pasado por China, Tailandia, India, Nueva York, y regreso cada año a Barrios Altos a seguir fotografiando, tengo fotografías desde los sesenta hasta el año pasado. Sebastián vio mi paquetón de fotos y le gustaron. En esa época ser fotógrafo era tener laboratorio. Y lo teníamos con mi grupo de gente de Bellas Artes, les mostré las fotos y en base a muchas de ellas fue que salió la primera edición de *Lima la horrible*.



Figura 287: Jesús Ruiz Durand. Fotografía de tranvía, de la primera edición de *Lima la horrible*, 1964.

OSC: ¿Estabas en Bellas Artes en ese tiempo?

JRD: Estaba en Bellas Artes. En el último número de *Martín* he publicado un artículo narrando más o menos esta relación con Sebastián y además he publicado las fotos de esa Lima de los sesenta, la Lima que todo lo lima en la memoria analógica. Ese es mi artículo, están las fotos de esa época, muchas de las cuales las incluyó Sebastián en su libro.

De ahí para adelante he seguido trabajando en fotografía hasta ahora. Tengo gente a la que estoy ligado en Nueva York, una gran agencia de imágenes, que las vende a todo el mundo y algunas veces me ha dado facilidades con pasajes o intercambio. Acabo de estar en la China, el año pasado estuve en la India, Tailandia, Camboya, Guatemala y México. El próximo año voy a Turquía, dentro de este tipo de experiencia que llaman safaris fotográficos. Y sigo en la fotografía, empecé con el negativo en vidrio, luego con Polaroid y las más avanzadas técnicas de negativo. Hasta ahora he pasado por todas las máquinas fotográficas, todas.

OSC: Y ahora todo lo digital.

JRD: Y ahora todo lo digital. Y estoy en el partido y la religión de Canon. Las profesionales son solo de dos marcas: Canon y Nikon, que se van haciendo la competencia de más funcionalidad o profesionalidad, y lo curioso es que toda la fotografía digital está copiando, asimilando lo que fue la fotografía fotoquímica; con mayor ventaja, mayor velocidad y mayor eficiencia. O sea que con la fotografía digital profesional no hay nada que envidiar a la fotografía química.

Es cierto que ahora las cámaras han salido por miles y cualquiera toma fotos, todo el mundo, ya es una especie de plaga, para bien y para mal; pero las cámaras fotográficas profesionales digitales se hacen cada vez más eficientes, más veloces y más todo, con todas las ventajas posibles. Asimismo, para manejar una cámara fotográfica profesional tú necesitas por lo menos un mes de estudio para poder sacarle partido a toda la profesionalidad, es muy exigente. No cualquier perezoso puede meterse con una cámara profesional, igual que el famoso Photoshop. Cualquiera puede hacerlo jugando, pero meterse profesionalmente requiere un entrenamiento bastante exigente.

OSC: Sí, sí, y también requiere tener idea de lo que uno quiere.

A veces en el Facebook se ven cosas rarísimas en Photoshop.

JRD: O sea es la apertura al mal gusto y al facilismo, a la mediocridad omnipresente.

OSC: Se ve que han aprendido algo, ¿pero qué están haciendo con eso?

JRD: Así es, no tienen la menor idea, no tienen cultura visual, no tienen gusto, no tienen... eso, cultura visual.



Figura 288:
Foto de Sebastián Salazar Bondy por Pestana.

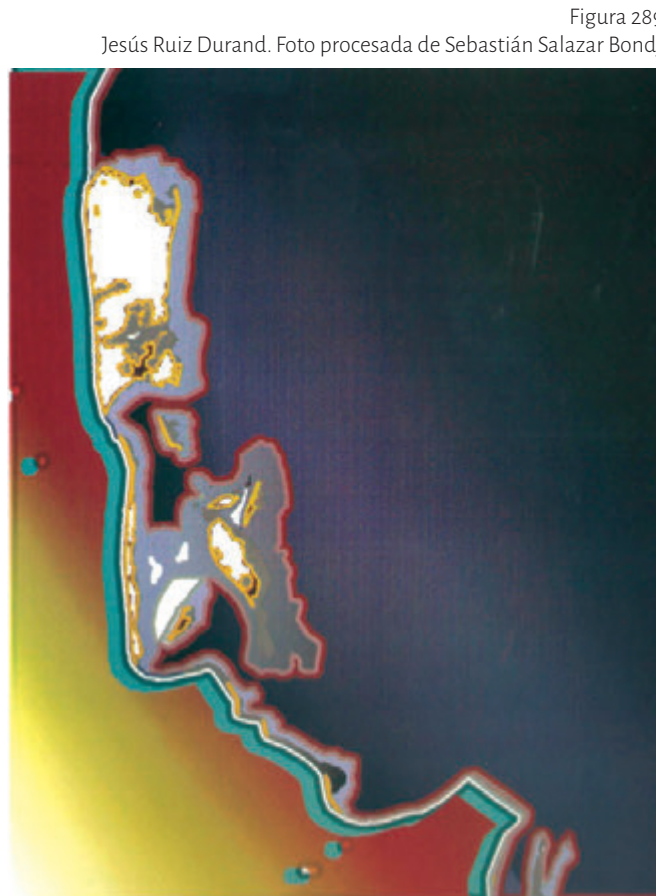


Figura 289:
Jesús Ruiz Durand. Foto procesada de Sebastián Salazar Bondy.

El aspecto en el que estoy metido ahora mucho más es el arte digital. Todo el mundo maneja computadoras, pero hay niveles de uso. La gente la suele emplear como máquina de escribir, como archivador y como navegador de Internet. Y las secretarías utilizan su Word y todo tipo de infografía de oficina, archivos y esas cosas. La gente de artes visuales está aprendiendo a manejar todos los programas gráficos que te permiten abreviar procesos y multiplicar tus logros. Estamos en la época de la abundancia para un profesional, cuando me piden hacer un trabajo, seguramente hago treinta y de treinta escojo cuatro, eso te lo permite la máquina.

Pero lo paradójico es que cuanto más sepas tú antes de la computadora se convierte en un capital que potencia cualquier proceso creativo y cuanto menos sepas estás más en desventaja, que es lo que está pasando con estos chicos. No saben de historia del arte, no saben de composición, no saben de color, no saben de análisis de la forma, no saben nada de nada, solo de la técnica; entonces utilizan la computadora como un juguete, hay una falta de seriedad para aproximarse a la creatividad. Todo es juego, todo es de paso, todo es desechable. No hay capacidad para profundizar ni tomar en serio nada.

OSC: ¿Y eso es a nivel...?
JRD: A nivel planetario.



Figura 290:
Made in USA. Una elaboración sintáctica sobre motivos simbólicos.

OSC: ¿Cuánto tiempo está la situación así? ¿Desde la aparición de la computadora?
JRD: Bueno, siempre ha habido gente frívola y gente un poco más dedicada. Hay juguetones irresponsables. Hay *hackers* también. Un *hacker* es un usuario de la computadora pero en un nivel superior, que es

capaz de producir y crear programas, de hacer que la computadora le obedezca en un nivel de experto, de profesional. Pero en sí, ya hace tiempo que en cierto modo esto es una crisis técnica del diseño. Ya son varios años produciendo profesionales de ese tipo...

Hay de todo ¿no? Tienes... cultura Wilson. Pero, además, ¿qué es lo que está pasando con el diseño a nivel profesional? El diseñador está desapareciendo como persona rentable. ¿Cómo así? Simplemente porque quien quiere hacer un afiche se va a Wilson y el chico de Wilson agarra su Corel y escucha: "Yo quiero estas letras, ponme esta foto", etc. Y le cobra veinte soles. O no le cobra nada porque lo que le interesa es imprimir, entonces el diseño está de yapa.

Incluso yo cuando hago un afiche, por ejemplo para una universidad, me presento como impresor, no como diseñador, porque ellos no saben pagar; entonces yo compito con las imprentas. La imprenta le presenta al cliente un presupuesto por imprimir el afiche y el diseño se lo regalan; pagar por el diseño no existe ni en el presupuesto ni en un código de previsión de gastos. El diseño es la yapa de la impresión.

OSC: Hace tiempo que eso está así...

JRD: Igual, tú vas a Wilson, no le pagas al chico por el diseño, vas a pagar para que te hagan tus afiches o tus cartelones y el impresor te dice: "Habla con el chico, explícale". Y él te lo hace. Entonces no hay por qué "pagar".

Los chicos que trabajan en Wilson son expertos en Corel Draw, en Photoshop, pero a nivel de mediocre, tienen que resolverlo en el momento y que el cliente quede tranquilo y satisfecho. Eso es todo, que se lea bien, que su nombre esté bien escrito, que haya brillos, estrellas, colores y todo el mundo feliz; pero nadie se preocupa de que eso sea un buen diseño ni de que permanezca. Nada y, simplemente, una vez que se ha hecho la publicación la leen y se va a la basura. Nadie se preocupa de que tenga un poco más de vida ni de estética, porque no lo van a pagar y tampoco a nadie le importa. Eso está pasando a nivel universal: Wilson está en Camboya, en la India, en todas partes.

Los jóvenes que salen de universidades con toda una carrera de cinco años encuentran otro panorama y solo se dedican a la producción, a medios o a supervisar, a ser gerentes, pero diseños, diseños... ¿quiénes hacen el diseño en las grandes compañías? Los estudiantes de diseño a quienes no se les paga. Están haciendo sus prácticas; entonces es gratis. Ni en las compañías de publicidad se paga el diseño.

OSC: Totalmente distinto de lo que era la propuesta de los diseñadores en los años cincuenta, cuando se pensaba en el diseño como una profesión nueva que aparecía. Los diseñadores tenían la aspiración de llegar a los museos.

JRD: Yo estuve en contacto y trabajé algunas semanas en Nueva York con la gente de Push Pin, un estudio que reunía a unos veinte diseñadores, los mejores de Estados Unidos y del mundo, cada uno en su cubículo, y todos eran totalmente diferentes en cuanto a estética, a estilo y a todo, pero eran los mejores. Y en Push Pin se reunía esa gente, unos que hacían solamente cosas políticas, otros culturales, otros de danza y así.

Estaba Milton Glaser, estaba Herb Lubalin, estos dos tipos son los grandes, los grandazos, yo he estado con esa gente en los años setenta. Era curioso porque conversábamos, hacíamos unas chambitas y de repente a la semana yo tenía que estar en París y me encontraba con Herb Lubalin en el museo viendo la última exposición y seguíamos conversando. Era lindo, esa era la época de oro del diseño, con los grandes nombres, con las grandes proyecciones. Push Pin hizo una gran exposición en El Louvre con todos sus miembros. Era el diseño de autor, de gente muy famosa y muy prestigiosa que enseñaba en las universidades y que exponía en todas partes.

Bueno, ahora el diseño ha cambiado. Hay una gran masa de mediocridad y el mal gusto de la gente ha descendido a niveles insospechados. La huachafería y la vulgaridad machacada por la televisión espantosamente basura todos los días también han llegado a deformar el gusto general de la gente en cuanto a música, en cuanto a aspiraciones estéticas de visualidad. Todo es una creación de basura desechable eterna. Pero también está el otro lado, estamos un poco ya saliendo de lo posmoderno, de donde han quedado mejor parados dos aspectos. Se hace buen diseño, se hace un diseño muy delicado, muy sofisticado, muy sutil, paralelo a esta gran producción de la basura de diseño mediocre. Hay modalidades excelentes, y eso me consta, que son el minimalismo y el estilo High Tech de la alta tecnología. Sí, sí, se está haciendo buen diseño, pero en términos muy selectivos para piezas o para trabajos más bien de grandes corporaciones. Se hace un diseño más cuidado, más selectivo, que ha prendido y ha capitalizado todo lo que se ha avanzado hasta esta gran época del diseño.

OSC: Y de por sí eso restringe también, imagino, el mercado a unos cuantos que pueden acceder a ese tipo de encargos, que tienen prestigio ya establecido, logrado, y que son una elite.

JRD: Como tú dices, se hacen trabajos de diseño de elite, para las grandes firmas, para las grandes corporaciones, en donde, sí pues, hay una capitalización del buen gusto

y de la sutileza y de la exquisitez. Lo curioso es que esta exquisitez va en paralelo a una gran producción masiva del mal gusto, de la huachafería y de la basura.

OSC: *Tengo una curiosidad: tu mirada al mundo de los clásicos o de los pintores reconocidos, las citas que haces. Veo aquí obras tuyas colgadas que son referencias al arte universal. ¿Esta es una línea que has desarrollado en algunos momentos, la sigues desarrollando...?*

JRD: Yo enseño estas cosas en estética contemporánea y creatividad; y paralelamente es mi tema de investigación permanente. Enseño estética desde los años sesenta en la universidad y sigo haciéndolo. Por lo tanto es un tema de permanente búsqueda e investigación.

¿De qué trata el famoso libro *La distinción* de Pierre Bourdieu? Trata del gusto, del bueno y del malo. De cómo se forma este gusto, de dónde sale. Lo obvio es que proviene de una educación, de una constante investigación y contacto con lo que se considera que es estéticamente superior, selecto, con los cánones; es una especie de historia de los cánones, qué es lo que se considera hermoso, valioso en términos estéticos, y por qué y cómo se educa ese buen gusto o mal gusto. Lo que yo llamo tu capital humanista: qué consumes, qué lees, qué escuchas, qué prefieres, cuáles son tus gustos en términos de todo, de estilo, de pintura, de estética, de música y por qué los has elegido. Si te fijas bien puedes percibir cuál es la razón de tu predilección, si tus elecciones están bien o están mal, son mediocres, les falta, están cojas. Entonces hay una especie de alimentación humana constante, de tanto consumir esto me vuelvo adicto a determinado tipo de alimentos espirituales, ¿no es cierto? ¿Qué elijo yo para ver? ¿Veo televisión? ¿Veo esos espantosos y asquerosos programas? Porque no solamente es el juego sino que de una u otra forma los toleras, los eliges y te los tragas, y ellos terminan tragándote a ti.

OSC: *Y uno les dedica horas y horas...*

JRD: Exactamente. Y como te decía al principio, lo único que tenemos nosotros es el tiempo. Por lo tanto si tú eliges perder tu tiempo en esa basura, eres cómplice de tu crimen.

OSC: *Acerca de eso... hay otra cosa. ¿Cómo usar el tiempo y cómo a veces parece que pasara rápido?*

JRD: A lo que iba era a esto. Si tú eres artista, ¿dónde está tu capacidad de decir: "Ah, qué bacán, ya lo terminé, esto me gusta"? O de decir: "Ah, no, esto es una basura, lo desecho, lo boto". ¿De dónde sale esa decisión, qué te hace elegir y decir "ya esto está bacán"? ¿Y qué te hace decir: "no, no, esto no, de ninguna manera; hay que

seguirlo trabajando; sigo buscando"? Ese es el único punto por el cual un artista se mueve, persigue, sigue trabajando en pos de aquella perfección que tiene como exigencia en algún lado de su escala de valores estéticos.

Tú, cada artista, crea, fabrica esos *tops*, esos logros, esas exigencias que te haces a ti mismo para seguir investigando o para quedarte tranquilo con lo que haces; ese es tu alimento: todo lo que consumes en tu tiempo de distracción, de seriedad o de disfrute, o de placer. Te alimenta y te debilita.

Entonces, a mis alumnos les hago leer buena poesía, buena literatura y tienen que saber por qué es bueno, no porque yo se los digo o porque alguien se los dice, sino deben tener un criterio estético independiente como para poder juzgar estéticamente el valor de una obra. Si yo me meto a una exposición de arte conceptual debo saber qué está pasando, tener criterios independientes como para decir: "esto es una estupidez" o "¡qué maravilla!".

Si no he llegado a tener esa independencia estética de juzgamiento o de apreciación, estoy todavía en pañales. Cualquier cosa me va a sorprender para bien o para mal. Qué bueno que uno se sorprenda, pero si uno está desorientado eternamente, si no tiene ningún criterio y cualquier estupidez, con la mala leche o la buena leche que haya surgido, la toma como una maravilla... Entonces, a lo que tú estabas diciendo... esta especie de búsqueda de alimentación de los clásicos, de los cánones, es eso: ganas de estar en contacto con lo mejor que ha producido el género humano en esos momentos.

OSC: *¿En qué universidad te has dedicado todos estos años al dictado de la estética?*

JRD: En la Universidad San Ignacio de Loyola. Y ahora estoy en la maestría y en el posgrado de la Universidad de San Martín de Porres y de la Universidad Ricardo Palma. Como te digo, son cursos de estética contemporánea y sobre gestión cultural. Paralelamente enseño cursos de arte digital, todo lo que es multimedia y lo que es investigación de programación en *hardware* y *software* generativo.

Ahora, por ejemplo, existe el Arduino. Se trata de un tipo de tarjeta, un procesador, una especie de pequeña computadorita, como de juguete, que la puedes enchufar a tu computadora y que te permite—por medio de la programación—hacer que obedezca a tus proyectos en términos de visualización, de convertir la luz en sonido o en movimiento, es fabuloso. Estos son los nuevos juguetes de los artistas, de los científicos.

De este Arduino te venden, como en el Mecano, todos los elementos para seguir armando y haciéndolo crecer, para que te obedezca, es una maravilla. Tú dices, por ejemplo: “Quisiera que cuando yo pase la mano por acá, ese movimiento se convierta en colores; o al revés, que estos colores generen una proyección o un movimiento”.

Eso es posible; o sea, esta interacción del cuerpo humano con la energía que tú puedes obtener convirtiendo esos impulsos en otro tipo de impulsos, ya sean luminosos, de color o lo que sea.

Estos juguetes los usan los chicos, los usan los *hackers*, los usan los científicos del MIT, o sea que son juguetes serios. Han hecho maravillas y se puede hacer maravillas con este tipo de cosas que están surgiendo, ¿no? Arduino ya tiene diez años en el planeta Tierra, fue un invento de un italiano y si entras al YouTube vas a encontrar tutoriales sobre Arduino, sobre estos *chips*, estas tarjetitas que son capaces de hacer que tu computadora te obedezca en todo lo que quieras: sonidos, colores, las cosas para *performance* de danza moderna por ejemplo. Todo eso es posible y se está haciendo; no es teoría.

Y hay comunidades enteras que hacen esto, que enseñan, que difunden; igual como hay estos aparatitos, estos juguetes, estos mecanos, también existen programas. Puedes aprender Processing por ejemplo, un lenguaje de programación que te permite convertir el color en sonido, en luz, en movimiento, entre otras cosas. Entonces la interacción, hacer que algo funcione cuando tú pasas la mano, cuando pasa alguien, no sé, esas cosas ahora son posibles.

Antes eso estaba solamente en manos de los programadores, de los ingenieros, pero ahora no, los artistas están metiéndose en este mundo. Tener estas armas electrónicas para hacer espacios artísticos, estéticos de investigación es una maravilla; en eso estoy.

Y hay que diferenciar, porque una cosa es la fotografía antigua... mira este libro: *Urbes mutantes*. Acaba de presentarse en Nueva York, en París y en Argentina, y han incluido unas cinco fotos más viejas. Y son latinoamericanos haciendo fotografía, dando esta nueva cara de toda Latinoamérica.

Son fotos más o menos de la época de Sebastián, de *Lima la horrible*. Entonces, este tipo de fotografía se mezcla con el otro tipo que yo hacía y sigo haciendo hasta ahora para hacer artes gráficas. En la época de Bracamonte, por ejemplo, yo trabajaba como fotógrafo. Bracamonte-

González, en esa época, utilizaban fotografías más para tapas de discos, afiches, qué sé yo, y esa es una línea, la fotografía profesional, la fotografía-fotografía tal cual, ¿no?

OSC: *O sea que hay trabajos conjuntos donde están fotos tuyas y gráfica...*

JRD: Claro, de Bracamonte-González.

OSC: *Me gustaría ver, porque es toda una curiosidad.*

JRD: ¿Dónde estará eso? Porque son afiches que hicimos para el Fondo de Promoción Turística (FOPTUR), tapas de discos...

OSC: *Tapas de discos. Son todo un rubro.*

JRD: Yo he hecho un montón de tapas de discos para todo el mundo en Sono Radio: para Raúl García Zárate, para Jesús Vásquez, para Los Doltons...

OSC: *Dentro de la ilustración de este trabajo me interesa poner una foto y alguna anécdota o comentario, ya sea del autor o algo que yo al verlo pueda decir: “esto me hace recordar algo”.*

JRD: Pero son miles, ¿ah? Hay miles en mi archivo.

La fotografía manipulada en laboratorio, con alto contraste, negativos, positivos... Yo fui uno de los primeros “inventores” de convertir la ampliadora en una máquina fotomecánica.

Y le puse lámparas, ponía la foto acá y en el portanegativos colocaba películas de alto contraste o cosas así. Utilizaba la ampliadora como cámara fotográfica y con películas de alto contraste; entonces puedes hacer lo que quieras: positivos, negativos, “sánguches”.

El afiche de la Reforma Agraria por ejemplo, el de Túpac Amaru, es uno de los cincuenta logros que tuve a la hora de hacer una interacción de “sánguches” de fotolitos 6 x 9. Había fotografiado tramas, Túpac Amaru en positivo, en negativo, en trama de otro tipo y así. Entonces simplemente con poner, sacar uno y otro obtenías una infinidad de variaciones, de resultados.

OSC: *Claro, con cada trama se producían moirés...*

JRD: *Moirés*, interacciones, aparecían y desaparecían imágenes. Eso es lo que pasó con esta imagen de Túpac Amaru. Hay cincuenta imágenes distintas simplemente por interacción de las superposiciones de no más de cinco negativos.

Entonces, para mí, el laboratorio fotográfico era un mundo al que le tenía miedo porque no salía en seis, siete u ocho horas. Me sacaban ya asfisiado.

OSC: *Ja, ja, ja.*

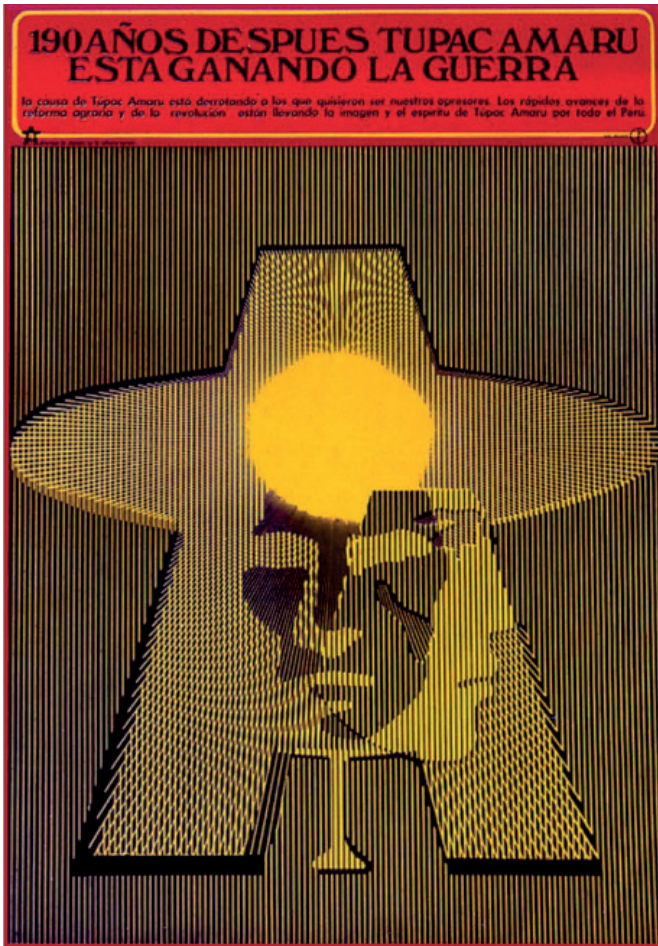


Figura 291: Afiche elaborado con tramas fotomecánicas a partir del logotipo Túpac Amaru y utilizando versiones de frente y de perfil.



Figura 292: Logotipo Túpac Amaru de frente.



Figura 293: Logotipo Túpac Amaru de perfil.

JRD: Bueno, adonde íbamos. Fotografía en función del diseño gráfico, ilustración de periódicos. Yo he hecho ilustración de periódicos hasta para el *New York Times*, para varias revistas norteamericanas, para *El Comercio*, ilustración editorial, caricatura política, diseño, diseño de periódicos completos en el caso de *La Crónica*...

OSC: Eso recuerdo, era todo el diseño, pero lo que más recuerdo eran unos alfabetos.

JRD: Ah, alfabetos, tengo un montón de alfabetos, con motivos chavines...



Figura 294: Alfabetos.



Figura 295: Alfabeto con sugerencias formales incaicas.

OSC: Me gustaría ver páginas donde hayan salido. Yo recuerdo haber visto, pero no he guardado porque a veces no se guarda lo que pasa por la mano de uno. Con el tiempo recién se ve la...

JRD: Aparte de *La Crónica*, hicimos para *La Tercera*, *Variaciones*... todavía tengo eso.

OSC: Si tienes la página completa mejor, así se ve cómo está actuando el alfabeto. Recuerdo uno que era *Paracas*.

JRD: *Paracas*. Y en los setenta diseñé unos quince alfabetos completos de tipografía. Aparte de eso, cientos de logotipos para empresas, para compañías; cientos de afiches...



Figura 296: Isotipo para FOPTUR.



Figura 297: Diseño para asociación ecologista.



Figura 298: Alfabeto con aplicaciones ornamentales, compuesto a partir de motivos en negativo provenientes de la cerámica Nasca.

OSC: Los jóvenes que se interesan en tu trabajo tienen a la vista lo que está en Internet, la serie de Memorias de la ira o los afiches de la Reforma Agraria, pero eso no es lo más...

JRD: Yo sigo haciendo afiches, este año habré hecho unos diez para la Universidad Ricardo Palma (URP). También he hecho afiches internacionales para la Gran Feria de Arte Latinoamericano en Cádiz, de Danza Latinoamericana. Bueno, el último fue el de la UNAM de México y afiches institucionales de eventos culturales para la URP. Serán unos cuarenta afiches, así de simple.

Pero el trabajo más querido para mí es la revista *Martín*. Son 27 números donde he mantenido desde el primero hasta el último una propuesta de algo que yo llamo poesía visual. Cada número tiene un mínimo de 16 páginas a color, que es un poema visual dedicado al personaje del que trata la edición. Te acerco a su *ars poetica*, con una imaginería alusiva a sus obras más importantes, a sus principales metáforas visuales y uso de todo: desde fotografía pura hasta fotografía intervenida, pintura, dibujo, hago acuarela, pinto con óleo, con acrílico.

A mí no me paga nadie por hacer eso, yo soy el impresor nada más. He tomado esa revista como un proyecto personal, tanto así que hay un texto al final del crédito donde digo que cedo solamente para esta primera edición el derecho a las imágenes, porque siguen siendo mías. En esa revista he puesto gran parte de mi creatividad y de mi trabajo actual, aparecen fotos más tomadas en la India, en Camboya, en China; es buen pretexto para publicar ahí. Esta es una parte entonces, el diseño gráfico lo sigo haciendo, y en esa revista trabajo con programas de computadora, pues estoy diseñando ahora, pero también ubico en esa misma revista fotografías antiguas, fotoquímicas, *vintage* de los años sesenta y también fotografías contemporáneas y cosas pintadas a pulso.

He hecho bastantes tipografías y las sigo publicando en algunos números de la revista. Una que no ha sido publicada pero ya la he presentado en varias obras es una tipografía completa que la llamo Guaman Poma de Ayala, extraída en base a estudios de todos los titulares y manuscritos de este cronista. Tengo el *set* completo, ya digitalizado, el diseño editado y todo, ¿ah?

Esa es la parte del diseño gráfico, está el diseño gráfico tradicional, diagramación, tipografía, diseño institucional, diseño de periódicos, revistas, libros, afiches, toda la folletería, páginas *web*, CD-ROM, ahora ya no está tan de moda, pero he hecho un par de ellos, uno con la obra de Szyszlo. Tenía el proyecto de hacer

una biblioteca de CD-ROM, de pintores, me quedé solamente en el primero. ¿Quiénes seguían? Revilla, Shinki... pero paralelamente he estado trabajando en la revista *Martín*. Viene acompañada de la versión digital, con cuatro o cinco videos y alguno ellos ha sido colgado en Internet.

¿Qué más he hecho en diseño gráfico? Bueno, he hecho de todo. Todas las carátulas de la revista *Amaru*; otro paquete es el de la revista *Educación*, ahí es donde yo hacía de todo: diseño, ilustración, cosas en colores, jugábamos mucho con la tipografía y con el laboratorio para procesar e intervenir fotografías. En la revista *Textual* también hice ilustración, fotografía y diseño.



Figura 299: *Textual* N° 7. El motivo del arcoíris integra la composición, abarca carátula y contracarátula.

El conjunto está conformado por figuras compuestas en repetición al espejo, desarrolladas en base a modelos moche provenientes del antiguo Perú; colocadas sobre un fondo cuyas olas se organizan también en estructura de repetición, y trabajados según el sistema de colores planos para impresión en *offset*.

OSC: Y en Textual colaboró también a veces Emilio Hernández.
 JRD: Emilio, claro. Yo trabajaba en *El Dominical* de *El Comercio* y tengo ilustraciones editoriales tuyas. Convocamos a un concurso para afiches de Reforma Agraria y ganó Emilio. En el jurado estaban Winternitz, yo y otras dos personas.

Está toda la época de Sono Radio, toda la época de FOPTUR haciendo folletos y afiches, toda la época de los periódicos, *La Crónica*. He estado en *Oiga* haciendo fotos, he trabajado en *El Comercio* haciendo ilustración editorial, aparte de *El Dominical*. He trabajado en *El Diario de Marka*, diseñando, haciendo diagramación y el suplemento; en el diario *La Voz*; en el diario *la República*, desde el logotipo... he hecho bastante periodismo, cine animado, multimedias, CD-ROM.

Y en pintura, la tradicional, toda la época *pop*, *pop* político, *pop* ahorado, dentro de los cuales están los afiches de Reforma Agraria, los trípticos profanos que son la última cosa que he hecho con los presidentes presidiarios, las chicas superpoderosas, los chicos superpoderosos.

Hay un proyecto para el 2017⁶ en el Parque Balboa de San Diego, California. Voy a hacer cuatro esculturas de seis metros de alto por seis de ancho con trípticos profanos, cada tríptico tiene dos caras: tres imágenes para acá y tres para allá de indios luchadores de toda América.

OSC: ¡Qué interesante!

JRD: Túpac Amaru, Toro Sentado, Caballo Loco... todos.

OSC: ¡Qué bonito, qué bello!

JRD: Es un proyecto de la Fundación Getty, me han convocado para hacer eso; el mes pasado ha estado acá la gente de la UNAM y de la Fundación Getty para coordinar esa muestra. Va a ser una cosa muy grande, sobre los indigenismos en América. Es la gente que contacté en la UNAM.

OSC: Bueno, el caso es que ellos lo han sabido ver también.

JRD: Pero casi salió por azar, porque me invitaron para la UNAM. Yo había preparado una cosa un poco más académica y la llevaba en un disco portátil de 500 GB. A la hora de pasar por la aduana, estaría mal protegido, se borró el disco en los rayos X, desapareció toda la



Figura 300: Afiche de la exposición pictórica *Memorias de la ira*. La serie está compuesta por imágenes que nos informan, reclaman y enrostran dramáticamente; prescinde de textos, globos o cartelas, despreocupándose de ser pintura o diseño. El mensaje, de proyección ecuménica, es mejor asumido en última instancia por un lector ideal; es decir, informado dentro del contexto; al menos para calar en profundidad en lo referente a algunos aspectos locales.

información y faltaban dos días para mi presentación. Cuando descubrí que no tenía el archivo, me encerré con la computadora a fabricar una cosa improvisada, saqué de acá, de allá y armé una exposición donde presentaba nada más que los afiches de la Reforma Agraria y *Memorias de la ira*. “Solo esas dos cosas—pensé—, no tiene sentido”. Pero no había otra opción, y tenía mi texto.

De repente presento esta cosa, no lo había ni ensayado porque estaba como loco tratando de pegar todo, y a medida que iba presentando las imágenes con todo ese auditorio que daba miedo, porque había estudiantes,

6 Las entrevistas a Jesús Ruiz Durand se realizaron desde enero de 2014 a enero de 2015.

7 “En el fondo, la forma es estéticamente válida en la medida en que puede ser vista y comprendida según múltiples perspectivas, manifestando una riqueza de aspectos y de resonancias, sin dejar nunca de ser ella misma (un cartel que indica una calle, en cambio, puede ser visto sin posibilidad de duda en un solo sentido; y, si se transfigura en cualquier fantasmiosa interpretación, deja de ser *aquel* cartel indicador con ese particular significado). En tal sentido, pues, una obra de arte, forma completa y cerrada en su perfección de organismo perfectamente calibrado, es asimismo *abierto*, posibilidad de ser interpretada de mil modos diversos sin que su irreproducible singularidad resulte por ello alterada. Todo goce es así una *interpretación* y una *ejecución*, puesto que en todo goce la obra revive en una perspectiva original” (Eco, 1992: 33).

aparte de todos los sabios... y veo que mi discurso tenía sentido: primero todos estos indios, campesinos, con colores, con una cosa de esperanza, la Ley de Reforma Agraria, y de pronto toda esta cosa de luto, de matanza, la guerra sucia, mis amigos de Uchuraccay... y yo sentía la coherencia del discurso, la presencia de las poblaciones originarias: campesinos, indios, con esperanza, sin esperanza, maltratados, no hay posibilidad, sí hay posibilidad. Voy a presentar el texto, lo vas a leer. Hablo de que hemos tenido una serie de emancipaciones que han beneficiado a cierto tipo de clases sociales que somos nosotros, pero los indios-indios, los campesinos-campesinos, los selvícolas son seres que están ignorados, están descontados; ni siquiera existen en términos de clases sociales, ¿sabías?

Entonces hay que considerar esta presencia, además continental, desde el Polo Norte hasta el Polo Sur; estos indios ignorados, pisoteados, y más aún ahora, amenazados con ser desaparecidos como grupo humano cultural porque les están robando, quitando, vendiendo sus tierras, sus lagunas. Con la minería internacional y los presidentes y los ministros, se venden y se compran baratísimos, entonces tú te puedes comprar una, ahora lo están haciendo, se han comprado todo el Perú, toda la selva está casi lotizada y se sigue vendiendo, caso Conga, caso las minas de los chinos, todo es un escándalo así, feroz. Con el pretexto de la inversión hay que hacer que los indios no protesten y hay que vender todo. Estamos en esas, la gran lucha a nivel universal es la gran minería, el gran capital, el narcotráfico, que quieren tragarse todo lo que puedan.

OSC: *¿Pero quién para eso, quién lo detiene?*

JRD: Ahora mismo estás viendo todos los días que el Perú es un país que camina en función del delito, Todos son corruptos, el Congreso es corrupto, el Poder Judicial es corrupto, el Poder Ejecutivo es corrupto. Los congresistas solo se reúnen para dorar la píldora, para hacer un blanqueo del delito. Los corruptos investigan a los corruptos.

OSC: *Ahora, ¿qué lugar tiene este momento de reflexión, la conferencia, tu presencia en este discurso en el proyecto para el 2017? Es tener una presencia, pero no modifica...*

JRD: Hay algo que se puede trabajar dentro del campo del arte todavía. ¿Para qué sirve eso? Yo creo que sí sirve.

OSC: *Es como tener voz, pero no tener voto.*

JRD: Pero mira lo que está pasando a nivel continental: todos los indios se están conectando; los movimientos apaches, todos los pieles rojas están conectados con los aimaras, con los quechuas, con los mapuches.

Yo he estado en el 2010 en un congreso de tejedores americanos en el Cuzco, desde pieles rojas hasta mapuches; todos están interconectados y tienen una gran movilidad para reunirse, hacen congresos. Y justamente la gente de la UNAM que estaba ahí, que tiene interés por lo que es población originaria, llámense indios, fue la que captó la esencia.

Todavía hay partes sanas dentro de la conducta urbana. Mira, estaba viendo una serie que trata de Ciudad Juárez y de El Paso. La primera es la última ciudad limítrofe de México antes de los Estados Unidos, y allí desde hace diez años está pasando algo terrible, terrible. Habrán matado a unas veinte mil mujeres, jóvenes, casi todas hermosas. Cada semana aparecen descuartizadas cuatro, cinco o diez mujeres, tanto así que uno de nuestros mejores escritores continentales, Roberto Bolaños, fue hasta allá para escribir una novela sobre eso.

Y esta serie de televisión trata de todo lo que pasa ahora en Ciudad Juárez y en El Paso, la ciudad "gringa" que está al frente. Tráfico de drogas, todo México está vendido al Cártel de Sinaloa y, dicho sea de paso, toda América es propiedad de ese cártel. Recién están apareciendo acá noticias con ese dato, pero es eso: desde el presidente hasta el último policía están comprados en México.

En esta serie aparece también el problema de las chicas. ¿Qué pasa con ellas? En Ciudad Juárez existen lo que se llaman las maquiladoras o fábricas. ¿De qué? De todo. ¿Qué hacen en una maquiladora? Hacen ropa, ropa de marca falsificada, arman computadoras, arman pequeños aparatos electrodomésticos, donde se requiere precisión y trabajo humano. Entonces la gente vende su trabajo y su tiempo ahí.

Esta maquiladora funciona las 24 horas del día por turnos y generalmente contrata gente joven. Todas las chicas que quieren pasar a Estados Unidos hacen su estación en Ciudad Juárez para trabajar y ganar algo de plata, con la esperanza de cruzar la frontera.

Es un punto neurálgico del tráfico de drogas, todos los cárteles están ahí, el Cártel de Tijuana sobre todo, y todo el dinero sucio se mueve ahí. La policía, el FBI, la DEA y todos los organismos que estudian, reciben y controlan el narcotráfico están metidos ahí y en la trama de la serie sucede todo esto: los descuartizamientos de las mujeres, las desapariciones, las interacciones de la policía mexicana y la policía norteamericana, la presencia de los grandes cárteles, las grandes mafias que tienen comprados a todos, empezando por los jueces y por los

comisarios. La serie ya estaba en su segunda temporada y lo último que he sabido es que la han suspendido, la han cortado. ¿Por qué? Porque justamente estaba en el punto donde era tan evidente la corrupción, donde el FBI, la DEA, la policía norteamericana, la policía mexicana, todos estaban coludidos dentro de unos negocios turbios. So pretexto de investigar e infiltrarse estaban directamente metidos, moviendo y usufructuando el dinero del narcotráfico.

OSC: *Tal como acá...*

JRD: Mira, para la historia, yo fui la primera persona que introdujo el diseño gráfico en los periódicos. ¿Cuándo fue esto? Fue en *El Diario de Marka* y en el diario *La Voz*. Yo siempre andaba investigando cuestiones de computadoras y en esa época aparece por primera vez una impresora láser y también la segunda computadora Macintosh, que es la Mac Plus. Con ambas conectadas, uno de los primeros programas fue el PageMaker, de modo que tú podías diagramar en la pantalla e imprimir el resultado. Esta primera impresora láser costaba carísimo, había que dudar entre comprarse una o comprarse un carro. Pero yo les dije a los dueños del periódico: "Vamos a ahorrar un montón de dinero, no vamos a necesitar fotomecánica ni linotipo, ni la Composer de bolita, ni la Ludlow. Vamos a poder corregir". Entonces compraron una Macintosh 512 y una impresora LaserWriter. La ventaja era que tú podías imprimir en papel Canson, ese medio transparente, y en las opciones de la impresora podías voltear al espejo e imprimir de frente. Eso te permitía quemar placas, quemar planchas, porque la parte de la letra estaba abajo, no tenía que atravesar el papel, hacía contacto directo con la plancha ¡y maravilla, pues!

Así hicimos el primer periódico digital en el Perú. ¿Quién traía la LaserWriter? La traía la Xerox y recién apareció una pequeña tienda de Macintosh acá. Qué épocas. Y *La Voz* fue el primer periódico diseñado en computadora.

OSC: *Sí, porque la diagramación no estaba tampoco en manos de diseñadores. ¿Tú recuerdas qué revistas han empleado diseñadores para diagramar? Porque siempre lo hacía alguien que se había formado dentro del periodismo, como Francisco Borjas "Borjita", por ejemplo en Caretas, ¿no? La experiencia que más recuerdo ha sido la de Juan Cuadrado, en Íntima, pero no sé si antes de eso alguien había hecho diagramación.*

JRD: Mira, yo aprendí mucho de Paco Igartua. Él mismo diagramaba *Oiga*, tenía sus pautitas, su tipómetro, cortaba, pegaba, acomodaba.

OSC: *Claro, pero ese es el caso del periodista, del redactor, del hombre de comunicación que diagrama, pero yo te hablo de gente que tuviera formación plástica, como ocurrió en la revista Íntima, cuyo primer número salió en el 63.*

JRD: Claro. Yo he trabajado con Juan Cuadrado,

OSC: *Yo creo que esa fue la primera que se hizo, digamos, con la intencionalidad del énfasis profesional, porque Cuadrado hizo Íntima con Pérez Celis y me acuerdo de que él lo mencionó varias veces: "Aquí nadie hace diagramación con un diseñador que tenga formación de artes plásticas".*

JRD: Pero sí había: Bracamonte.

OSC: *Creo que Cuadrado se refería a las revistas que salen periódicamente, no a las, digamos, tipo memorias o revista cultural tipo Fanal o Copé.*

*

Según se ve, la labor de Ruiz Durand en diseño y comunicación es informada. Para algunos su actitud puede resultar contestataria, pero en todo caso no es gratuita, tanto que se expresa en la otra cara: su labor docente.

Jesús continúa en actividad, recibe encargos regularmente y presenta exposiciones propias. Uno de los objetos visibles es la revista *Martín*, que desde su primer número incluye una propuesta en la línea de lo que él llama poesía visual y que es producida digitalmente.

Víctor Escalante

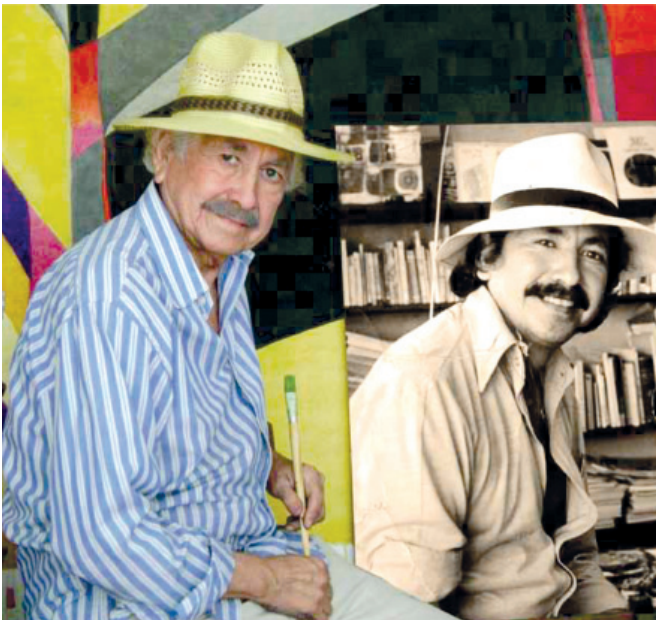


Figura 301: Víctor Escalante.

Escalante (1938) tuvo como inicio el vínculo directo con nuestros antecesores, los diseñadores suizos. Comenzó su aprendizaje al lado de Markus Barandún, en cuyo estudio permaneció hasta 1965. En esos tiempos tempranos nos frecuentamos con cierta periodicidad natural y aleatoria, alguna vez coincidimos colgando elementos decorativos en la fiesta anual del Club Suizo o comprando algún material para diseño en las tiendas del centro de Lima. Al respecto, el recuerdo de Víctor es también sentido: “Mi suerte y destino fue haber conocido a Markus Barandún por casualidad y trabajar bajo su tutela por cerca de cinco años, tiempo en el que inoculó en mí para siempre ese bicho llamado diseño gráfico, nombre nuevo en el ambiente del arte y de la publicidad de nuestra conservadora pero cambiante Lima de entonces. Por él pude descubrir una profesión que requería de un duro trabajo, pero que a su vez era sumamente cautivante⁸...”

Su vida profesional dedicada al diseño gráfico ha sido prolífica. Ha producido diversas obras, desde afiches y logotipos hasta ilustraciones y diagramación, frecuentando el mundo de los poetas, donde se encuentran muchas carátulas y diagramaciones.

Las varias exposiciones que ha realizado recientemente muestran su producción desde sus inicios hasta la actualidad. Esta mirada panorámica y secuencial permite apreciar cómo en el tránsito hacia una preferencia de mayor soltura formal fue cargando progresivamente el peso sobre un personal estilo

pictórico, en desmedro de las iniciales estructuras ortogonales, por ejemplo en el afiche-catálogo de la muestra *Así pasen 50 años*. Esa exposición, que presentó en ocasión de conmemorar sus cincuenta años de vida profesional, tomó la forma de una retrospectiva de su producción gráfica. En el catálogo leemos:

En Víctor Escalante hay una vocación y una dedicación a toda prueba. Su labor abarca el diseño, la ilustración, la diagramación, la pintura. En síntesis: la búsqueda constante de la forma y el color, aspiración de un auténtico artista ajeno a arriar sus banderas. A toda esa labor se suma su trabajo periodístico, su hermandad con la literatura, elementos que dan a sus creaturas esa agilidad e innata sabiduría de quien sabe que el arte nace con uno, pero también puede morir en uno. Los trabajos gráficos de Víctor Escalante, por su aparente simplicidad de trazos y matices parecieran ser el desborde lúdico de quien coge un lápiz, una pluma o un pincel. Y creo que allí está su mayor altura. Acaso llegar a la sencillez no es el camino más difícil del creador. Estos cincuenta años del artista Víctor Escalante son pues una celebración al esfuerzo y al talento de quien se prodiga con exuberancia y generosidad a la creación de obras difíciles de encasillar en un solo género (*Jorge Díaz Herrera*).

La exposición se completa con pinturas en gran formato, que es la línea hacia donde ha virado en los años recientes, sobre las cuales el propio artista aclara:

Sigo en la brega, ahora abocado casi por completo a la pintura, la cual descubriera hace treinta años gracias a la inspiración de Leonardo, El Greco, Chagall, Klee, Kandinsky, Picasso, Miró, Sérvulo y Szyszlo; pero sigo siendo el aprendiz de conocimientos. Ahora trato de llegar a la meta que todo artista soñador aspira, disfrutar el mundo que uno se imagina, pero también hacer disfrutar con tus sueños a todos los que puedan contemplar tu obra, los cuales suelen ser más vastos que la propia vida.

Entre su producción encontramos que sus obras más tempranas han sido elaboradas dentro de un lenguaje formal ajustado a las usanzas estilísticas del momento, tales como la composición mesurada que ubica

8 En el catálogo de su retrospectiva *Así pasen 50 años*. Centro Cultural de la Casona de San Marcos, agosto de 2012.

elementos geométricos, la disposición ceñida a la retícula subyacente y en general las maneras correspondientes al llamado diseño gráfico internacional, lo que es notorio por ejemplo en la carátula de la revista *Pesca* confeccionada en 1963.

Esta línea de producción mantuvo su dirección, evolucionando e incorporando algunos otros elementos de acuerdo a las corrientes nuevas que han ido

apareciendo, como se ve en el afiche *José Carlos Mariátegui*, donde la elección de una composición asertiva, que en ocasiones cierra mediante un marco contundente de línea gruesa, es acompañada en este caso por un fondo de puntos de proveniencias, alusiones y significaciones varias, desde la irrupción como estilística novedosa de las formas *op*, hasta la disponibilidad en el mercado local de las tramas adhesivas.



Figura 302: Diseño gráfico de afiche José Carlos Mariátegui.



Figura 303: Ilustración pictórica. Libro *Como una espada en el aire*. Generación poética del 60. Óscar Araujo León.



Figura 304: Libro-objeto de poemas. *Las crías de los huevos de mármol*. César Toro Montalvo, 1974.

Desde entonces, sin embargo, una cierta predilección por un tipo particular de ilustración con colores y formas abstractas fue adquiriendo presencia, dando por resultado afiches y portadas de un pronunciado pictoricismo: tal es el caso de *Como una espada en el aire*.

Otra característica marcada de la obra gráfica de Escalante es su permanente actitud exploratoria, tanto en los recursos plásticos como en los medios técnicos.



Figura 305: Portada pop para el semanario *Caretas*, 1974

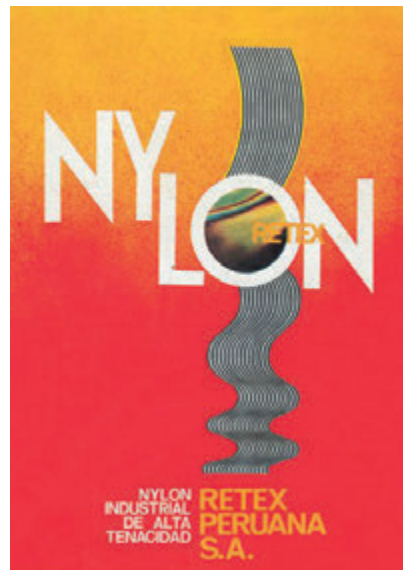


Figura 306: Afiche para Nylon, 1963.

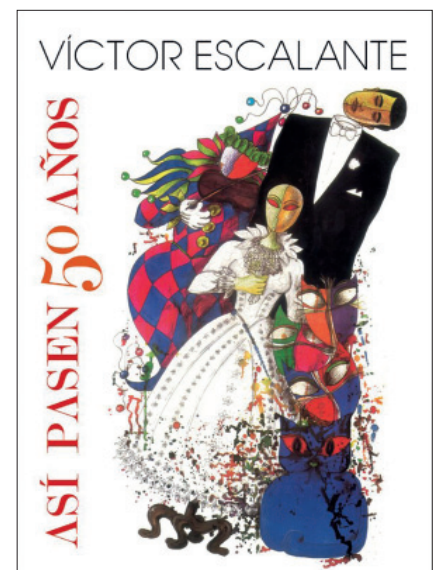


Figura 307: Catálogo de la exposición *Así pasen 50 años*.



Figura 308: Alfabeto. Al fondo, sobre el muro, el diseño de un alfabeto personalizado. En primer plano, "páginas" de madera con texto utilizando ese alfabeto.

Innovación, exploración, singularidad son la marca en los diseños de Escalante, cuyas obras portan siempre un toque original, un matiz creativo, como en el libro hecho de madera y escrito según un alfabeto de su creación.

Víctor Escalante considera que ha producido de todo, desde afiches y logotipos hasta dibujo humorístico. Su labor temprana orientada a la edición de poesía bajo su propio sello Arte Reda es referida como su hermandad con la literatura por Jorge Díaz Herrera.

Su perspectiva actual, vinculada a la pintura, se expresa en sus propias palabras: "Ahora trato de llegar a la meta que todo artista soñador aspira".

Ciro Palacios



Figura 309: *Ciro Palacios*.

Ciro Palacios Garcés (1943) es artista plástico, diseñador y filósofo. Licenciado en arte por la PUCP, sus inicios en el diseño fueron al lado de Claude Dieterich. Tiene un diplomado en México ("El diseñador gráfico como estrategia de la comunicación visual") y otro en *colleges* de Canadá ("Metodología de la enseñanza de las artes visuales y creativas"). Es magíster en filosofía y ha hecho un doctorado en la UNMSM. Fue profesor en la Universidad de Lima. Ha participado en exposiciones nacionales e internacionales, y su obra pictórica se encuentra en museos nacionales y extranjeros.

La formación inicial de Palacios como pintor, con exposiciones y obra conocida, le ha valido un prestigio como productor de obra de arte; más adelante su labor

docente ha sido significativa en el área del diseño que se inscribe dentro de la comunicación. Aquí trataremos de su labor personal como diseñador. La información fue recogida en entrevista personal; aunque fue una conversación muy fluida, consideramos más adecuada la presentación en primera persona.

Ciro Palacios: Estudié la secundaria en el Seminario Santo Toribio de Mogrovejo en Pueblo Libre. Entré a los once años. Desde allí comencé haciendo dibujos, pues como vieron que tenía habilidad siempre había algún encargo, cosas decorativas, ilustraciones, tarjetas, y otras que aun siendo neófito en el asunto uno puede hacer. En una oportunidad me encargaron hacer unos dibujos para una revista que se difundía a través de las iglesias: los hice; cuando trajeron las revistas y al abrirlas vi mis dibujos ahí me impactó. Creo que eso fue lo que me marcó para iniciarme en el mundo del diseño. Además, los curas tuvieron la buena idea de llevarme a exposiciones; cuando había una exposición de pintura... "¡vamos *Ciro!*", o una exposición de fotografía... "¡ven *Ciro!*". Hasta que un día me di cuenta de que mi vocación no era la carrera eclesiástica.

Continué la secundaria en el Melitón Carbajal. Como vivía por Chorrillos vi que por el camino había una imprenta, un día me bajé y fui a preguntar si necesitaban alguien que les hiciera dibujos. "¡Sí!", me dijeron. Así que les hice unos para fotograbados. Y me pagaron. Entonces

visité otras imprentas, claro que no cobraba mucho, pero así fui adquiriendo el conocimiento del oficio, de ese mundo; fui ingresando a los talleres para conocer desde dentro y saber cómo se deberían hacer los dibujos para que se reproduzcan bien. En ese tiempo lo que imperaba era la tipografía, el *offset* apenas.

El siguiente paso fue que se me ocurrió matricularme en la Católica. Empecé a estudiar en la Escuela de Artes Plásticas en la plaza Francia. Un día, estaba en primer año, vi en la vitrina una carta que me llamó la atención por su logotipo. Allí se mencionaba que se requería un asistente para un diseñador gráfico francés que había llegado a Lima. Era un estudio de arquitectura, los arquitectos Seminario y Günther, el decorador Hermann Braun; y ahí estaba Claude Dieterich. Mi primer encuentro fue bastante difícil, Claude no hablaba nada de español y yo nada de francés, era 1961 y yo fui su primer asistente. Pese a que casi no hablábamos aprendí mucho de él, era muy riguroso y me mostraba cómo debía hacerse; descubrí lo que era el diseño, la tipografía. Entonces uno tenía que dibujar sus propios alfabetos o si no utilizar los tipos de caja, que era lo que había, a uno le daban las pruebas en papel Couché. Estuve como dos años. Hasta que un día Claude viajó a la selva.

Yo seguí con mis estudios de pintura en la universidad y no me puedo quejar, ahí tuve buenos maestros. Mi maestro más querido fue Szyszlo. Con Winternitz no tuvimos mucha empatía porque él era muy selectivo, tenía ideas muy precisas, era un abstracto informalista. Un día, cuando ya estaba en cuarto año, lo llamé y al ver mi trabajo dijo que cómo era posible que estuviera pintando esas cosas. Ya no lo llamé más.

Yo había visto que en Bellas Artes hacían figura, aunque fuera con las esculturas del patio. Y le reclamé eso a Winternitz; tanto que para dibujo anatómico llamé a un médico que no hacía dibujo pero sí le gustaba el arte y nos mostraba las partes internas del cuerpo, nos daba modelos y notaba si seguíamos sus indicaciones.

Me ha influenciado Mondrian, por la construcción del espacio. Empecé a hacer una pintura con planos de color pero no puros sino mezclados, pura geometría y trataba de encontrar la armonía del conjunto. Y recuerdo que un día entró Winternitz.

—¡A ver, quiero ver lo que está haciendo!

—¿Qué? ¡Eso no se hace acá! Eso es Mondrian.

—Pero no es como Mondrian —le dije.

—Ya sé que no es, pero debe usted ser más libre, la geometría lo va a entorpecer.

En cambio con Szyszlo fue diferente, él si miraba lo que yo hacía; su pintura es más potente, y aunque nunca hice nada a su manera, sin embargo me aceptaba y me daba indicaciones. Tuve otros maestros externos, como Manuel Viola, del que fui asistente cuando hizo un mural para la Embajada de España en la Feria del Pacífico. También expuso en el IAC, unos cuadros inmensos; era un pintor abstracto, informalista, de gran energía. En todo el tiempo que estudié en la Católica hice diseño para ayudarme en mis estudios.

Recuerdo que uno de los cursos que llevé se llamaba gráfica o algo así. Era una cosa indefinida con muy poca teoría, un discurso medio vago no muy coherente con la práctica. La profesora tuvo que irse y una exalumna que volvía de Europa se hizo cargo por poco tiempo; duraban poco esas profesoras. En ese curso nos encargaron hacer afiches. Como yo ya había estado con Claude apliqué recursos que mis compañeros no tenían y se preguntaban: “¿Cómo lo hace?”.

Entonces llegó a Lima una compañía ensambladora de automóviles que convocó un concurso para su emblema, y participamos. Quedaron sorprendidos porque no solo alcancé uno de los premios, sino que le gané a la profesora. Fue mi primera premiación y la universidad recibió felicitaciones. Cuando terminé la carrera y empezaron las exposiciones tuve que dejar la gráfica. Expuse en la Bienal de São Paulo y fui a Cuba con Bracamonte. Siempre admiré su trabajo. Luego él se asoció con Carlos González.

Mucho tiempo después de haber puesto la galería Trapecio con Milner Cahuaranga y Hugo Camandona, tuvimos que armar un *stand* de feria para Tekno; lo hicimos en el taller de Mario Piacenza, cofundador de Tecnoquímica. Camandona era un técnico que conocía de todo, soldadura, en fin, pero las letras las hice yo. Y Mario al ver que yo hacía tan bien la tipografía me preguntó si quería hacerme cargo de la gráfica para Tecnoquímica. Y así empecé nuevamente con toda la folletería, etiquetas, envases.



Figura 310: Marca símbolo del Estudio de Diseño Ciro Palacios, 1980.

La época también se puso difícil para la venta de obras, los coleccionistas que había aquí se fueron, solo se hacía una que otra para algún banco. En mi estudio de la avenida Armendáriz atendía diseño para varios clientes, para Abril de Vivero de laboratorios Rousell hacía la folletería y los paneles para los eventos. Había que recortar letra por letra y pegarlas, aún no existía Letraset ni letras recortadas, todo se hacía a mano.

Cuando Mario Razzeto empezó a trabajar para el diario *Correo* me invitó a diagramar un suplemento que se llamaba *Suceso*, pero no duró mucho tiempo.

Ahí estaba también Borjas, un buen diagramador que venía de *Caretas*, él hacía diseño editorial, no diseño publicitario. También diagramé en *El Comercio* como un año.

Tiempo después Mario pasó a la Universidad de Lima. Me recomendó para hacer un dibujo, luego me encargaron la revista de la universidad y a la rectora le gustó. Cuando Desiderio Blanco, que era director del programa, necesitó un profesor para el curso de técnica gráfica y diagramación, me invitaron a dictarlo.

Ahí empecé, con un grupo y dos horas semanales. Luego fueron dos grupos. Un día me dijeron: “Estamos construyendo el edificio de la facultad, desde ahora tenemos que ir programando los talleres, va a haber taller de televisión, de fotografía, de diseño, hay que preparar los sílabos... y le vamos a dar tiempo completo”.

Así estuve en idas y venidas para atender mi estudio solo por momentos. Hasta que me avisaron que iba a haber un concurso para plazas, de modo que participé. Cuando pasé de contratado a nombrado comencé otra etapa de mi carrera, ahora como docente.

Mi experiencia previa en la docencia había sido dictar un curso de estudios básicos o generales en San Marcos hacia los setenta, por un año. Allí me llevó Winston Orrillo. Un salón inmenso como de 300 alumnos, estudiantes de todas las carreras, dialogábamos sobre arte y pintaban.

Otra cosa, durante el gobierno militar hubo la reforma educativa con Augusto Salazar Bondy y se implementaron las escuelas superiores de educación profesional (ESEP). Fui de los primeros profesores en enseñar, había una ESEP en San Miguel y me encontré con que el nombre del curso existía: diseño gráfico, pero no tenían sílabo; así es que construí algo como para chicos que estaban en tercero de secundaria y que pensaban salir a trabajar. Tenía como un año enseñando cuando salieron unas becas para Canadá. Los canadienses, muy interesados en la reforma educativa, vinieron a invitar a un grupo de profesores para viajar a conocer los métodos de enseñanza de los *colleges*. La experiencia fue amplia, incluso enseñé allí y todo eso me fue muy útil después.

Con otro gobierno desaparecieron las ESEP, pero me satisface que los jóvenes egresados que presenté a algunas empresas para que hicieran sus prácticas consiguieron trabajo. Hubo un momento en que no descansaba: clases todo el día, diagramación de periódico en la noche, mi estudio desatendido. Tuve que escoger.

Finalmente cerré el estudio cuando decidí seguir una maestría de comunicación interactiva en la Universidad Autónoma de Barcelona. Después hice una maestría en filosofía en San Marcos.



Figura 311: Afiche y símbolo para seminario “Comunicación Gráfica y Globalización”.

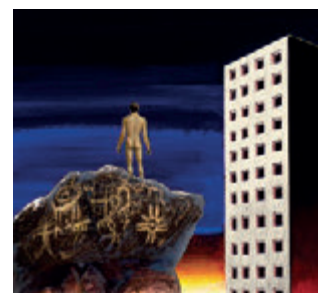


Figura 312: Ilustración para portada de *Contratexto*, revista académica de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

En Palacios es notorio su interés por cumplir metas. Fue profesor de lenguaje gráfico, estética, diseño gráfico y multimedia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima durante 35 años. Continúa produciendo y sigue profundizando en sus estudios.

Carlos Tovar



Figura 313: Carlos Tovar.

Carlos Tovar Samanez es arquitecto, diseñador gráfico e ilustrador. Se graduó en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI). Hizo un *stage* en diseño gráfico e ilustración en la Escuela Nacional Superior de Artes Decorativas de París.

Sus diseños, logos y afiches empezaron a verse en los setenta, años que estuvieron marcados por la efervescencia ideológica que imperaba en toda Latinoamérica, y que en nuestro país se expresaría a través de las acciones del autodenominado gobierno revolucionario de las fuerzas armadas iniciado por Juan Velasco Alvarado. Muchos cambios fueron propuestos entonces y el entorno gráfico desplegado por Bracamonte y Ruiz Durand desde los estamentos oficiales tales como Sinamos en campos como la Reforma Agraria mantendría su vigencia en los siguientes años. Es dentro de este contexto que empezó a perfilarse la figura de Carlos Tovar, quien puso en circulación sus propias propuestas visuales, tanto en los medios de la política cultural estatal como en la empresa privada. Su diseño se asentó como la obra de un artista gráfico de soluciones directas y equilibradas.

Nos es grato presentar los diseños de Carlos Tovar, pues en la actualidad su presencia en los medios de comunicación como el caricaturista “Carlín” ha alcanzado tal popularidad que lo primero que se sabe de él es que día a día sus exitosas caricaturas políticas aparecen rebotadas en las redes sociales informáticas, lo que le ha valido no solo el aplauso renovado del gran público, sino que ha posibilitado la publicación de libros con sus mejores caricaturas y comentarios sobre sus técnicas.

Tovar respondió acuciosamente vía *e-mail*. Transcribimos aquí el cuestionario y sus respuestas.

Inicios, maestros, influencias

¿Cómo te inicias en el arte?

Estudié arquitectura en la UNI y durante la carrera había aproximaciones al diseño gráfico. En el taller de diseño se nos pedía ocasionalmente crear afiches y así comencé a interesarme. Llegaban a la biblioteca, junto con revistas de arquitectura, otras de diseño gráfico como *Graphis* o *Novum*, que me fascinaban. Cuando terminé la carrera, empecé a trabajar como ilustrador y diseñador gráfico, y no como arquitecto. Tuve la suerte de ingresar al departamento gráfico de Sinamos, donde estaban Jesús Ruiz Durand y José Bracamonte, los famosos afichistas de la Reforma Agraria. Fue una suerte y un honor trabajar con ellos y creo haber aprendido algo de ambos.

¿Qué artistas te influenciaron?

Admiré mucho a los polacos Lenica y Cieszlewics, sobre todo. A los japoneses Fukuda y Tanaka. A los cubanos Muñoz Bachs y Beltrán. A los americanos Paul Rand, Milton Glaser y Saul Bass.

¿Qué maestros encauzaron tu obra?

Seguí un curso de caligrafía con Claude Dieterich, que fue fundamental para mi aprendizaje. Estuve seis meses con una beca en la École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de París, y tuve de profesores a Pierre Praquin, Jen Paul Reisner y Jean Lagarrigue, y en ilustración a Giannini. Aprendí mucho allí.

¿Qué esperabas del diseño en tus inicios?

De acuerdo con mis ideas de izquierda, quería aportar con el diseño gráfico, ayudar a cambiar el mundo, como lo habían hecho los afichistas de mayo del 68 en París. Mi militancia política me llevó a hacer afiches, logotipos y revistas para sindicatos y universidades. Yo aspiraba a contribuir al cambio social. En mis tareas como militante, en mi trabajo en Sinamos y posteriormente en teleducación, me interesaba llegar a sectores populares.

Después de trabajar para el Estado, a partir del 78 me desempeñé de manera independiente e hice trabajos para UNICEF, UNESCO, FAO y varias ONG. Poco a poco me fui dando cuenta de que mi fuerte eran los logotipos y la identidad corporativa.

9 El comentario de Tovar—apenas una mención sobre su preferencia estilística—permite algunos deslindes. La afinidad del joven arquitecto con la composición estructurada de módulos y diagonales es comprensible, más aún si en su formación temprana estuvo la lectura de *Graphis* y *Novum*, los órganos de difusión de la gráfica suiza que, por lo visto, a fines de los sesenta y comienzos de los setenta estaba vigente aun cuando él no la bebió de la fuente, pero que ya era de dominio internacional.

¿Cómo describirías tu arte, tu técnica, tu escuela o tu preferencia?
Creo que mis trabajos tienen un poco la marca del llamado “estilo suizo”.

¿Cuál ha sido tu trayectoria?

En 1974 gané el concurso para el logotipo de Ministerio de Comercio. Fui jefe de arte, escenografía y animación plástica en el Instituto Nacional de Teleducación (INTE).



Figura 314: Logotipo de Extebandes realizado a tinta, 1982.

En 1982 gané el concurso internacional para el logotipo del Banco Exterior de los Andes y España (Extebandes). He sido director de arte y luego director creativo en la agencia Causa. En 1994 gané un concurso privado para el logotipo de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp). En 2002 se me encargó el diseño del logotipo y la identidad corporativa de la Comisión de la Verdad y Reconciliación.

He diseñado afiches, logotipos, portadas de libros, maquetas de revistas, entre otras cosas (afiches de cine en los ochenta, las obras completas de José María Arguedas, los logotipos de Perú, Vida y Paz, del Consejo Nacional de Educación).



Figura 315: Isotipo Sunarp. “La Sunarp es un organismo descentralizado autónomo del Sector Justicia y ente rector del Sistema Nacional de los Registros Públicos, y tiene entre sus principales funciones y atribuciones la de dictar las políticas y normas técnico-registrales de los registros públicos que integran el Sistema Nacional, planificar y organizar, normar, dirigir, coordinar y supervisar la inscripción y publicidad de actos y contratos en los registros que conforman el sistema”. Se escogió identificarla por la propuesta imagen de un quipu.

¿Qué ha sido el arte para tu vida?

Como además del diseño gráfico he incursionado en la caricatura, la ilustración, el diseño de escenografías, la historieta, el video, el diseño de muebles e incluso la arquitectura, creo que el arte ha sido para mí un gran campo de exploración y un camino para mi realización como persona.

¿Has trabajado donde has querido?

Creo que sí.

¿Sientes que has logrado tus objetivos?

He logrado algunas cosas, pero siempre tengo proyectos por delante.

¿Tu mayor satisfacción profesional o artística?

El Premio de Periodismo y Derechos Humanos que recibí en 2009.

¿Qué proyecto estás trabajando ahora o qué tienes en mente?

Me he apartado del diseño y vivo de mi trabajo como caricaturista, con el objeto de disponer de tiempo para promover la jornada de cuatro horas como una conquista universal, mediante la cual obtendríamos el pleno empleo, la desaparición de la pobreza y el goce del tiempo libre. Para eso he escrito tres libros, he producido videos y doy conferencias en sindicatos y universidades.

Predilecciones, aficiones, complementos

¿Tienes alguna segunda especialidad, intereses, ideales, hobbies, pasatiempos?

Me considero más bien un gráfico de los setenta. Soy más conocido como caricaturista político. Me interesa y me gusta escribir ensayos, por eso he publicado tres.

¿Algún fundamento ideológico o filosófico determinante?

El fundamento para proponer la jornada de cuatro horas lo encontré en el marxismo, que vengo estudiando desde que estaba en la universidad.

¿Elementos indispensables en tu entorno?

Libros, televisión y cine.

Describe un día típico en tu vida como artista.

Hago una caricatura política diaria. Por las tardes trato de rescatar tiempo para mis ensayos, videos, presentaciones en Power Point y actividad en las redes virtuales para promover mi idea de las cuatro horas.

¿Qué es un diseñador gráfico? ¿Qué hace? ¿En qué consiste esta carrera?

Es un comunicador capaz de sintetizar un mensaje mediante imágenes.

¿Qué habilidades y aptitudes debe tener un diseñador gráfico?

Imaginación, entendida como capacidad de pensar por medio de imágenes más que de palabras. Dicho de otra manera, predominio del cerebro derecho.

¿Qué se debe tener en cuenta al hacer un diseño?

Un consejo que me dio Jesús Ruiz Durand: suprime todo lo que no sea indispensable.

¿Hay condiciones de trabajo deseables, ideales?

Tener tranquilidad, disponer de buenas revistas de diseño, que son el mejor estímulo, y gozar de la confianza del cliente para obtener de él una amplia libertad creativa.

¿Cómo pasa el diseño de los sesenta hacia los medios masivos y la digitalización?

Yo tuve la suerte de estar trabajando en una agencia de publicidad en los noventa, lo que me permitió seguir todos los cursos de diseño por computadora, que de otro modo seguramente me habría sido muy difícil.

El Perú como contexto

¿Consideras que el Perú influyó en tu desarrollo?

Creo que si hubiera estudiado formalmente la carrera de diseñador habría tenido mejor desempeño en este campo.

¿Escogiste estar en el Perú? ¿Piensas continuar aquí?

En 1988 estuve trabajando como caricaturista en Roma, en una revista de humor político. Me propusieron que me quedara, pero decidí regresar.

¿El Perú representa un reto especial para un diseñador gráfico?

Creo que el reto está en saber aprovechar la enorme riqueza del arte prehispánico y popular para alimentar nuestra imaginación.

¿Ofrece el Perú condiciones de trabajo especiales, ideales?

Por una parte tenemos un acervo enorme en el patrimonio artístico y cultural que otros países no tienen. Por otra parte hay un gran déficit en la formación en materia de arte desde la escuela primaria. En otros países nos llevan una enorme ventaja en esto último.

¿Qué opinas del arte actual en nuestro país?

Con la proliferación de escuelas de diseño gráfico han aparecido bastantes diseñadores muy buenos, aunque por otra parte han sido más absorbidos por la publicidad; en tanto que en la actividad cultural no se les ha acogido como debiera ser.

¿Cómo ves el arte contemporáneo, el diseño, los artistas, la cultura en general?

Creo que la cultura se ha desvinculado un poco del diseño gráfico. Los carteles de teatro, que en otros países han sido el gran terreno para el desarrollo de la gráfica, aquí y ahora son anodinos, salvo honrosas excepciones (el trabajo de Felipe Cortázar, por ejemplo). En los sesenta sí hubo esa conexión.

¿Qué es la creatividad? ¿Hay un proceso creativo? ¿Cómo es?

Es la capacidad de encontrar relación entre una idea y una imagen o entre dos imágenes aparentemente inconexas y que, al fusionarse, expresan una idea.

¿Computadora o lápiz y papel?

Computadora, pero con lapicero interactuando sobre la pantalla Wacom.

¿Cómo deben formarse los nuevos artistas?

Lo importante es hacerles entender que todo está en la idea y que las ideas creativas germinan en la mente, no en la computadora.

¿Qué se requiere más ahora? ¿Pensar? ¿Sentir? ¿Hacer?

Creo que lo ideal es tener la idea bastante clara antes de entrar a la computadora.

¿Lugar de la fotografía?

Es un ingrediente importante y en ciertos casos puede decirlo casi todo.

¿Si no fueras artista qué hubieras preferido ser?

Me gusta escribir y estoy tratando de ser escritor de ensayos. También me interesa la filosofía y ojalá llegue a tener tiempo para cultivarla.

¿El artista nace o se hace?

Ambas cosas. Quiero decir que necesita tener talento, pero sin buenos maestros ese talento puede no germinar o desperdiciarse.

*

La labor de Carlos Tovar en el diseño es consecuente con su información y conocimiento sobre temas de la realidad nacional, poniendo de relieve sus ideas de izquierda. Su trabajo en Sinamos, y posteriormente en teleducación, estuvo alimentado por una actitud de militancia política que aspiraba a contribuir al cambio social. Procuró asimismo atender a universidades y sindicatos con el fin de llegar a sectores populares.

Tovar está en plena producción, de hecho ha de continuar, sobre todo en la caricatura que es su rubro actual y que, por la misma razón, es política y es informada, de allí que resulta coherente y esclarecedora.

Señala que le gusta escribir, de preferencia ensayos, y manifiesta interés por la filosofía, sobre la cual ha iniciado estudios recientemente.

Eliseo Guzmán



Figura 316: Eliseo Guzmán.

Eliseo es arquitecto de profesión. Por los años setenta tuvo intensa actividad en la producción de sus propios diseños gráficos y su firma aparece en muchos afiches, folletos y carátulas de libros. Cuando puso un estudio con su compañero de promoción Carlos Tovar, también arquitecto, se vieron bastantes obras firmadas Guzmán-Tovar.

Dentro de nuestro trabajo resulta muy ilustrativo su relato de cómo se acercó al diseño, y también de cómo luego puso la distancia que mantiene hasta la actualidad. Recogemos aquí sus respuestas, sin las preguntas del cuestionario.

El “afiche es un grito en la pared” es una frase que leí algún día en algún libro y se ha perpetuado en mi memoria: esta frase es el resumen en sí de varios conceptos: síntesis, fuerza, transmisión de ideas. A esto se suma el resultado estético como un componente fundamental y que lo entiendo como expresión de respeto a los demás, lo que en términos radiales sería la audiencia, en este caso, la videncia; estos conceptos dieron rumbo a mi quehacer en el arte gráfico.

“Texto mínimo, una idea, una imagen”, “el afiche debe comunicarte su mensaje al paso sin detenerte”, son otras frases guía.

Entiendo que el arte gráfico tiene como finalidad esencial la comunicación de ideas, conceptos y sensaciones a través de la impresión manual o mecánica de imágenes producidas a su vez también por medios gráficos manuales o mecánicos, utilizando los diferentes recursos disponibles y que día a día se incrementan: lo fundamental es transmitir mensajes. La calidad y eficiencia de esta transmisión de mensajes dependerá del resultado gráfico y conceptual del diseñador que será el responsable de los resultados. Este resultado a su vez reflejará su bagaje cultural, su formación, la destreza en el uso de los medios, su concepción del mundo, ideología y posición política. En este aspecto el arte gráfico como todo arte no es apolítico, es aliado de quien tiene la decisión de su orientación y puede servir para quienes explotan al pueblo, así como en las luchas populares, donde cumple un papel fundamental en la comunicación, difusión y propaganda de sus intereses. Será a su vez una expresión del desarrollo de los medios de producción y de la lucha de clases en la sociedad en un momento dado.

Mi recorrido por las artes gráficas se inició el año 62 luego de terminar el colegio. Me presenté a un concurso de afiches sobre Garcilaso de la Vega, era un recordatorio por el 450 aniversario de su muerte. Fue una osadía de principiante, tenía sobre todo entusiasmo y alguna habilidad para el dibujo, pero no los criterios ni la práctica del arte gráfico; esto fue evidente en el veredicto del jurado, mi afiche estaba por allí en un rincón, avergonzado, y los ganadores en el sitio de honor.

Ingresé a la Facultad de Arquitectura de la UNI y en uno de los talleres hicimos un afiche sobre Pachacamac como un ejercicio de composición y color. Previamente se nos dieron algunos elementos básicos sobre el tema, el resultado fue muy positivo y se reflejó en la calificación, recuerdo las combinaciones de ocres y marrones con las sombras en los adobes.

Estando en la universidad, en 1965 tuve otra osadía, porque la compañía española de aviación Iberia convocó un concurso internacional de afiches con motivo de la Feria Internacional de Tauromaquia en Sevilla. Entre los jurados estaban Fernando de Szyszlo y el escultor Alberto Guzmán; robándole tiempo al estudio presenté un afiche en el límite del plazo por culpa del tráfico, había que entregarlo a las seis de la

tarde en la oficina de la compañía al costado del Hotel Bolívar, habían cerrado y lo pasé debajo de la puerta con la esperanza de que lo recogieran y... ojalá lo consideraran en el concurso.

Pasó una semana y todavía sentía la angustia de la entrega. En eso suena el teléfono y una voz femenina interroga:

—¿Se encuentra el señor Eliseo Guzmán?

—Sí, soy yo.

—¡Queremos felicitarlo porque ha obtenido el primer puesto en el concurso de afiches de Iberia!

Sentí... no sé... no sabía qué decir.

—¿Es cierto?

—Así es... la entrega de premios será en el Centro Cultural de España, tal día a las siete de la noche.

Ese día el torero "El Cordobés" me entregó el premio (cinco mil dólares). Me dijo: "No entiendo de arte pero me gusta tu afiche. ¡Mis felicitaciones!".



Figura 317:
Afiche para la obra de teatro *En la ardiente oscuridad*.
Dirección: Carlos Padilla, Alianza Francesa, 1979.

Y así comenzó mi recorrido en el arte gráfico, como autodidacta, aprendiendo en la práctica, aprovechando una especie de placer innato por la apreciación del arte en general (tal vez genético, mi padre fue un excelente arquitecto) y de la observación de trabajos, de la extracción de criterios tanto de diseño, de su ejecución como de los objetivos, aplicando el sentido común y sintetizando los diferentes elementos.

Fui incorporando progresivamente y desarrollando la sensibilidad en el uso del color, en la aplicación

y diseño de las interminables familias de letras, la composición, el balance y el diseño de formas, en la síntesis de las ideas y conceptos y en la afinidad y compatibilidad de todos estos elementos frente a un tema propuesto, de tal manera de lograr la mayor eficiencia en el resultado gráfico, artístico y la comunicación de ideas y mensajes.

Con Carlos Tovar ("Carlín"), que era mi compañero de promoción en la Facultad de Arquitectura, compartimos la satisfacción de hacer arte gráfico. Hicimos diseños de envases, carátulas de libros, afiches de diversos eventos, logotipos y diagramamos la revista *Marka*. Participamos en varios concursos y ganamos varios de ellos: afiche de *Ubú Rey*—obra de teatro de la UNI—, afiche para el Congreso de Arquitectos del Perú (1968), afiche para la Feria del Libro 1970, logotipos para el Ministerio de Industria y Turismo y para el Instituto Científico y Tecnológico Minero (Incitemi). Posteriormente "Carlín" ingresó a trabajar en el Ministerio de Educación y en agencias de publicidad, y se dedicó a la ilustración y a la caricatura política con el éxito que todos conocemos.



Figura 318: Afiche para el Congreso de Arquitectos del Perú, 1968.



Figura 319: Logotipo para FRIGO, Empresa de Propiedad Social, 1980.

Por mi parte gané algunos premios como los afiches de la Feria del Libro de los años 71, 72 y 73, el logotipo de la Fundación para el Desarrollo Algodonero y el de CERPAR.

Participé en exposiciones en el Perú, Cuba, Polonia y fui jurado en algunos concursos.

Algunos nombres se me grabaron en la memoria. Del Perú: Carlos Liendo, Pepe Bracamonte, Jesús Ruiz Durand, Claude Dieterich, Víctor Escalante, Carlos Tovar, Octavio Santa Cruz; de Cuba: Félix Beltrán. También Toulouse-Lautrec, Muchá, arte gráfico en la revolución cubana, la revolución rusa, París (mayo del 68), la Reforma Agraria peruana, el arte gráfico polaco y suizo.



Figura 320: Afiche y folleto para la consultora Recursos S. A., 1992.



Figura 321: Afiche para Reforma Agraria.

Compartí mi tiempo entre la arquitectura y el diseño gráfico cerca de treinta años, por un lado como proyectista y profesor de arquitectura en la UNI y en la Universidad Ricardo Palma, y por otro haciendo arte gráfico en sus diferentes modalidades, diagramaciones de libros, folletos y revistas, carátulas, afiches, logotipos, para diferentes empresas, instituciones y ONG. Entre otras DESCO, CELATS, Celadec, Editorial Horizonte, Banco

Industrial, COFIDE, FOPEX, PNUD, Ministerio de Vivienda, Municipalidad de Lima, Instituto Nacional de Cultura, agencias de viajes, grupos de cine y teatro y de apoyo a organizaciones de trabajadores y poblaciones por sus reivindicaciones. Recuerdo también interminables noches en las imprentas cuidando la impresión de algún trabajo.

Sin embargo, poco a poco fui retirándome del arte gráfico con el ingreso de la computación. Se simplificó el trabajo en todas las instancias, aspecto que fue positivo y aceleró sustancialmente el proceso de ejecución de los distintos productos. El *hardware* y el *software* revolucionaron la técnica, el trabajo artesanal también se simplificó sustancialmente y los costos se redujeron. Aparecieron muchos centros de enseñanza de arte gráfico, cientos de locales dedicados al arte gráfico y miles de diseñadores.

El arte gráfico se ha convertido en fuente de ingresos para miles de familias. Eso ha sido muy positivo, pero la simplificación del proceso ha producido facilismo en la ejecución, la creatividad y la innovación en el diseño se han distorsionado, se han robotizado. Las librerías de ilustraciones han desplazado a los diseñadores e ilustradores, las fuentes de letras los han alejado de la caligrafía. La composición, el equilibrio y el color en el diseño han sido desplazados por la arbitrariedad, lo raro ha adquirido un valor, lo estético ha sido sustituido por una mezcla casual de elementos, definida no por artistas con formación, sino por trabajadores gráficos, en su mayoría sin formación artística y con una formación técnica limitada al adiestramiento en el uso de programas de computación con un universo casi infinito de posibilidades. Esto ha reducido y distorsionado la habilidad manual y artística de quienes participan en este proceso. Se ha sustituido la creatividad y se han dañado las capacidades y las habilidades de los diseñadores, sus neuronas encargadas de realizar estas tareas están inactivas y en curso de deterioro por falta de uso; los resultados son evidentes, se ha perdido calidad y se ha vulgarizado el diseño. Esta es una apreciación general, que no incluye las excepciones que existen como casos aislados, pero el panorama global es lamentable.

Veo también, y sin la intención de generalizar, que si bien existen estupendas obras de arte en todas las ramas, el facilismo, el valor atribuido a lo raro solo por raro y a lo original por original han distorsionado el arte, el refinamiento y el perfeccionamiento producto del esfuerzo en el tiempo hacia la superación.



Figura 322: Logotipo PREVAL, Proyectos y Evaluaciones, 1980.

Veo artistas que se improvisan de un día a otro en todas las artes, veo cómo este arte fácil malogra la imagen de la ciudad, construyendo edificios donde el valor que prevalece es el inmobiliario o pintando muros con dibujos aberrantes, sin criterio, maltratando la arquitectura. Escucho música estridente que mide al arte por decibeles, o cine que pretende valorizarse en función de escenas que afectan sentimientos o promueven la evasión de la realidad. No todo arte es bueno, hay arte malo que lamento que tenga adeptos y que se difunda a causa de la ignorancia y la distorsión de valores, sin tomar conciencia del daño que se ocasiona a la sociedad.

Este panorama ha sido determinante en mi proceso paulatino de alejamiento del arte gráfico, pero no de su disfrute sino de la actividad.

*

En Eliseo Guzmán también encontramos que su producción estuvo referida a su pensamiento, tanto en su concepción del arte como en la elección de temas, motivos y clientes. Su quehacer en el arte gráfico tuvo algunos principios rectores como: “texto mínimo, una idea, una imagen”.

Sobre la situación actual del arte opina críticamente y enfatiza la banalización generalizada: “se ha perdido calidad y se ha vulgarizado el diseño”.

Actualmente trabaja en arquitectura, donde ha encontrado algo de la seriedad que la actual cultura del entretenimiento escamotea al diseño.

Sin duda un estudio personalizado de sus carátulas de libros y afiches habrá de ser interesante, ya que su obra corresponde a su punto de vista: “el arte gráfico, como todo arte, no es apolítico”.

Pedro Guimoye



Figura 323: Pedro Guimoye.

Estudió diseño gráfico y comunicación visual en el Dickson Art Center de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), Estados Unidos. Una cronología estricta podría cuestionar la ubicación que hemos escogido para Guimoye, quien viaja en los setenta al extranjero y no inicia su retorno con una eclosión productiva notoria. Sin embargo, la incidencia que tuvo en el ámbito académico nos hace considerarlo en el cierre de esa época, que ya empieza a acusar las primeras señales de la era informática.

Ejerció la docencia en la Facultad de Artes Plásticas de la PUCP, en la especialidad de diseño gráfico y comunicación visual, desde 1979 hasta 1988.

Su respuesta a nuestro cuestionario fue prolija.

Inicios, maestros, influencias

¿Cómo te inicias en el arte?

Como es usual, la vena artística se manifiesta desde temprana edad. Por curiosidad y afición a las lecturas ilustradas que descubrí en la biblioteca familiar. Mis juguetes preferidos eran lápices, papeles y colores. En mi etapa escolar aprendí a usar nuevos materiales e instrumentos de dibujo, lo que acrecentó mi afición por el arte.

¿Qué artistas te influenciaron?

Debido a la lectura y apreciación de obras de arte, los primeros artistas que me impresionaron e influyeron en mi formación fueron M. C. Escher, Leonardo Da

Vinci, Giorgio de Chirico, Alberto Durero, Francisco de Goya, Hieronymus Bosh, Pieter Bruegel, Giovanni Piranesi, René Magritte y Wassily Kandinsky entre los clásicos. Entre los ilustradores, Robert Peak, Bernie Fuchs, Alan Cover, Mark English, Paul Davis, así como ilustradores de cómics de la época. En diseño gráfico, Herb Lubalin, Milton Glaser, Bruno Munari, Saul Bass, Victor Vassarelli, Claude Dieterich, Hermann Zapf y muchos más...

¿Qué maestros encauzaron tu obra?

Soy un admirador incondicional de la obra gráfica de Mauricius Cornelius Escher. Él es mi máximo referente del maestro ideal, por su creatividad y genialidad en lo conceptual, por el talento de sus dibujos y, finalmente, por su destreza y técnicas de reproducción.

Sus exploraciones teóricas lo llevaron a concebir su magistral método "la división regular del plano", en el que aplica genialmente las matemáticas y la topología al arte gráfico, empleando la óptica y la perspectiva para crear asombrosas alteraciones y metamorfosis en la percepción visual de sus obras.

Considero a M. C. Escher el epítome del maestro por excelencia, el que influyó en mi vocación, encauzó mi profesión y continúa siendo objeto de mi interés cognitivo.

Tengo el privilegio de ser amigo de Claude Dieterich, a quien conocí en el año 1974 y desde entonces hemos cultivado una gran amistad. Además de ser colegas, lo considero un maestro ejemplar, y un eximio y talentoso calígrafo.

Claude es el fundador de la especialidad de diseño gráfico en la Facultad de Artes Plásticas de la PUCP. Fue profesor principal, formando a los primeros diseñadores gráficos contemporáneos.

Sus diseños y logotipos han sido impresos en prestigiosas publicaciones de artes gráficas, sus caligrafías se exhiben en galerías de arte, en colecciones privadas y en el Museo de la Biblioteca de San Francisco, California (Estados Unidos).

¿Cuál ha sido tu formación?

Como la de todos los interesados en el arte, al principio por ensayo (error / acierto); es decir, por práctica y entusiasmo pero sin formación. Luego de incursionar brevemente como practicante en una agencia de publicidad en Lima, viajé a Estados Unidos a estudiar diseño gráfico y comunicación visual. Estuve como

practicante en varios estudios de diseño en Los Ángeles, y como *freelance* hasta 1974, cuando decido regresar al Perú. Ese mismo año me asocio con Julio Sotomarin y formamos el Estudio Artes Aplicadas.

¿En qué momento optaste por el diseño gráfico?

Al terminar la secundaria decidí estudiar artes plásticas; sin embargo, no me atraían los sílabos de las escuelas de formación artística de entonces. Como mi interés era la comunicación visual antes que la expresión personal, me documenté acerca de las opciones académicas que había; finalmente me informé acerca del diseño gráfico como especialidad profesional. Así pude enterarme acerca de grandes escuelas de diseño como Bauhaus, Pratt Institute, Cooper Union y otros centros de estudios que hacían historia en las artes aplicadas, y a fines de los años sesenta mi familia me apoyó para seguir estudios de diseño gráfico en Estados Unidos.

Metas iniciales, proyectos juveniles, trayectoria

¿Qué esperabas del diseño en tus inicios?

Comunicar en la más simple y eficiente forma posible los temas de mi época, diseñar afiches, carátulas de discos y libros, logotipos y publicaciones que tuvieran impacto visual, tratando de dar el máximo de información acerca de la actividad, función e identidad de mis futuros clientes.

¿A quién preferías dirigir tu obra? ¿A quién quieres llegar ahora?

Al principio mis primeros "clientes" fueron compañeros del colegio, a quienes les dibujaba las tareas escolares. Luego los profesores me solicitaban dibujar en la pizarra los temas de estudio del momento (ilustraciones para anatomía, botánica, personajes históricos); posteriormente me interesé en "diseñar" publicaciones para el colegio (afiches, periódico mural, anuarios, diplomas).

Desde mis primeros años de ejercicio profesional hasta hoy desarrollo actividades de diseño y consultoría para diversas empresas e instituciones en el Perú y en el exterior. Actualmente mi interés profesional es la investigación académica y de métodos de diseño, por lo cual es obvio que quiero llegar a jóvenes profesionales, ya que a pesar de los cambios generacionales y la significativa evolución tecnológica los principios conceptuales y éticos siguen siendo los mismos. Por ese motivo estoy editando un proyecto de libro sobre mi propia metodología para la investigación y creación gráfica.

¿Qué has querido transmitir? ¿Qué mensajes prefieres comunicar?

En lo personal, mi interés por el estudio de la iconografía, las formas topológicas y el diseño de signos me predispone a transmitir mensajes mediante el uso del lenguaje icónico, verbal y simbólico. En lo profesional prefiero comunicar ideas y contenidos culturales, de divulgación artística y científica.

¿Cómo describirías tu arte, tu técnica, tu escuela o tu preferencia?

Soy diseñador gráfico y, como tal, he estudiado y desarrollado técnicas propias de la profesión, como ilustración, tipografía, caligrafía, rotulación, diagramación, fotografía, edición editorial, diseño de envases y troqueles, procesos de producción gráfica. Además, he realizado estudios teóricos de historias del arte y de la comunicación, semiología, sintaxis visual, cromatología y programas de digitalización de imágenes; entre otras materias. Por tal motivo considero que mi técnica, escuela y preferencia son continuar comprendiendo todas las tendencias posibles.

¿Cuál ha sido tu trayectoria?

En el Perú ejerzo el diseño gráfico desde 1974, al principio en sociedad con Julio Sotomarino, y desde el año 1979 hasta la actualidad practico independientemente.

Participé como socio fundador de la primera Asociación Peruana de Diseñadores en el año 1977. Ejercí la docencia en la Facultad de Artes Plásticas de la PUCP en la especialidad de diseño gráfico y comunicación visual, entre 1979 y 1988. He sido asesor académico de la Dirección General y de Imagen Institucional de la Escuela Nacional Superior Autónoma de Bellas Artes del Perú (Ensapap) desde 1998 hasta el 2001.

Como profesor invitado he dictado conferencias y talleres en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Ricardo Palma, en la Universidad e Instituto San Ignacio de Loyola con los arquitectos María Burella y Javier Luna, y en el Centro Cultural de la Ensapap.

También he tenido la satisfacción de haber coparticipado en proyectos privados y académicos con notables diseñadores gráficos como Claude Dieterich, Julio Sotomarino, César Mendoza y con mis exalumnos de la PUCP.

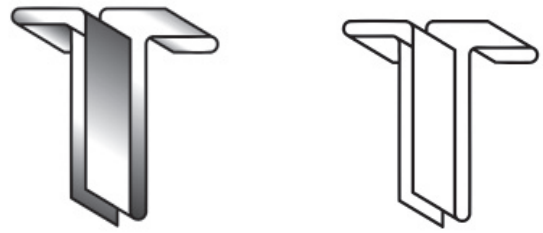


Figura 324: Símbolo para un curso de diseño (2000) a cargo de Guimoye. Concepto: crear una letra T (de taller) de forma topológica, a manera de cinta Moëbius, que connotara estudio y desarrollo creativo en talleres de diseño y comunicación visual.

¿A qué aspiraban como artistas los gráficos de los cincuenta y sesenta?

En el contexto internacional opino que la gráfica post guerra mundial dio un salto cuantitativo y cualitativo, respecto de los años previos. Cuantitativo: debido al asombroso crecimiento de los medios de comunicación y entretenimiento en esa década, la actividad editorial y publicitaria incrementó el volumen de publicaciones y avisajes para el consumo masivo, lo que demandó los servicios de dibujantes y creativos para llenar ese nicho ocupacional, dando como resultado el desarrollo de tendencias a nivel global. Cualitativo: debido a la tremenda competitividad, los artistas de entonces buscaron diferenciarse, ofreciendo calidad e impacto en la presentación visual de sus trabajos, lo que los motivó a especializarse, desarrollando nuevas técnicas y destrezas.

Siendo así, la semilla del arte aplicado a la comunicación visual fructificó y se desarrolló exponencialmente hasta los años sesenta y setenta, que es cuando los artistas gráficos empezaron a profesionalizarse gracias a las escuelas de artes y ciencias de la comunicación.

En el contexto nacional, los artistas gráficos en los cincuenta estaban ciertamente dotados de talento y oficio, pero sin formación académica. Los más renombrados poseían una trayectoria artística, pero carecían de infraestructura tecnológica en sus centros de trabajo. A pesar de ello, supieron hacerse un nombre contribuyendo a acreditar las artes gráficas en el panorama nacional, elevando el nivel y calidad de la actividad editorial, cultural y publicitaria a través de los medios impresos.

En resumen, los años cincuenta (coincidentalmente la mitad del siglo XX) fueron el comienzo de una nueva casta de artistas gráficos que, gracias a su obra, motivaron a las siguientes generaciones a tomar la posta y superar las dificultades técnicas precedentes, hasta los ochenta, cuando la tecnología digital arribó al Perú para complementarse con los tableros de dibujo.

Logros, evaluación actual, continuidad

¿Qué ha sido el arte para ti?

Una forma de vida, un motivo para explorar nuevos modos de ver, una ruta con muchos vericuetos por descubrir.

Un estudio constante e inacabado. Un tema que no me cansaré de compartir y departir.

¿Has trabajado donde has querido?

Gracias a Dios, sí. No hay trabajo desdeñable ni cliente pequeño. A no ser que estén en conflicto con mis principios o valores.

¿Sientes que has logrado tus objetivos?

En parte, porque siempre habrá nuevos retos y metas por alcanzar.

¿Tu mayor satisfacción profesional o artística?

Haber formado profesionalmente a nuevas generaciones de diseñadores gráficos, quienes hoy ejercen con éxito, tanto en estudios privados como en la docencia universitaria aquí y en el exterior.

En el aspecto artístico, seguir comprendiendo y practicando más. En lo personal, haber contribuido a formar la sensibilidad artística de mis hijos, quienes son (con orgullo paterno) talentosos artífices.

¿Qué proyecto estás trabajando ahora o qué tienes en mente?

Estoy investigando los orígenes toponímicos de localidades y regiones del Perú para diseñar una serie de láminas, con ilustraciones icónico-verbales, acerca de las características (denotación) y significados (connotación) de los nombres de dichos pueblos. Asimismo, estoy redactando un ensayo sobre metodologías para la comunicación visual, aplicando conceptos y estudios de semiología a los procesos de la percepción en el diseño gráfico.

¿Qué es lo que más te agrada diseñar?

Señales, signos y símbolos son mis tareas asiduas y predilectas.

¿Tienes alguna segunda especialidad, intereses, ideales, hobbies, pasatiempos?

Me interesan la topología, la filología y el estudio de la semiótica. Me atrae la divulgación artística, científica e histórica, especialmente en los campos de la evolución de la escritura, la astronomía, la epistemología y humanidades en general.

La cocina es una de mis aficiones preferidas, tanto en lo gustativo como por su lado histórico y antropológico.

Un ideal: contribuir en la formación profesional del diseño y la comunicación visual en el Perú.

¿Algún fundamento ideológico o filosófico determinante?

El humanismo y el libre pensamiento son mis fundamentos ideológicos. El singular pensamiento oriental (el Tao) y el indeterminismo son las corrientes filosóficas a las que adhiero.

La curiosidad y el inconformismo con el *statu quo* son mis incentivos como ser humano y comunicador respectivamente.

Me rehúso a aceptar cualquier dogma, sea político o religioso, me opongo al fomento del mal gusto, la mediocridad y la frivolidad de la mayoría de medios de comunicación, especialmente la “TV basura”.

“Nada en el mundo es más peligroso que la sincera ignorancia y la consciente estupidez” (Martin Luther King).

¿Elementos indispensables en tu entorno?

Documentación; es decir, bibliografía e información visual para nutrir mi curiosidad intelectual; música para sensibilizar mi estado de ánimo; plantas para lograr empatía con mi entorno; ¡y, por supuesto, lápiz y papel!

¿Coleccionas algo?

Soy “cachivachero” por naturaleza; es decir, guardo, colecciono y comparto todo lo que atraiga mi interés, pero tengo una particular preferencia por instrumentos de dibujo antiguos.



Figura 325:
Etiqueta para
pisco Viñas de
Malca.

Describe un día típico en tu vida como artista.

Empiezo el día revisando mi agenda con una taza de café, examino las noticias de interés, pongo al día mi correspondencia, selecciono la música que me “suena” en la imaginación y me relajo unos minutos, hasta que decido emprender las actividades diarias.

Me reúno con mi equipo para revisar las tareas pendientes y ponernos al día. Algunas mañanas las uso para salir a entrevistas con clientes. Si es el caso, voy a imprentas para revisar impresiones en curso. En las tardes, después del almuerzo, continúo la lectura de uno de los libros que dejé el día anterior, luego me siento ante el tablero de dibujo para crear o ante la computadora para diseñar.

Por lo general, las horas de máxima productividad son en las tardes-noches, cuando desconecto teléfonos, Internet y me concentro exclusivamente en la tarea programada, hasta llegar a la convicción de que los conceptos estudiados y las imágenes designadas son las más indicadas para los diseños en ciernes.

Después de concluir la jornada continúo con la lectura de un libro hasta que me vence el sueño.

Acerca de la profesión

Profesión viene de fe. Es la voluntad y el acto de creer en lo se que hace, practicándolo con destreza y ejerciéndolo con ética.

Profesional es el que tiene fe y convicción en lo que ejerce, el que se prepara intelectual y prácticamente para desarrollar su talento, para vivir de la actividad elegida y ganarse el sustento material y espiritual.

¿Qué es un diseñador gráfico? ¿Qué hace? ¿En qué consiste esta carrera?

Diseño (*Design*) es un anglicismo, una voz derivada del idioma inglés. El neologismo empieza a usarse en Inglaterra en plena revolución industrial (siglo XIX), para describir el proceso de creación y producción en serie por medio del dibujo. Así, las personas dotadas de esa mezcla de cualidad estética y funcionalidad mecánica se convirtieron en los primeros diseñadores industriales.

Posteriormente, en el siglo XX, la industria gráfica evolucionó tanto en tecnologías de reproducción como en contenidos, requiriendo personal calificado. Estas nuevas especialidades gráficas demandaron profesionales en el dibujo, ilustración, edición de textos, diagramación y fotomecánica para los nuevos sistemas y formatos de imprenta, originando las primeras escuelas de diseño gráfico.

Hoy en día se debe conocer y trabajar con programas de diseño asistido por computadoras (CAD) para procesar textos e imágenes digitalmente.

El diseño gráfico es una profesión creativa, conceptual y técnica, que aplica herramientas artísticas y tecnológicas, con estudios de artes y ciencias de la comunicación. Emplea métodos de investigación y de diseño para hallar soluciones creativas, formales y funcionales para la producción gráfica.

Es una profesión fascinante, más que una actividad es una actitud, porque se está constantemente a la expectativa de crear o modificar visualmente “algo”. Es una tarea casi detectivesca, siempre se está a la búsqueda de formas o imágenes que se articulen con las ideas que se tiene en mente, es querer estar un paso antes del problema por solucionar.

El diseñador gráfico es, antes que todo, un comunicador visual, un profesional dotado de sensibilidad artística y conocimientos acerca de la teoría de la información. Debe recurrir a la historia, pero trabajar con información actualizada; debe dibujar e ilustrar en diferentes técnicas como la fotografía. También debe conocer los orígenes de la escritura para utilizar apropiadamente las letras y fuentes tipográficas en el contexto sociocultural de su mensaje; y, por último, le compete dirigir y controlar todos los procesos de producción involucrados en sus diseños.

¿Qué habilidades y aptitudes debe tener un diseñador gráfico?
Principalmente curiosidad intelectual, capacidad de asombrarse tanto ante la realidad como ante la fantasía. Debe tener la habilidad de recrear estados de conciencia para transmitirlos por medio del dibujo, las imágenes y la palabra escrita. Debe contextualizar el diseño y su lectura con el fin de comunicar visualmente el tema que se le ha confiado.

¿Qué se debe tener en cuenta al hacer un diseño?
Estudiar metódicamente el tema que se va a diseñar, hasta agotar todas las posibilidades cognitivas involucradas en el proyecto mediante los siguientes valores por determinar:

- Valor semántico: es la investigación de los significados del tema, selección de contenidos e interpretación del mensaje.
- Valor sintáctico: es el proceso creativo, la elección del lenguaje visual, los formatos, las fuentes tipográficas, el estilo y las técnicas para llegar desde el prototipo (boceto) al diseño final.

- Valor pragmático: es la comprobación de la forma, función y resultado del proceso. ¿Comunica? ¿Sirve al propósito? ¿Llegará al grupo objetivo? ¿Qué medios de producción se emplearán? Finalmente los costos de producción y entrega.

¿Son aplicables las preguntas qué, dónde, cómo, por qué, para quién?

Por supuesto. El qué es el motivo principal: la función, el tema por investigar y desarrollar. El cómo es el resultado del estudio del encargo, la planificación de los medios por emplearse. El dónde lo constituyen la técnica y las tecnologías involucradas en los procesos de reproducción gráfica, acabados finales y control de calidad. El por qué es la consecuencia de la elección deliberada y consciente del diseño final, como resultado del estudio y la metodología aplicada al proyecto. El para quién es el destinatario, el cliente y el usuario final.

¿Hay condiciones de trabajo deseables, ideales?

Sí, la primera es el respeto mutuo con el cliente, negociar reglas claras desde la función y forma del diseño asumido hasta los tiempos de entrega, honorarios y condiciones de pago.

¿Cómo pasa el diseño de los sesenta hacia los medios masivos y la digitalización?

Los años sesenta fueron una especie de “renacimiento” en el contexto artístico mundial. La comunicación masiva de los medios audiovisuales fue inédita y cautivante: la música, las artes plásticas, el cine, la moda, las publicaciones y la televisión, entre otros, ejercieron una influencia inusitada hasta entonces.

En tan solo treinta años (desde los cincuenta a los ochenta) el diseño y la industria gráfica evolucionaron desde la casi artesanía manual a la mecánica, desde la composición de textos en linotipo a la foto tituladora, desde la ilustración manual a la digitalización de imágenes, desde la edición y producción mecanizada a la impresión digital por demanda.

Considero que la innovación tecnológica ha contribuido a simplificar las etapas, a reducir los tiempos de entrega y a bajar costos de producción; sin embargo, se perdieron ciertas destrezas manuales y oficios.

El Perú como contexto

¿Consideras que el Perú influyó en tu desarrollo?

Ancestralmente el Perú ha sido un país de admirables artesanos, magníficos orfebres y formidables constructores de obras monumentales. Al no tener

escritura formal las culturas andinas forjaron sus ideales, rituales y gobierno en simbolismos grabados en superficies y materiales tan diversos como la arena de sus pampas, la arcilla de sus huacos, la piedra de sus megalitos, el oro de su orfebrería y los tejidos de sus mantos y quipus.

Actualmente el Perú es un crisol de etnias y una de sus fortalezas es, precisamente, su mestizaje. Este sincretismo, fusión de ideas, habilidades y talentos continúan aportando condiciones extraordinarias para las artes en general. Hoy la literatura, la música y la gastronomía son sus más recientes contribuciones al mundo.

Definitivamente el Perú influyó en mi desarrollo. La iconografía de las culturas precolombinas (Chavín, Nasca y Paracas en particular) fue la causa de mi aproximación al estudio de los signos y símbolos. La influencia de dichas imágenes misteriosas, mágico-rituales y utilitarias cautivó mi imaginación e interés profesional.

¿Escogiste estar en el Perú? ¿Piensas continuar aquí?

Durante los años sesenta y setenta viajé al extranjero para estudiar artes gráficas por las razones expuestas anteriormente. Sin embargo, elegí regresar para ejercer mi profesión, plenamente consciente de los retos y satisfacciones de hacerlo en mi país.

¿El Perú representa un reto especial para un diseñador gráfico?

Vivimos en una época de intercomunicación globalizada, lo que es bueno por el flujo de información sin restricciones, pero he observado que el mal uso de Internet para buscar “ideas” sin principios crea malas prácticas que cunden cuando no se tienen valores; como, por ejemplo, atentar contra la propiedad intelectual debido al plagio de diseños, sea por razones de tendencias (moda) u otros motivos como la inmediatez, el facilismo o la búsqueda de popularidad temprana.

Una consideración para los estudiantes de diseño gráfico: las etapas como alumno no es posible pasarlas con la mayor rapidez y de la forma más confortable posible, sino que sirven para explorar, experimentar e incluso fallar en el intento, pues este es el período en el que el error será el aliciente para corregirse y adquirir experiencia.

Por tal motivo opino que el reto para los futuros diseñadores gráficos es adquirir una identidad propia y, sobre todo, lograr una formación profesional y ética integral.

¿Qué habilidades y aptitudes se requieren más hoy en el Perú?

Educación, voluntariado en causas de bien social y formación ética.

¿Ofrece el Perú condiciones de trabajo especiales, ideales?

El término “mil oficios” fue acuñado por la jerga popular como sinónimo del peruano subempleado, quien a pesar de tener alguna educación no siempre es sujeto de empleo y sobrevive gracias a su polifacética y versátil habilidad para adaptarse al mercado ocupacional.

El Perú no siempre ofrece condiciones ni oportunidades de trabajo ideales debido a la falta de reglas claras, tanto en la legislación laboral como en la práctica profesional. La informalidad es uno de sus síntomas, la formación deficiente es la consecuencia y la corrupción política es la enfermedad. Sin embargo, soy optimista, pero a largo plazo.

Creo que la educación con valores éticos, la inclusión social y el buen ejemplo de las clases políticas, empresariales y cívicas en el futuro lograrán formar opinión y buenas prácticas laborales en las próximas generaciones.

¿Qué opinas del arte actual en nuestro país?

Académicamente se han abierto nuevas escuelas y facultades de artes en general, y de diseño en particular, lo que refleja la demanda e interés de alumnos y educadores en la formación de artistas. No obstante, el mercado ocupacional no va al mismo ritmo en la oferta de trabajo para los egresados de dichas disciplinas artísticas, creando condiciones de informalidad y hasta cierta competencia desleal.

Hay material y recursos humanos, la difusión de las artes plásticas ya no depende de las galerías de arte ni de elites privilegiadas. Hoy en día existen grupos que se organizan en comunidades artísticas tan variadas como representativas, el buen uso de las redes sociales y *blogs* aporta opiniones y promueve el arte en todas sus manifestaciones.

Sin embargo y contradictoriamente, hace poco las autoridades de la Municipalidad de Lima y el alcalde en particular han atentado de modo autoritario en contra de artistas y muralistas de la ciudad borrando grafitis urbanos, algunos de buena factura y consentidos por los dueños de las paredes y espacios privados, dando muestras de intolerancia y abuso de autoridad. Urgen, pues, políticas culturales de incentivos al arte y de normatividad del uso de espacios públicos a nivel local y nacional.

¿Cómo ves el arte contemporáneo, el diseño, los artistas, la cultura en general?

Todo arte ha sido contemporáneo en su propio período histórico. El arte actual también es producto de su época, de su contexto cultural; por eso es necesario el estudio de historia del arte para poder discernir su evolución, conocer sus postulados estéticos, su temática y sus exponentes.

De hecho en el Perú hay artistas contemporáneos consagrados, así como propuestas excepcionales. Últimamente he visto exposiciones de fin de año de las escuelas de arte (Ensabap y PUCP) de jóvenes artistas egresados, con una madurez temática notable y excelente ejecución, tanto en pintura como en escultura y grabado; por tanto auguro que el futuro arte está en buenas manos.

En Lima hay además un Museo de Arte Contemporáneo (MAC) que, en mi opinión, además de realizar exposiciones, debería celebrar debates académicos, convocar a concursos nacionales y —muy importante— tener un departamento de imagen institucional que publique libros, afiches y agendas culturales de sus actividades.

Tengo una crítica a algunos artistas de esta época y es la etiqueta de “contemporáneo” que se dan a sí mismos, encasillándose en una denominación solo por el prurito de estar a la moda, de ser *snoobs* y en ocasiones por el hecho de no tener temas que exponer ni originalidad que exhibir.

La cultura en general se ha hecho más visible debido a que existen más organizaciones privadas o independientes que promueven el arte, porque el Instituto Nacional de Cultura se ha transformado en una agencia de permisos y licencias para eventos públicos.

¿Dónde encuentras las ideas para tu trabajo en estos días?

Son producto del estudio integral; es decir, de la investigación y del análisis para interpretar la información. También se manifiestan intuitivamente y otras veces son producto de sesiones creativas con mi equipo, mediante la técnica llamada Brain Storming (tormenta de ideas).

El propósito de las palabras es transmitir ideas

Cuando las ideas se han comprendido, las palabras se olvidan

¿Dónde puedo encontrar un hombre que haya olvidado las palabras?

Con él me gustaría hablar.

(Chuang Tzu)

¿Ves televisión, comerciales, noticias? ¿Usas Internet, blogs, redes? Siendo la televisión uno de los más influyentes medios de comunicación y entretenimiento, no siempre es de calidad. Actualmente es mediocre y frívola. Veo películas y documentales, algunos programas de noticias y ocasionalmente deportivos. No presto atención a los comerciales. A no ser que alguno me impresione por su originalidad y buena factura. Uso Internet y participo en algunas redes sociales.

¿Qué es la creatividad? ¿Hay un proceso creativo? ¿Cómo es? La creatividad es el intento de hacer algo común de una manera poco común. Es un estado de conciencia inspirado por la necesidad de solucionar una tarea de manera innovadora, intelectual, emocional y empírica. El talento y el oficio es la maestría de realizarlo con excelencia. Estoy seguro de que la creatividad se puede fomentar mediante talleres creativos, donde se generen conductas innovadoras con empatía y arduo trabajo, tanto en equipo como individualmente.

“La creatividad es 90% transpiración y tan solo 10% inspiración” (Thomas Alva Edison).

La creatividad es deductiva e inductiva. No es un “chispazo” repentino, una iluminación o una epifanía. Es la consecuencia de una mentalidad proactiva, del esfuerzo analítico y experimental. Es en lo que se convierte la persona mientras está creando.

*Si deseas prescindir del método, apréndelo
Si buscas la simplicidad, domina la complejidad
Si quieres la facilidad, trabaja duro.
(Lao-Tse)*

¿Computadora o lápiz y papel?

Actualmente ambos, pero siempre empiezo dibujando con lápiz sobre papel. Una vez que tengo los bocetos y dibujos terminados los escaneo para convertir las imágenes en vectores y finalizar el diseño en el programa adecuado.

¿Cómo deben formarse los nuevos artistas?

Incentivándoles una genuina curiosidad intelectual, otorgándoles conocimientos de historia del arte universal y nacional, motivándoles a practicar todas las técnicas propias de su especialidad, a ser inconformes con lo convencional y a no ser complacientes con la inmediatez.

No puede haber artistas profesionales incultos; es decir, autores carentes de conocimientos acerca de su realidad histórico-cultural y desprovistos de principios éticos. El

arte es universal y siempre ha sido excéntrico, siempre ha estado en la periferia de las actividades convencionales. Por tanto, la educación artística debe estimular la individualidad creativa, con la cooperación colectiva.

¿Qué se requiere más ahora? ¿Pensar? ¿Sentir? ¿Hacer?

Opino que las tres, todas son inherentes a la condición humana. “Pienso, luego existo” (René Descartes).

¿Lugar de la fotografía?

La fotografía es sin duda uno de los aportes más significativos de la imagen adquirida por medios físicos y químicos; es decir, por medio de la luz, la óptica y reactivos. El descubrimiento de las propiedades fotosensibles marcó una etapa revolucionaria tanto en las artes gráficas y la prensa como en el cine y la ciencia. La fotografía creó nuevos oficios en el arte y en la industria.

El fotógrafo reemplazó los lienzos y cartulinas de dibujo por la cámara, pero asimiló los conceptos estéticos del dibujo y la pintura para la composición y encuadres de sus retratos, dando como resultado una nueva especialidad en las artes plásticas. Su misma etimología es cautivante: *photo* y *graphos* son raíces griegas que designan a la luz y a la imagen respectivamente, lo que traducido literalmente sería “escritura de luz”. En idioma francés hay una designación muy interesante para fotógrafo: *chasseur d'image*; es decir, “cazador de imágenes”.

Al presente, la fotografía ha pasado del celuloide (filme) a la digitalización de la imagen; de la manipulación química (revelado de la película) a la inmediatez de la imagen en monitores LED de computadoras, cámaras digitales y teléfonos celulares.

Ninguna disciplina artística provocó tantos descubrimientos a causa de sus “errores” y aciertos experimentales como el cuarto oscuro (laboratorio fotográfico).

Si no fueras artista ¿qué hubieras preferido ser?

Astrofísico, pero creo que ilustraría mis trabajos y diseñaría mis publicaciones.

¿El artista nace o se hace?

Creo que el artista es congénito, sea cual fuere su arte en particular, pero requiere estímulos tempranos, tener curiosidad intelectual, recibir una formación conceptual e histórica, conocimiento de su propia disciplina artística y mucha práctica para potenciar sus habilidades, experiencia para corregir errores... y una vida para lograrlo.



Figura 326: Logotipo para Viñas de Malca. Es de observar el color de las letras, oscuro, rojo, sugiriendo el vino, y los rasgos o gracias en las letras que se asocian subliminalmente con los zarcillos de la vid, legitimando por medio de la redundancia del pleonasma la garantía de calidad del producto (vino, y de uva).



SAL & PIMIENTA RESTAURANTE

Figura 327: Logotipo restaurante Sal & Pimienta, 1986. Concepto: crear y diseñar el nombre de los condimentos más elementales de la cocina en una letra rotulada (*lettering*) para que se integren en una sola imagen, fácil de leer y de recordar. Diseñado para rótulo en bronce y madera, carta, menú, vajilla y papelería (posavastos, servilletas, individuales, tarjetas y documentos mercantiles).



Figura 328: Marca y etiqueta para una bebida. "Hecha con 600 años de maestría cervecera". El titular en grande abarca todo el ancho, está en letra cursiva de modo que se lee de manera fluida. La inclinación ligeramente ascendente acentúa esa intención. La ilustración de una copa rebosante de cerveza, flanqueada por una corona de dos ramitas se inscribe sobre un característico sello de lacre, con lo cual se comunica fehacientemente la seguridad de una calidad superior.



Figura 329: Logotipo Bandesco. Banco de Desarrollo de la Construcción, 1980. Isotipo diseñado en 1979. El concepto era proyectar un ícono que connotara solidez, pero cuyas partes proyectaran una diversificación de módulos que denotaran construcción, además de seguridad; atributos propios de una institución bancaria. Diseñado para documentos mercantiles (cheques, valores, *vouchers*), papelería corporativa y marquesinas en fachadas de agencias y oficinas.

Versatilidad e impacto en cuatro marcas de Guimoye

A diferencia de quienes nos hemos formado al lado de diseñadores europeos o de aquellos que viajaron al exterior para algún estudio complementario, Guimoye se formó por entero en el extranjero y su aporte resulta significativo, ya que a poco de afincarse en Lima tomó a su cargo el curso de diseño en la PUCP, continuando la currícula abierta por Claude Dieterich antes de su partida hacia los Estados Unidos. Tal aporte en la formación profesional ha sido importante, sobre todo a fines de la década de los ochenta. Haber participado en la formación de las nuevas generaciones de diseñadores gráficos es su mayor satisfacción.

Pedro Guimoye prosigue actualmente su labor procurando rodearse de condiciones que favorezcan su creación, se rehúsa a aceptar cualquier dogma, sea político o religioso, y procura distanciarse del mal gusto, la mediocridad y la frivolidad de la mayoría de medios de comunicación, a los que no duda en calificar de "TV basura".

La presentación de los diseñadores de las varias épocas se cierra aquí. Esperamos que haya resultado de interés la secuencia de segmentos particularizados del aspecto vivencial de esta profesión que hoy se orienta cada vez más a la universalidad.

En las próximas páginas el punto de vista cambiará un tanto al poner de relieve nuestra lectura formal e interpretación de las obras y producciones, enfatizando sobre todo el período previo a la era informática. Aun así, esta tarea no pretende ser exhaustiva pues nuestro objetivo no es agotar el tema, sino abrir derroteros para los investigadores y estudiosos que quieran sumarse a este esfuerzo de configurar una historia del diseño gráfico en el Perú.

Análisis y comentarios

Capítulo V

De la materia, la forma y
el contenido

V.1 | Análisis de obras

Dedicamos este capítulo al análisis de algunas obras representativas; a las coincidencias, similitudes y diferencias entre otras; y a comentarios breves sobre algunas singularidades. La presentación desplegada de estos datos nos permitirá una visión de conjunto que sin duda en algo ha de clarificar este momento del arte gráfico en nuestro país. La expectativa por configurar un corpus significativo abarca sobre todo el diseño de afiches, logotipos, símbolos gráficos y carátulas de libros y revistas.

Así también la diagramación de libros, revistas, memorias e ilustraciones. En menor grado folletos y avisos publicitarios. Eventualmente tipografía y en casos especializados diseño de alfabetos y caligrafía. Obras anteriores y posteriores a los sesenta serán incluidas como antecedentes o consecuencias respectivamente.

Para identificar las obras mencionaremos—según el caso— al autor, el tipo de obra o su uso y algunas precisiones técnicas o particularidades de la producción; fecha opcional.

En cuanto a los tamaños y medidas, pese a provenir del aspecto formal debido a su utilización generalizada como recurso técnico-material, citaremos aquí la denominación normalizada.

Veamos: desde siempre, las medidas de los productos impresos han dependido fundamentalmente de las dimensiones de la materia prima (papel) y de los servicios (impresoras con sus correspondientes tamaños de planchas y de áreas de impresión).

Otras consideraciones como dobleces, troquelados y encartes también se han tenido en cuenta aleatoriamente y con frecuencia se han usado de manera arbitraria tamaños personalizados en afiches, sobre todo para eventos culturales.

Desde mediados del siglo XX los aumentos de tiraje hasta producciones masivas han conducido a la actual estandarización.

Según las normas DIN (ver formatos en Anexo 14), una medida usual para los afiches destinados a exteriores es el tamaño A2 (420 x 594 mm) o uno más pequeño, el A3 (297 x 420 mm), si es para interiores o vitrinas; en tanto la maniabilidad requerida para los libros recomienda mayormente el tamaño A5 (148 x 210 mm) u otras medidas aproximadas para las carátulas.

Las revistas de difusión y de carácter cultural, del tipo que son leídas con relativa comodidad en escritorios, mesas y salas de recibo, acostumbran por lo general la medida A4 (210 x 297 mm).

Salvo los casos de memorias, folletos finos y *brochures*, en el uso de los folletos se ha generalizado el tamaño A4, que doblado en tríptico resulta en 21 x 10 cm.

Por tanto, en lo sucesivo, nos referiremos de modo general a *carátula de libro*, *folleto* o a *afiche*, ya que siempre bordean el rango aproximado del DIN A5, A4 o A3 respectivamente.

Citaremos las medidas precisas y detalladas de los productos gráficos solo en el caso específico de alguna medida singular.

En cuanto al procedimiento compositivo de las obras, además del reconocimiento objetual según una lectura formalista, procuraremos identificar los casos de diagramación de página e imagen institucional según la sistematización contemporánea de retículas por Hofmann o Müller-Brockmann.

En la construcción de afiches, logotipos y símbolos gráficos, cuando se reconozca la presencia de elementos inscritos en estructuras subyacentes, precisando incluso casos específicos de participación de la estructura activa, podrán ser mencionados como concebidos según los criterios de Wong, Diethelm o Munari¹, y complementados con atribuciones significativas²; reservando el reconocimiento de retícula preconcebida —es decir, con espacios predeterminados— para algún caso excepcional, ya que en la actualidad la aplicación de módulos con proporción áurea es poco frecuente o superficial, y menos aún el uso de alguna secuencia musical³.

La dedicación a la regla de oro, tan cara al Renacimiento, así como la búsqueda de relaciones y correspondencias matemáticas o sinestésicas, han quedado circunscritas en el mejor de los casos a una exploración singularizada⁴ y personal.

En cuanto a la atribución de significados es posible que cuanto más difundida sea la obra por necesidades de la comunicación masiva, más previsible sea

el reconocimiento de formas y colores en el nivel superficial.

Donde sin duda encontraremos recursos poco familiares es en el uso de los códigos de la tipografía, los que pese a estar a la vista de manera natural usualmente pasan desapercibidos para el lector medio, aun cuando a decir de Frutiger: “Para apoyar visualmente el contenido del texto, la expresión de la escritura se modifica en todas sus posibilidades, desde el extremo de presentación *ultrafina* al de *superancha negra*” (Frutiger, 1985: 132; ver la familia Univers en Anexo 12).

En lo referente a la determinación de los contenidos y sobre todo en aquellos temas que sean compromisos por referirse a intereses colectivos, procuraremos anclarnos prioritariamente en los datos contextuales claramente perceptibles⁵, con el fin de no incurrir en error flagrante, interrogando a la vez a las propuestas plásticas y verificando sus fundamentos, con miras a su posible interpretación.

Para pasar al nivel profundo y desplazarse coherentemente en el plano del contenido es preciso proceder con absoluta transparencia. Recurriremos pues a la semiótica para la clara denominación de los elementos, un ordenamiento de los conceptos y una fluidez narrativa de la situación anecdótica⁶. Cuando sea preciso, apelaremos a la exposición retórica⁷ para su fundamentación correspondiente.

- 1 “(...) taxonomías que por otra parte encuentran, para su contenido, un correlato bastante sólido en la perspectiva del Grupo μ , cuyo acápite ‘Semántica de la forma’ se inicia diciendo: ‘Encontraremos en las líneas que siguen el esbozo de una semiología de la forma (...) incluso si la reducimos a su forma pura, la mancha no constituye una unidad última, no analizable. Puede ser descrita según tres parámetros. La descripción de los formemas será el objeto del primero. El segundo será un esbozo de una semántica de las formas y el tercero irá más allá del análisis de una forma aislada, para considerar la relación de diferentes formas en un enunciado’ (Grupo μ , 1993: 189, 190).
- 2 Recurriremos también a la retórica ya que aspectos sutiles que llaman nuestra atención a pregunta o duda pueden encontrar allí su explicación. “La retórica es la ciencia de los enunciados alotópicos o desviantes” (Ibíd., 1993: 263).
- 3 El capítulo 4 del libro de Bouleau está dedicado a las consonancias musicales. “(...) a mediados del siglo XV, los llamados artistas del primer Renacimiento (...) Una vez más las matemáticas. Su prestigio está todavía lejos de menguar. Al igual que en la Edad Media, se las relaciona con Pitágoras a través del Timeo de Platón y se busca en ellas el sentido secreto del universo (...) Todo estudio de esta época debe partir de Alberti (...) *Della statua e della pittura* (...) circuló rápidamente en forma de copias o fragmentos por los talleres artísticos y sin duda era bien conocido por Piero della Francesca”. En otro capítulo, Alberti expone la teoría de las relaciones musicales (Bouleau 1996: 81, 82).
- 4 “(...) en especial el memorable intento de Kandinsky por establecer relaciones entre pintura y música, entre colores, sonidos, sabores y sensaciones táctiles. Las asociaciones entre colores y sentidos que no sean la vista —presentes en todo el movimiento Der Blaue Reiter— pueden rastrearse por numerosas obras literarias (desde los planteamientos de Goethe, opuestos a los de Newton), pero Kandinsky basó en ellas sus teorías acerca de la fuerza y la expresividad del color (...) Todo ello no impide que un espectador cualquiera, poco informado acerca de las dimensiones cromático-sinestésicas teorizadas por Kandinsky e incorporadas como proyecto comunicativo en su pintura, contemple sus cuadros sin reparar en tales dimensiones. O al menos, sin reparar conscientemente en las asociaciones que puedan producirse. Sin embargo, una realización de las pinturas de Kandinsky o Der Blaue Reiter más cooperativa habrá de tener en cuenta las dimensiones sinestésicas previstas para ellas” (Carrere y Saborit, 2000: 366, 367, 368).
- 5 “(...) la limitación de la historia del arte consiste en la tendencia a tratar al diseño y sus manifestaciones principal y hasta exclusivamente como un fenómeno estético-visual y nunca como fenómeno arraigado en la industria, en las empresas, en la economía y en las políticas de desarrollo tecnológico y social. El diseño es una realidad con un grado de complejidad que va mucho más allá de un mero hecho de estilo” (Fernández y Bonsiepe, 2008: 10).
- 6 “Si la lingüística proveyó a Greimas de los procedimientos formales necesarios para realizar la descripción de las estructuras narrativas, los análisis de Propp le permitieron aprovechar el descubrimiento de las *regularidades* en las que se sostiene la mayoría de los relatos y, consecuentemente, confirmar la existencia de formas universales en la organización narrativa” (Zecchetto, 2012: 155).
- 7 “Junto con la componente emotiva, la estética es claramente la más importante. El uso de la figura retórica (...) tiene sobre todo una finalidad estética. En la publicidad rige el precepto barroco de que ‘es del poeta el fin la maravilla’. Frecuentemente el producto quiere imponerse ostentando habilidad y agudeza. El valor estético de la imagen retórica convierte en persuasiva la comunicación” (Eco, 1968: 297).

Sabino Springett



Figura 330: Springett. Carátula de *Fanal* N° 45, Vol. XI, 1955.

Maestro versátil e innovador, es uno de los artistas plásticos con formación académica que entre sus producciones de los años cuarenta y cincuenta asumió la elaboración de afiches y carátulas. Produjo asimismo algunos murales.

Si miramos esta imagen según la función que se le ha asignado, como carátula de revista, deberemos privilegiar la mitad derecha, en el entendido de que allí se encuentran las figuras más importantes, dejando la mitad izquierda para las imágenes complementarias y constituyendo así la contracarátula, con lo que habremos partido el cuadro en dos.

Pero dado que el conjunto tiene carácter figurativo y representa a un grupo de personajes en diferentes actitudes, para ver la escena completa debe desplegarse la revista y mirar juntas la carátula y la contracarátula como una unidad.

La obra entonces presenta una lógica compositivo-estructural cuya dialéctica reclama el reconocimiento de intenciones alegóricas. Tiene formato apaisado, horizontal y corresponde a una segmentación tripartita tradicional: / arriba-medio-abajo / y / derecha-centro-izquierda /. Esta organización espacial nos permite distinguir que el planteamiento es pictórico más que diseñístico, ya que su punto de partida es la libertad de expresar un válido mensaje plástico-simbólico, mas no se inscribe en la necesidad comunicativa de una revista ni se ciñe a la posibilidad funcional del formato.



Figura 331: Reseña. En la página de créditos se describe esta carátula a la manera de una alegoría: “La República Peruana con sus tres regiones y sus tres reinos, y la paloma y la espada que simbolizan el imperio de la Constitución y de las leyes, es el tema bosquejado por nuestra portada por Sabino Springett, pintor, muralista y profesor de artes plásticas (...)”.

Figura 332: Modulación del espacio en tercios.



Siendo que la obra presenta un alto nivel dentro de cánones estilísticos precisos, otros aspectos también han sido resueltos desde la estética y el oficio del óleo y la paleta. La materia pictórica es aplicada según la técnica de pintura directa, proceso que en este caso consiste en pintar una zona con un primer color tonal casi plano, asignando un segundo color para las sombras. El efecto es texturado. La aplicación es mixta, variando desde vigorosos empastes de brocha hasta sombras de volúmenes aplicadas con pincel de cerda, a diferencia de detalles a pincel de pelo suave cargados con materia líquida.

Eventuales detalles de luces o intensificaciones de sombras son agregados siempre con el pincel seco, o incluso simulando este efecto con pincel finísimo.

El conjunto de figuras es representativo, seres del mundo natural, en su mayoría personas: hombres, mujeres; alguna vegetación y un auquérido son presentados con un tratamiento simplificador que sugiere volumen con economía de pinceladas. El grupo de personas está dispuesto de modo que conforman una escena integrada, correspondiendo a la vegetación del primer plano, a los animales y al paisaje proporcionar el marco general.



Figura 333:
Brocha con carga espesa.



Figura 334:
Pincel chico frotado.



Figura 335:
Pincel chico simulando brocha seca.

La figura principal es femenina, se encuentra en la zona inferior derecha, en plano cercano, en posición sedente, apoyándose recostada sobre el antebrazo izquierdo. La mano derecha está levantada un poco más alta que su rostro.

En segundo plano, ubicada en la zona media, lado derecho, hay una figura masculina cuyo torso es visible desde la cintura; su mano derecha empuña una espada con la punta hacia arriba, su cara volteada muestra el perfil que, erguido, llega a participar del espacio superior; esta figura está trabajada con más detalles sombreados de anatomía. Parte de su cuerpo está cubierta por una tela roja y blanca con pliegues.



Figura 336: Mujer con cornucopia.



Figura 337: Mujer con flor de cantuta.



Figura 338: Mujer con espigas, detalle.

En el lado izquierdo hay tres figuras femeninas de pie, se las ve de cuerpo entero, lo que sugiere que están en un tercer plano, en diagonal, cada una un poco detrás de la otra y acompañadas de una llama.

La mujer más cercana sostiene una cornucopia, la segunda levanta una roja y acampanillada flor de cantuta, la tercera empuña una planta vertical que parece florear mazorcas de maíz. A su vez la mujer sedente se encuentra en tenencia de tres espigas: estilizadas, sin luces ni sombras, están tratadas con la sencillez de un símbolo. Estas cuatro personas visten una suerte de falda amplia o túnica.

A la distancia se reconoce una cadena de cerros escarpados, que son más esquemáticos aún que las personas; un conglomerado de superficies planas, casi geométricas.

En la parte superior central una figura femenina alada se desplaza de izquierda a derecha, dejando ondear sus cabellos dorados. Está casi en tres cuartos, viste túnica y

en la mano izquierda sostiene una rama, posiblemente de laurel.

El reconocimiento no es preciso hasta el detalle, ya que algunos objetos no han sido trabajados con el rigor naturalista en la caída de un vestido sobre la anatomía, ni estilizados a partir de un estudio sobre modelo, sino con la estética simplista de la representación simbólica.

La obra está compuesta por varios elementos que desarrollan individualmente su propio discurso, sin propuesta alguna de diálogo o de integración. Las tres oferentes, el espadachín cobrizo que emerge de entre las rocas piramidales, la sedente de rosácea piel con su matriarcal índice en alto y hasta la figura angélica que se dirige de izquierda a derecha iluminando la escena. Las actitudes hieráticas, los perfiles grecorromanos y las túnicas de amplios pliegues se articulan con paisajes de tórreo cromatismo en alusiones bucólico-telúricas, otorgándole al conjunto monumental una intención claramente descriptiva.

El cuadro cumple con holgura su función como carátula de revista, abarcando incluso hasta la contracarátula. El lenguaje visual que hace uso del brochazo decidido está destinado, sea espontáneo o no, a leerse como trazo expresivo y portador de emotividad. Solo en contadas



Figura 339:
Detalle del ojo.

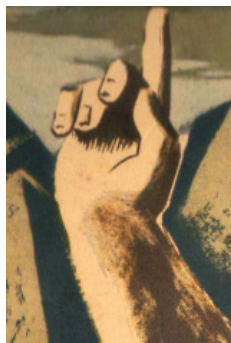


Figura 340: Detalles en
dedos y uñas.



Figura 341: Detalles en mejilla y cuello,
todos a trazos de pincel fino.

El resultado se encara ante el lector con matices fuertes de la estilística del mural, y una soltura que nos recuerda un tanto la figuratividad picassiana.

Observemos por último que al desplegar los recursos, la composición y los oficios del mural el autor ha puesto en juego un desarrollo alegórico en cuya amplitud confluyen diversos grupos, cada uno integrado por varios participantes, aunque en sí cada actante se encuentra desarrollando su propio programa narrativo para lo cual se acompaña de objetos que se comportan

como atributos. El resultado es una pintura altamente simbólica y comunicativa; a propósito de lo cual destacaremos que, al hacer uso de tal intencionalidad operativa y plasmarla en el ámbito de la hoja de papel, el artista ha efectuado un desembrague que, partiendo del nivel profundo, se expresa en el plano superficial, materializando así un gesto de apropiación, que en el plano de la expresión resulta formalmente similar a la ejecución de ciertos afiches, sobre todo los del período de posguerra, que en esos días se encontraban en la cúspide del prestigio.

Intertextualidad: Teodoro Núñez Ureta y Juan Manuel Ugarte Eléspuru

La intertextualidad nos permite precisar nuestra apreciación ya que hay otros autores coetáneos en cuyas obras encontramos un desarrollo similar; por ejemplo, en las carátulas, también para *Fanal*, de Teodoro Núñez Ureta y de Juan Manuel Ugarte Eléspuru.



Figura 342:
Núñez Ureta. Carátula de
Fanal N° 44, 1955.

En esta carátula el autor hace gala de un oficio virtuoso, en el que un vistoso efecto visual, muy aproximado al lenguaje requerido para afiches y carátulas, ha sido logrado mediante una grata aproximación a través de un impactante tratamiento, en realidad muralístico, lo que no es de extrañar ya que Núñez Ureta es nuestro más reconocido y prolífico muralista. Esta carátula se

ve con más detalle en el apartado correspondiente a las portadas de la revista *Fanal*.



Figura 343: Ugarte Eléspuru.
Carátula de *Fanal* N° 48, 1956.

Si bien los elementos visuales de esta carátula son presentados por el autor en un encuadre con notable efectividad compositiva e impactante cromatismo, es de notarse que en cuanto a aspectos como la estilística, el

tratamiento, el uso de texturas, y por cierto el punto de vista de aproximación ideológica, se acoge más bien a la estética correspondiente al muralismo. También esta carátula ha sido referida en el apartado correspondiente a las portadas de la revista *Fanal*.

Alejandro Romualdo Valle



Figura 344: Valle. Carátula de *Fanal* N° 18, diciembre de 1948.

- En el aspecto técnico material parece haberse confeccionado a base de pintura al agua aplicada en densa capa sobre cartulina áspera, tal vez Canson si fuera fina, o del tipo Chosica si corriente. Para los bloques de color el autor se contenta aparentemente con la pincelada sencilla de un pincel de baja calidad, cuya aplicación no deja la huella precisa de la punta de un pincel de pelo de marta, ni revela la brusca elasticidad del pincel de cerda. La elección de la paleta no sugiere que se hayan usado pinturas con finos pigmentos, más bien parecen los colores usuales en témperas corrientes.

Las líneas diagonales que conforman el haz de luz con la estrella de cinco puntas son tan nítidas como pueden lograrse con témpera líquida empleando un tiralíneas y reglas.

- En el aspecto compositivo lo que más destaca es la profusión de líneas diagonales, que luego de disputar un poco su lectura con una versión suelta de la copa de un árbol, acaba haciendo que el conjunto se reconozca como una torre superpuesta o injertada a las ramas de un pino.

Grandes líneas inclinadas surcan el plano, de izquierda a derecha, de derecha a izquierda y de arriba abajo. Las tensiones originadas por estos cruzamientos no son resueltas por medio del color; se explican paulatinamente con una lectura racional de las líneas—es decir, del dibujo—y se compensan con la adición de un eje vertical, una especie de obelisco hecho de horizontales ascendentes y diagonales cruzadas.

La estrella en el lado superior derecho proyecta en dos líneas hacia la izquierda un cono de luz. Los bordes imprecisos en los bloques de color presuponen una aplicación irregular o rápida sobre algún esquema estructural, tal como ocurre cuando se tiene una idea y, bastando apenas unos cuantos trazos básicos, se procede de inmediato a la aplicación del color. Así opera el pintor expresionista y también el bocetista publicitario.

En ambos casos, la apariencia puede ser similar aunque la motivación sea diferente. El pintor aplica su pincelada suelta impregnándola de carácter, sabiendo que allí quedará inamovible; el bocetista por su parte, lo hace con la despreocupada libertad de quien sabe que después hará un acabado final. Tal desparpajo y ambivalencia requieren ser refrendados con la ficha biográfica o cotejarlos con otras obras del mismo autor.

- Solo en el plano significativo reparamos en que la repetición de las diagonales ascendentes dentro del árbol no son solo un recurso facilista con el fin de darle corporeidad al pino para que permanezca estable e incólume ante la atracción o influencia de las diagonales que provienen de la zona superior, sino que hace uso de un recurso de mimesis para desplazar el tronco del árbol, ocupar su lugar y generar la forma de una torre cuyas líneas muy poco detallistas y tan nada texturadas, al aunarse con los bordes desmadejados del pino y los brillos apenas discernibles de las luces o adornos navideños, lejos de amilanarse y hacer un *mea culpa* por su insuficiencia de recursos técnicos, se yergue declarando su prescindencia de mayores sofisticaciones, por serle suficiente para comunicar con claridad su nueva identidad.

Dos grandes líneas diagonales verdes se hacen eco apropiándose del significado / cono de luz / que las líneas rojas se atribuyen, ofreciendo un segundo cono de luz, esta vez de izquierda a derecha.

De modo que, en términos de generación, tenemos cuatro programas narrativos:

- La generación de la torre.

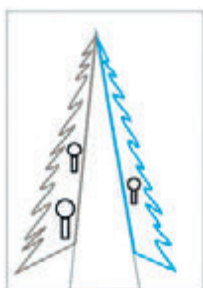


Figura 345: Esquema. Torre de petróleo y árbol de Navidad,

- El pino de Navidad con sus tres luces, sobre el cual rápidamente se superpone la torre.



Figura 346: Esquema. Estrella de Navidad y haz de luz.

- La estrella con su milenario haz de luz iluminando (o generando) el árbol desde el lado derecho.



Figura 347: Esquema. Logo de Fanal y haz de luz.

- El logotipo de Fanal que, diafórico, también despliega su haz de luz, esta vez más terrena, iluminando (o generando) la torre de petróleo desde el extremo izquierdo.

Los recursos retóricos de reiteración y énfasis permiten que el pino-torre sea decodificado mientras nuestra mirada es conducida hacia la zona superior, donde al completarse con los elementos título y estrella, nuestra lectura de imagen acaba por identificarle como: / Torre / petrolera / de Fanal-Pino / con estrella de Navidad / y luces de adorno-regalo /.

Eduardo Badía Vilató



Figura 348: Badía Vilató. Carátula de *Fanal* N° 38, Vol. VIII, 1954.



Figura 349: Reseña a carátula de Badía.

“A manera de una visión del Perú del futuro, con los caminos que abren al país las rutas vitales del intercambio y del progreso y las fuentes pródigas de sus bienes — la agricultura, riqueza madre de la tierra; los peces, inagotable reservorio de su fauna marina; la industria, nervio motor de sus ciudades; las rutas aéreas, alas de águila que conectan los más apartados rincones del Perú; y la industria del petróleo, promesa y realidad— han sido reunidos en esta portada por el reputado artista español Eduardo Badía Vilató”.

Por años el nombre de Badía Vilató ha sido un misterio sin resolver, referido ocasionalmente como “alguien que pasó por aquí pero no lo conocimos”, aunque —convengamos— saber tan poco de él no era mucho aliciente para motivar a indagación.

De hecho, los pocos datos que hemos podido ubicar en línea confirman que su vínculo con nuestro trabajo es mínimo y tangencial.

Se le menciona como Xavier Badía Vilató (1916), cartelista catalán, graduado en 1935 en la Escuela de Bellas Artes (Barcelona). En 1939 toma el camino del exilio en Francia, comprometido contra la represión franquista. Publica en 1947 su serie de litografías “Imágenes de la España franquista y colabora con SIA (Solidaridad Antifascista Internacional. Mantiene su trabajo con el cartel profesional y su rastro se pierde a finales de los años cincuenta en América del Sur.

La carátula que presentamos indica con su mera elección que Badía era conocido en Lima; la estilística de su ilustración comparte el carácter épico que hemos atribuido a los muralistas. Imposible saber si la breve aunque detallista y florida descripción que desde la página de créditos acompaña la carátula y guía su lectura es creación editorial de *Fanal*, o quizás recoge datos proporcionados por el autor.

Como fuere, no encontramos coincidencia entre las fortalezas enumeradas y las figuras reconocibles; y no son muchas las piezas que hayamos encontrado del paso de este artista por Lima. Sin embargo, la lectura de esta obra es ocasión que no dejaremos pasar tratándose de un diseñador de quien tanto hemos oído comentar; tanto más, cuanto que entre los méritos que se le atribuyen está el haber sustentado en parte la formación de Bracamonte Vera. La carátula que nos presenta es a primera vista un producto de entreguerras, influencia de la Europa de los años treinta y cuarenta.

Texturada, térrea y telúrica, la figura claramente reconocible en un primer plano destaca dramáticamente sobre el azul esfumado de un fondo espacio-temporal sobre el cual las líneas agregan una dimensión que suponemos cósmica por indefinible. El sombreado, de granulaciones y sugerencias matéricas en las figuras, proveniente quizás de técnicas ásperas, usos del carbón o témperas a brocha seca, contrasta con el fondo esfumado uniforme, producido tal vez con aerógrafo.

El perfil de rasgos ostensiblemente clásicos inicia una serie de denotaciones destinadas a remitirnos a un punto de vista de universalidad.

Al carácter volumétrico y poderoso del rostro se suman las líneas finas que agregan una perspectiva psicológica a la direccionalidad de la mirada, dotando de un primer significado a las líneas del fondo que, por efectos de la profundidad y perspectiva, se convierten en redes.

En los planos cercanos, algunos elementos figurativos —varios tipos de peces, algún producto vegetal estilizado y detalles de una fábrica— ciertamente representan o sugieren la agricultura, la fauna marina y la industria; pero la adjetivación “riqueza madre de la tierra / inagotable reservorio de su fauna marina / nervio motor de sus ciudades / promesa y realidad del petróleo” nos resulta un tanto excesiva, como en el caso del reconocimiento de las “rutas aéreas”, cuyas “alas de águila” en verdad no las hallamos representadas.

Sin embargo, encontramos que es aquí donde la aplicación de estos elementos icónicos sí es acertada; esgrimida por el artista como resultado de una disposición cuidadosa y razonable que explica valiéndose de la medida y haciendo de la *enumeratio* su fortaleza, aunque en desmedro de una opción más expresiva y dejándonos con la curiosidad de saber si hay también un Badía emotivo.

Badía no teme citar sin ambages la estilística (simplificación, gamas, texturas) y hasta los elementos simbólicos (perfiles, fondos, maquinarias, cadenas) que identifican a la multitud de afiches de Europa que antes, durante y después de la guerra utilizaron ampliamente estos recursos visuales; y recoge para sí, con todo derecho, el prestigio de esa gráfica a cuya tradición pertenece.

Con todo, este artista gráfico de talla pasó por algunos países de Sudamérica y es afortunado que hayamos podido comentar una obra suya.

Lo hemos incluido en nuestra selección citándolo con algún detalle, sobre todo en atención a la influencia que pudo ejercer sobre el joven Bracamonte, aunque no sabemos a ciencia cierta cuánto tiempo estuvo este último al lado de Badía ni cuánto asimiló.

Werner Stockli



Figura 350: Stockli. Aviso de periódico para la Casa Oechsle (antes de 1960).

- Este aviso de Navidad para la Casa Oechsle, publicado a toda página en *El Comercio*, fue realizado —según se ve— con tinta negra sobre cartulina rascable Scratchboard, de lo que resulta que las figuras, aunque pequeñas, son llamativas por ser de color negro sólido como siluetas, y elegantes por tener finos detalles a línea blanca.
- La gran forma general externa es la figura estilizada de un árbol de Navidad segmentada en varias zonas estratificadas, cuyas ilustraciones cubren toda el área útil con escenas que representan los diferentes pisos de la Casa Oechsle.

El nivel inferior, con el rótulo “Sótano”, anuncia secciones de cristalería, lámparas, floreros, juegos de mesa, aluminio y porcelana. En el primer piso: camisas para caballeros, discos, perfumes, carteras, medias, regalos, joyería y sección niños. En el segundo piso: sedas, algodón, calzado para damas, ropa interior, ropa de baño, fajas, bebés. En el tercer piso: alfombras, sombreros, confecciones, blusas, maletas, muebles para jardín. En el cuarto el Tea Room. Todas las ilustraciones grafican personas en actitud de probar, escoger y comprar las diferentes mercaderías expuestas.

- Gracias a un recurso de personificación, el árbol mismo es portador del mensaje comunicativo. Conformado tradicionalmente por un pino sobre el cual se acomodan regalos, juguetes y objetos de adorno, en esta versión es presentado

como estructurado por un conjunto de figuras interactuando, vendiendo y comprando, produciendo la impresión de una gran actividad en la tienda. Subliminalmente, el tratamiento esgrafiado en figuras negativas produce la evocación como un eco de otro objeto plástico internalizado en nuestro imaginario popular local: el artesanal mate burilado, con sus figurillas en escenas ilustradas. Así este gran árbol de Navidad se asegura de ser recibido con cierta familiaridad por los lectores, posibles usuarios de la marca Oechsle, lo que nos es demostrado mediante una escenificación historizada de los servicios y productos. Vemos también un Santa Claus en cada piso, lo que en cierto modo significa que todo, incluso la Casa Oechsle misma, es un regalo, nuestro regalo de Navidad, ya que el logotipo distintivo de la empresa se encuentra en la base que sostiene el árbol.

Muchos de los avisos para periódico que Oechsle publicaba en los diarios de la mañana de esa época —como *El Comercio*— y algunas veces en revistas como *Caretas*, o en programas de teatro, eran también impresos en un pequeño tiraje sobre papel Bond y en *offset*, casi siempre a dos tintas. Se usaban como pequeños afiches exhibiéndose en las paredes dentro del mismo establecimiento, y doblados en tres cuerpos para ser fácilmente llevados por los clientes y visitantes durante la temporada de promoción.



Figura 351: Stockli. Detalle de zona inferior de la figura 353.



Figura 352: Stockli. Detalle de zona superior de la figura 353.

En reflexiva actitud de clienta experimentada y conocedora, la figura inferior despliega frontalmente su mirada en una sonrisa que, con atrevido punto de vista,

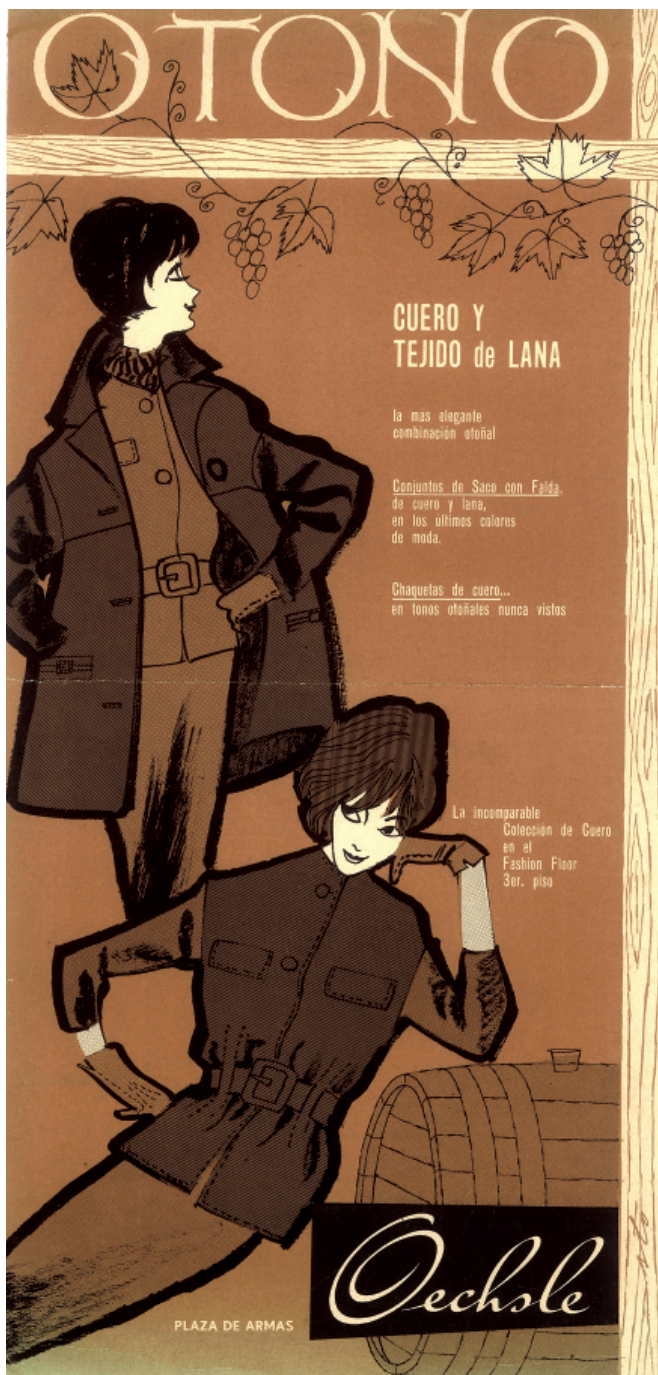
cual la Olimpia de Manet, convierte a sus espectadores en parte de su propio horizonte, el cual contempla en un barrido panorámico, en actitud satisfecha, que invita a imitarla.

Su contraparte es la figura de pie cuyo perfil explicita el cumplimiento de un programa de apropiación. El sujeto comprador se halla en tenencia del objeto de satisfacción, tiene puesto un conjunto y por si hubiera mayor duda su mirada complacida aclara el nombre de la prenda que viste: cuero y tejido de lana.

El nexos entre los dos sujetos ha sido completado en el recorrido que partiendo del logotipo de la empresa ubicado en la base del anuncio llega hasta la sonrisa de la dama erguida.

El sentido ha sido generado por la asociación / logotipo-cuba (o tonel) /, cuyo desembrague—en el plano del contenido—impregna a la forma del logotipo Oechsle con la distinción tradicional de la cual la cuba (de vino) es portadora por naturaleza.

Al desplazarse a través de las vetas de la madera vertical y las hojas de parra llega al plano superior donde culmina su viaje completando una espiral; mismo que, por lo demás, puede ser leído a la inversa, como un recorrido curvo que partiendo de la mejilla en la figura sonriente de la zona superior pasa por el título y nos conduce hacia el logotipo con la dirección Plaza de Armas en la zona inferior.



Todo ha sido cumplido con frescura y precisión. Cada detalle fue aplicado con economía; el carácter directo y comunicativo del subtítulo / cuero y tejido de lana / es reforzado al contrastar con el sutil ornamento vegetal en las letras del titular / OTOÑO /. Dan prueba de ello los trazos directos del cabello, los pliegues de las mangas, las texturas del *outline*, las vetas—a mano alzada—de la madera, las hojas, racimos y zarcillos que aún conservan su fluidez caligráfica; aclaro, de aquella caligrafía que deja su huella sin dudar y que no vuelve sobre sus pasos para corregir.

Desde mi mesa, a una distancia prudencial, para no interrumpir, asistí al proceso. El diseño fue apareciendo ante mis ojos, ya construido, con tal ligereza y levedad como cuando cualquiera de nosotros firma una carta. La figura con Rapidograph, detalles a pincel seco, una trama adhesiva recortada para dar tonos grises, un papel transparente para protección; todo fue una secuencia ininterrumpida. Luego, anotar la medida sobre la máscara. Y a entregar. El aviso saldría en el periódico de la mañana.

Cuando después comenté que esas letras del título OTOÑO no me parecían de ningún alfabeto conocido, me mostró en un impreso la columna de Trajano y luego las muchísimas medidas y matemáticas con que en el Renacimiento habían tratado de reconstruir esa perfección (ver letras renacentistas en Anexo 15). Miré y remiré; estas del titular, cierto, aún tenían el cuerpo de las romanas, pero también portaban como una gran carga, la historia de muchos otros alfabetos. Y tuve la certeza de haber presenciado en acción la madurez de un artista.

Figura 353: Stockli. Aviso de periódico para la Casa Oechsle (mayo de 1960 o 1961). Luego de publicado, el arte final fue recuperado y entregado a la imprenta de *offset* Artes Gráficas, para imprimirse como volantes finos, a color y en papel blanco satinado.

Concluí que la ejecución sin trazo previo no está reñida con el concepto de estructura, el cual, si uno ya lo tiene internalizado, viene a ser—aun sin trazarlo sobre el papel—el prerrequisito que posibilita una versión más libre.

Hans Bosshard



Figura 354:
Bosshard. Portada
de la revista
UNICEF N° 22, 1961.

A caballo entre la plástica y el cómic, Bosshard anticipa por décadas el gesto dramático que sería luego la marca de la industria japonesa de la animación.

- Según puede verse, Bosshard desarrolla su ilustración con dos pasadas de grabado, aprovechando en las impresiones la textura de la veta de madera. Al parecer trabajó con un solo taco, haciendo primero una impresión con la plancha virgen para el fondo de color; sobreimprimiendo después con tinta negra la imagen ya tallada. Para este efecto podría haber utilizado una plancha de *triplay* de calidad rústica sin pulir ni enchapar, lo que permitiría una ejecución alternativa realizada en el propio estudio de diseño y sin necesidad de usar la prensa en un taller de grabador.
- El enfoque es un acercamiento que destaca la gran forma circular de una cabeza de niño aprovechando la mayor parte del área útil y haciendo uso de convenciones que dotan de profundidad en varios planos a este motivo de pocos elementos. La mano izquierda y el antebrazo del niño, por no llevar mayor sombreado y aparecer en posición diagonal, saltan ante nuestros ojos al primer plano dejando el rostro detrás. Los densos mechones de pelo caen sobre la frente que se aleja sombreada por un achurado, de modo que los ojos brillantes avanzan con protagonismo por compensación.
- La mirada cuajada que se completa con el gesto desvalido de la mano en la boca entreabierta busca frontalmente la mirada del lector. En este conjunto, la imagen idealizada, cabeza grande de niño muy pequeño, mechones despeinados de un pelo crecido nada cuidado, centrada en un espacio abierto y rodeada por la nada es una invitación a la interpretación subjetiva, que viene además dotada de una dirección precisa ya que además del estrato social que el vestido indiscernible sugiere, el pelo negro refuerza la tipología tercermundista, como se le decía entonces.

Markus Barandún

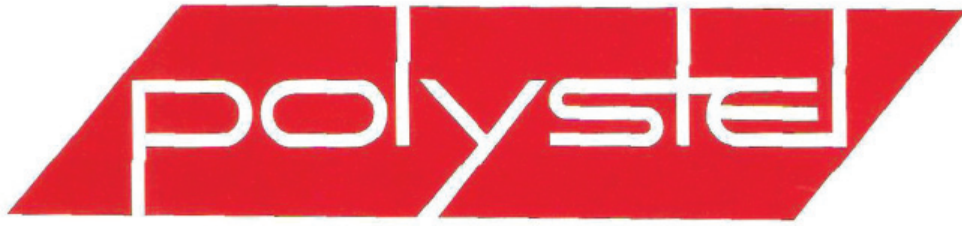


Figura 355: Barandún. Logotipo de Polystel.

- Según los modos de los años sesenta, el arte final de este logotipo fue confeccionado sin duda con herramientas e instrumentos manuales, como lapiceros, tiralíneas, tinta negra y témpera blanca, en mesa de dibujo con reglas y sobre cartulina.
- Está trabajada en una versión personalizada de letra Sans Serif, donde las relaciones internas no son previstas para todo el alfabeto, sino solo para los requerimientos de logotipo. Tanto las verticales como las horizontales son de igual ancho, este módulo de anchura permite amarres entre letras, como se dan entre *s-t-e-l*. La composición con zonas ortogonales hace que las líneas estructurales al interior del texto coincidan con el exterior de la masa del fondo, cuya forma cerrada y de bordes definidos refuerza la diagonalidad.
- Este logotipo que se ha visto en Lima por años es en todo ejemplar y característico. El uso decidido del intenso color rojo naranja corresponde a las preferencias de la escuela suiza de los años sesenta. Su masividad horizontal es sólida y estable, con un fuerte dinamismo debido a sus laterales diagonales. Pero los trazos ascendentes y descendentes de las letras son abiertos logrando una libertad elegante y

dancística sobre el fondo. La aparente simplicidad de este diseño se corresponde con los enunciados que, posteriormente a la creación del logotipo de Polystel, hemos visto publicados por algunos de los grandes divulgadores del Estilo Tipográfico Internacional⁸, como es el caso de Armin Hofmann.

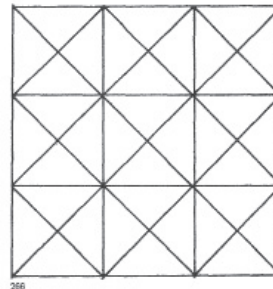


Figura 356: Hofmann. Retícula. El diseñador suizo ejemplifica las virtudes y propiedades de la composición en paralelas y diagonales: "La línea diagonal es un elemento estructural en las letras e imparte movimiento a la forma" (Hofmann, 1965: 154).

En la entrevista de febrero de 2014, Carlos González coment : "El logo de Polystel es obra de Markus Barandún. Ese logo no envejece, debe tener unos sesenta años. No necesita nada. En cambio hay otros logos que no han durado ni cinco años".

Sin embargo, acorde con el paso del tiempo, con la vigencia del modelo suizo y con la comprensión misma de lo que significa diseño, el logotipo en cuestión ha sido modificado. Actualmente luce así en su fábrica de la avenida Venezuela 2505.



Figura 357: Foto actual, fábrica Universal Textil.

8 En 1965 apareció la primera edición de *Graphic Design Manual* por Armin Hofmann (New York: Van Nostrand Reinhold Company Regional Offices) y en 1988 la versión castellana: *Manual de diseño gráfico. Formas, síntesis, aplicaciones* (Barcelona: Gustavo Gili).

Lena Bassler



Figura 358: Bassler.
Carátula de *Fanal* N° 67,
Vol. XVIII, 1963.

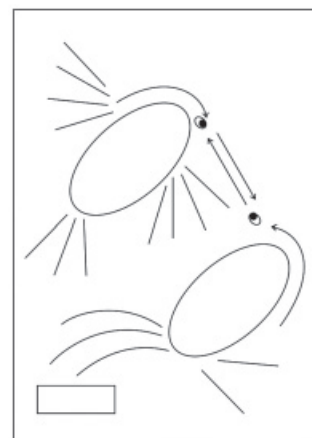


Figura 359: Esquema de
carátula.

- La obra está confeccionada con recortes de tela suave de fieltro, aplicados sobre un fondo de tela más gruesa y casi rígida (lino). No se aprecian costuras, por lo que se infiere que las uniones son hechas por medio de pegamento. Las pequeñas piezas se fijan solo en un lado, de modo que las partes libres se arquean o levantan un poco produciendo efectos aleatorios de alto relieve, muy apropiados para sugerir las plumas en movimiento. Los detalles más pequeños han sido resueltos con líneas finas a pincel.
- Sobre un fondo amarillo ocre de formato vertical, tamaño A 4, se reconocen dos figuras emplumadas: dos gallos erguidos. Las plumas, patas, crestas y demás elementos que los conforman se organizan en diagonales y curvas, dándole al conjunto un efecto de dinamismo.
El gallo del lado izquierdo se encuentra en la parte superior, las dos alas extendidas, abiertas y las plumas muy separadas; incluso las plumas de la cola, casi rectas, corresponden a un rol activo. El gallo de la parte inferior presenta una actitud diferente. Sus alas están plegadas, lo mismo que su cola—que pareciera querer desaparecer—y su cuerpo, en el cual se nota una pobre tensión, aún parece caminar hacia la derecha; sin embargo, logra voltear la cabeza hacia arriba para dar la cara a los rápidos cambios de posición de su agresor. Por sus miradas, ambos están enfrentados y denotan dos diferentes niveles de acción.

La composición permite que el logotipo de la revista esté en la parte inferior izquierda. Su compensación es elíptica o ausente ya que, ubicada en el extremo opuesto sobre el tercio superior derecho, ha quedado como una zona libre de figuras, favoreciendo que la mirada del lector se dirija a ese espacio, allí donde se están dando cita los picos de las dos aves.

- En el aspecto significativo podemos destacar el bien logrado y meritorio efecto de ataque del gallo de la izquierda, que en este caso se ha cumplido ampliamente con fieltros recortados.

La acción de los dos gallos es conjunta. La impresión de movimiento que la autora ha logrado es notable. Pareciera un instante congelado en el tiempo. Mientras el uno ataca decididamente desde la parte superior, revoloteando velozmente alrededor de su adversario, el oponente camina nerviosamente de un lado a otro sin atinar aún a defenderse.

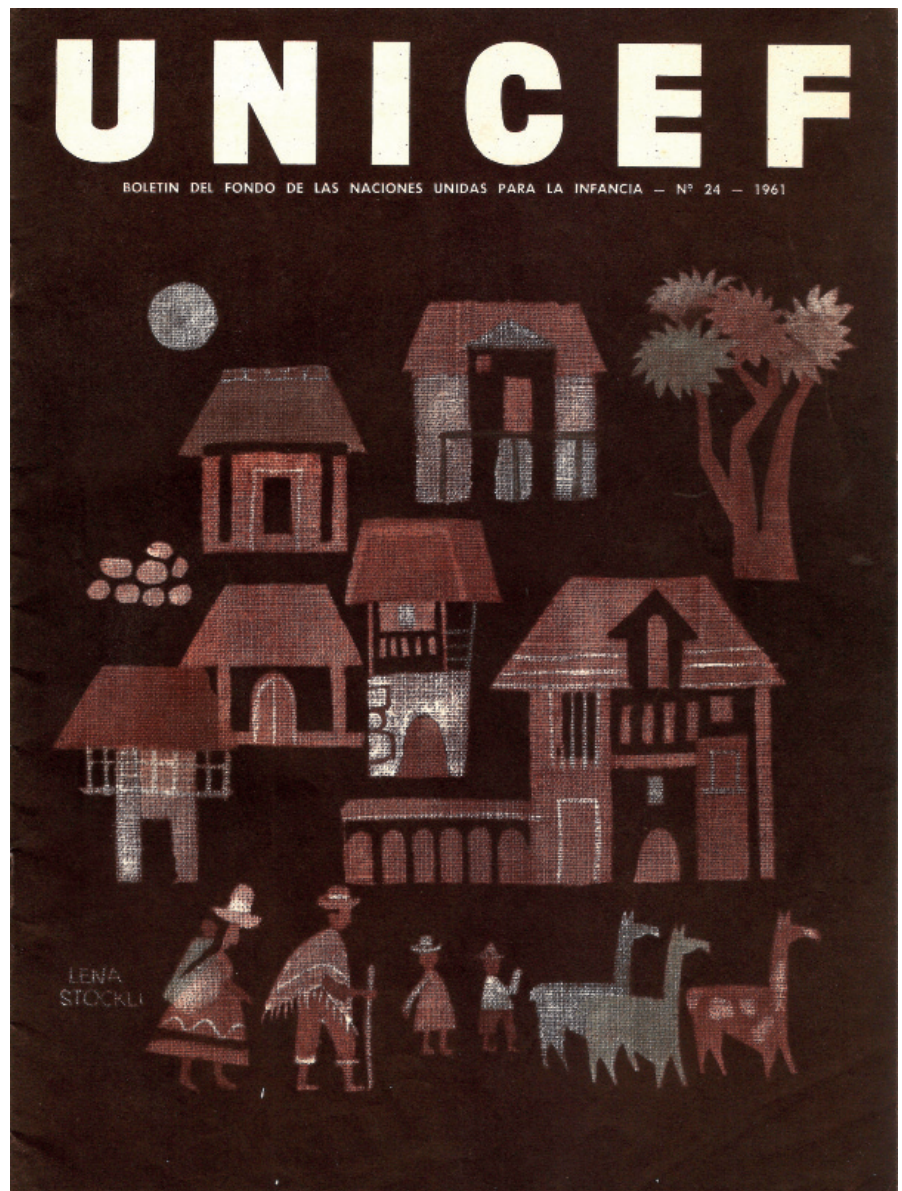
El color amarillo ocre del fondo, enriquecido incluso con chispazos de brillos texturados, aporta su toque de calidez, sugiriendo el escenario soleado donde por lo general se dan las peleas de gallos.

Figura 360: Biodata de Lena Bassler. En la página de créditos dice: “Llegada hace doce años al Perú, Lena Stockli, de nacionalidad suiza, comenzó a pintar cuatro años después, interesándose principalmente por los motivos folklóricos. Aparte de la pintura, ha ensayado también otras técnicas artísticas con las que ha logrado interesantes y vistosos trabajos”.



Figura 361: Bassler. Carátula de revista UNICEF N° 24, 1961.

- Pintura en pasta, aplicada con pincel seco y plantillas, sobre tela gruesa de lino.
- Representa las formas, casas y paisajes del Perú campesino; esta versión pictórica y texturada se basa en los motivos monocromos de los mates burilados.
- Es una visión idealizada del entorno rural donde crece la niñez andina.



Claude Dieterich

Es afortunado que Claude Dieterich sea un conversador ameno y acertado. En las entrevistas que nos concedió hemos podido recoger opiniones, puntos de vista, consejos y anécdotas como los que aquí consignamos.



Figura 362: Dieterich. Símbolo gráfico para el Acuerdo de Cartagena.



Este diseño fue para el Acuerdo de Cartagena que ahora es Comunidad Andina, que parte también de una idea: ¿qué era el arcoíris en la simbología de la cultura judeo-cristiana en la Biblia? (...) Cuando el arca de Noé toca tierra llega una paloma con una rama de olivo y el arcoíris en Europa está considerado como símbolo de paz.

Aquí en Moche, en el complejo Chan Chan, del Sol y de la Luna, en Trujillo, lo he visto en adobe. Entonces yo pregunté por qué había un arcoíris, si es un desierto. Dijeron que porque a veces, muy rara vez, será cuando viene El Niño... pero llueve; y todo el desierto se pone verde.

Entonces, es interesante, el arcoíris es la paz en la cultura europea; pero acá es otra cosa, es la vida, es la producción, la fertilidad. O sea, paz y fertilidad juntas. Y lo visualicé como uniendo los dos lados de los Andes.

¿Cómo representar los Andes? ¿Tiahuanaco? A mí me parece más interesante así porque son los Andes trabajados, porque son los Andes representados como terrazas, como andenes; o sea, desde acá, digamos Venezuela, hasta acá, Bolivia, Chile (...) unidos por paz y fertilidad. Y cuando lo expliqué así, estaba aprobado.

Lo había encargado el doctor Javier Silva Ruete que tenía un trato muy simpático. Me pidieron un logo andino, entonces busqué los símbolos andinos.



Figura 363: Dieterich. Logotipo para alfombras Hogar.

- Este logo data de los años sesenta, de hace medio siglo, cuando los proyectos se presentaban al tamaño original y el acabado era realizado inicialmente en tamaño grande, todo en procesos manuales con instrumentos de mesa, reglas, lapiceros y tiralíneas. Claude: "De los 150 bocetos que hice, solo entregué para escoger los tres mejores".
- En los primeros días de la campaña introductoria el logotipo se vio a veces en gran tamaño dentro de avisos de periódico a toda página, y pronto fue un objeto visual de reconocimiento masivo. El diseño alterna áreas de masas compactas con espacios de delicados matices logrados por el efecto de forma-contraforma. Como objeto reconocible, se trata de una sola letra *H* mayúscula, cuyas gruesas serifa son la marca de su poderosa complexión. Los bordes, conformados íntegramente por líneas curvas, logran un efecto de suavidad. El conjunto se organiza sobre una retícula virtual inclinada que denota su filiación caligráfica. El análisis denota cuatro pequeñas formas de carácter diverso integradas en un solo objeto visual reconocible. La generación de dichas formas connota su proveniencia del recorrido o trazado manual, que se explica mediante flechitas y que es conocido como *ductus*.

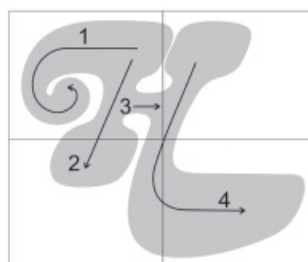


Figura 364: Esquema del logotipo de Hogar.

El trazo 1 captura la mirada del lector para que el trazo 2 pueda conducirla hacia la zona inferior donde le espera el texto del aviso o afiche. El trazo conduce la mirada desde arriba hasta abajo y remata en la horizontal que corre de izquierda a derecha, transmitiendo su estabilidad a los elementos cercanos; generalmente sobre este trazo encontramos establecida la palabra HOGAR en altas Sans Serif.

- Al margen de lecturas antojadizas que de todas maneras han querido encontrar significaciones figurativas, lo que resulta llamativo es que tales interpretaciones sí se hayan hecho de manera correspondiente, encontrando un bebé o una novia en el trazo adornado y atribuyéndole masculinidad justamente al trazo afirmativo, lo que aboga por el tipo de reconocimiento efectivo cuando nuestra referencia es corporal.

A despecho de tales propuestas imaginativas, las necesidades funcionales del logo fueron tan solo de comunicar una letra *H* reconocible, simpática y memorizable; pero una *H* con carácter adecuado a una tienda que vende alfombras y muebles de sala.

Claude: “Cuando Beto Levy me mostró los bocetos que otros diseñadores le habían presentado, yo le dije que parecían para una fábrica de acero. ‘Tú necesitas una *H* más confortable para tu negocio’. Y acepté el encargo”.

Como anécdota, esa imagen fue usada durante décadas en Lima por una empresa que simplemente le agregó su nombre “Transportes Hidalgo”, sin pagar ningún derecho.

Aún hoy, en Bolivia hay otra firma, una empresa de sanitarios, que sigue utilizándola.

Caligrafías



Figura 365: Dieterich. Design.

Si organizar en el espacio letras dibujadas y componerlas compensando los espacios blancos con los ornamentos llamados “gracias” es toda una aventura que puede ser acometida con el absoluto rigor de lo estructural, el ejercicio de la caligrafía—que consiste en diseñar todo eso al ritmo en el que otras personas escribimos—es solo comparable al deleite del bailarín que evoluciona sobre la pista o del músico que desliza sus dedos sobre el diapasón de su instrumento.

Desde la angulosa caligrafía de textura, usualmente llamada letra gótica, producida históricamente con instrumentos tan variados como la pluma de ave y la pluma chata, pasando por la cursiva cancelleresca y demás familias, hasta las exploraciones contemporáneas de trazos expresivos o gestuales logrados con tiralíneas, cálamus e incluso con la reciente Colapen, la inmensa variedad de tipos y ornamentos nos ofrecen un campo rico para el estudio y el desarrollo de la creatividad, a condición de una disciplina férrea e indismayable, como la que se ejercita al escoger una frase y trabajar sobre ella según nos muestra Claude Dieterich.



“Las letras son símbolos que transforman la materia en espíritu”.
Claude: “Esa frase la hice un poco mi motivo. La hice en todos los estilos y en todos los idiomas posibles”

Figura 366: Variación N° 1.

Entre la rutina y la experimentación, el calígrafo debe encontrar sus propias soluciones, tanto en el ámbito formal como en el material: por ejemplo, preparar su propia herramienta si no la hubiera. Sobre eso le preguntamos a Dieterich.

Figura 367:
Variación N° 2.

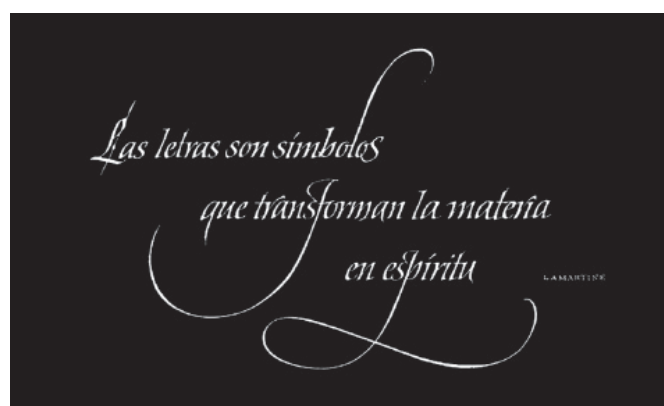


Figura 368: Variación N° 5.



Figura 369: Variación N° 3.



Figura 370: Variación N° 4.



Figura 371: Letras caligrafiadas
(no dibujadas).

OSC: ¿Y para trabajar Copperplate?

CD: Ah, bueno, para Copperplate se usa este mango de pluma. Lo llaman Elbow, el codo.

OSC: Tengo uno así, pero el mango es fijo, no es flexible como el tuyo, ni tiene esta pieza.

CD: ¡Este mango solo lo tengo yo!

OSC: Ya veo, es algo especial. ¿Tú te lo has hecho?

CD: Me lo hizo un amigo que era ingeniero óptico y tenía todas las máquinas en su garaje, todo de precisión, y era calígrafo; entonces nos pusimos unos meses a trabajar en esto. Yo le dije: "Mira, sería interesante que el dedo quede a la altura de la punta y así tú tienes una guía increíble". Lo hizo en bronce e hizo uno para mí. Mira, torneado y todo.



Figura 372: Proyecto
para etiqueta de
pisco realizado en
estilo Copperplate.

OSC: ¿Y solo llegó a hacer uno?

CD: Y yo lo guardo como una pieza de museo porque es mi mejor herramienta.

Figura 373:
Dieterich. Firma.



José Bracamonte

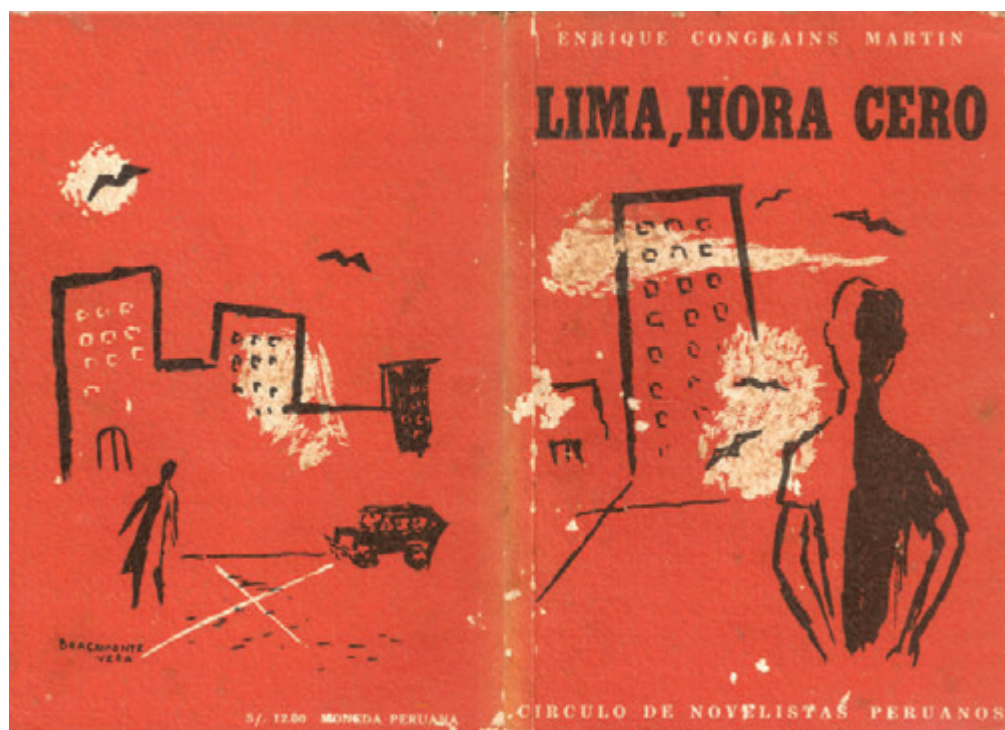


Figura N° 374:
Enrique Congrains. *Lima, hora cero*.
Círculo de Novelistas Peruanos,
1955, 158 p., 17,5 x 12 cm.
Firma en la carátula:
Bracamonte Vera.

- En el aspecto material esta carátula está propuesta a dos tintas planas, lo que para la época garantizaba un costo accesible; en el sistema *offset* cada pasada requiere utilizar una película fotográfica importada que se cotizaba por centímetro cuadrado, aumentando su precio si de película negativa se invertía a película positiva, y más si la película se tramaba. El costo máximo posible para una impresión era el “todo color”, ya que requería del proceso llamado “selección de color”, o sea el uso de cuatro películas tramadas y positivas. Es posible que el artista haya sido quien tuvo en mente abarcar hasta la contracarátula como zona útil para su diseño, por lo que hacer la carátula a dos colores era una propuesta más económica y haría viable el proyecto. El fondo plano pinta de color rojo ladrillo la carátula, el lomo, la contracarátula e inclusive las solapas, reservando en algunas partes el color blanco propio del papel.
- Desde un punto de vista formal el espacio es tratado como un todo, lo que en un sentido práctico se convierte en un díptico, carátula y contracarátula, cuya jerarquía de lectura decide naturalmente que en el frontis vayan figuras grandes y en el reverso figuras pequeñas¹⁰. El discurso de la carátula es claro: en un plano próximo destaca el busto de una figura humana sobre el fondo de un paisaje urbano. Son simplemente el sujeto y su entorno. Las aves en el cielo determinan varios planos de profundidad, las encontramos al medio y al fondo. Los detalles del reverso completan la presentación: una mujer en plano intermedio, edificios no muy altos a lo lejos, un automóvil antiguo cruza lateralmente, más aves en el cielo, aunque sin guardar una proporción naturalista. El tratamiento hace uso expresivo de la pincelada para el diseño de figuras y de la textura para detalles de fondos. El recurso manual está presente aun en los trazos rectos de los edificios y en las líneas que aplica con economía de medios.
- En cuanto a la intención comunicativa, el autor hace uso razonable de la imagen para ilustrarnos gráficamente, mientras desde una posición panorámica el título, ubicado en el tercio superior, domina la escena como un ciclorama, imponiendo ser leído desde la primera mirada. El conjunto es una elección ecléctica, que concilia la presencia de recursos pictóricos considerados modernos aun para un lector medio, sin transgredir los moldes compositivos establecidos. Nubes texturadas que nos remiten al expresionismo, edificios torcidos y siluetas de figuraciones partidas—mitad positivo, mitad negativo—actualizan propuestas pictóricas que dentro de los usos tradicionalistas publicitarios de moda en 1955 resultan una posición de avanzada o cuando menos de vigencia reconocida, actualizada. El ilustrador ha hecho uso del lenguaje visual contemporáneo, estableciendo de paso la declaración de su propio estatus de artista pintor informado.

10 Por no ser relevante para esta mirada, dejamos sin atender la significación posible del trazo en cruz que aparece en la contracarátula, cuyo eco resuena en la carátula y que aparece por tercera vez abarcando hasta la solapa a todo tamaño.



Figura 375: Adán Felipe Mejía, "El Corregidor". *Ayer y hoy*. Ediciones Tawantinsuyo, 1959, 160 p., 16 x 10,5 cm. Firma en la carátula: Bracamonte.

- La obra presenta huellas de factura pictórica, sin duda ténpera densa aplicada con un pincel suave, no muy grande y casi seco. Lo que no excluye que las áreas planas de mediano tamaño deberían haber sido cartulinas Canson de color, resultando así una técnica mixta de pintura y aplicaciones en *collage*. En el lugar central destaca el balcón colonial flanqueado por elementos que siempre están presentes en el folklore y en la fiesta: la guitarra y la botella.
- Las formas curvas de la guitarra se desplazan al primer plano, son la voz más relevante e imparten su movimiento al conjunto. Esta ondulación del instrumento resuena como un eco reforzado en las ondulaciones de la nube del fondo. Otras voces individuales son la botella, el plato de anticuchos, la nube gris, la pareja de bailarines. Todos los objetos hablan—por así decir— a la misma vez. La pareja está en actitud de bailar marinera y al encajarse dentro del espacio escénico encuadrado por el cielo gris, el balcón iluminado, la comida, la música y la bebida, conforma un tema simbólico que se lee de una sola mirada: la fiesta en Lima.

Los contenidos significativos de un plato de anticuchos superpuesto, o tal vez dentro de una guitarra, deberán buscarse a nivel simbólico; lo mismo puede decirse de las ventanas del balcón colonial, que ostentan un color amarillo intenso, sugiriendo la luz de una fiesta, allí donde usualmente se encuentra el entramado tupido de las celosías. El gran fondo esfumado de todo el cuadro, cuya coloración va desde el ocre en la zona inferior hasta el siena tostado en la parte superior, parece tornarse más cálido al contrastar con un no-explicado suelo verde. Contra la inmensidad de ambos espacios, piso y cielo, destaca la pareja de baile.

Por su tratamiento dentro de la composición general y pese a su tamaño comparativamente pequeño, la pareja de bailarines adquiere protagonismo y su ubicación al centro de una escena teatralizante confiere monumentalidad escenográfica a la guitarra y a la botella, permitiéndoles a la vez apropiarse del carácter luminoso del balcón colonial. Ellos son los bailarines de la fiesta, pese a que se les ve fuera del recinto tradicional.

El autor se ha dedicado a solucionar gráficamente por medio de la ilustración, dejando la tarea de explicar textualmente a unas letras sencillas, condensadas y de palo seco; que era lo que por esos días se estilaba, pues los servicios de tipografía tenían un surtido muy poco variado.

Como fuere, el punto de vista del creador de esta carátula es finalmente pictórico, el artista no ha dejado pasar la oportunidad de enfatizar claramente su formación como pintor. Notemos en este caso el uso de colores planos y las particiones de luz y sombra en los tres elementos centrales—guitarra, balcón y botella— como matices asociados a las vanguardias de principios de siglo, aún considerados modernos por el público usuario.

Queda una pregunta acerca de la estilística realista-expresionista en el binomio / bailarines-plato de anticuchos / y su coexistencia—correspondiente o no— con la estética de sugerencias más bien cubistas en el binomio / guitarra-botella /; pero, de ser atendida esta pregunta, la manera adecuada será cotejando una serie de obras del mismo autor a través de su propia línea del tiempo.

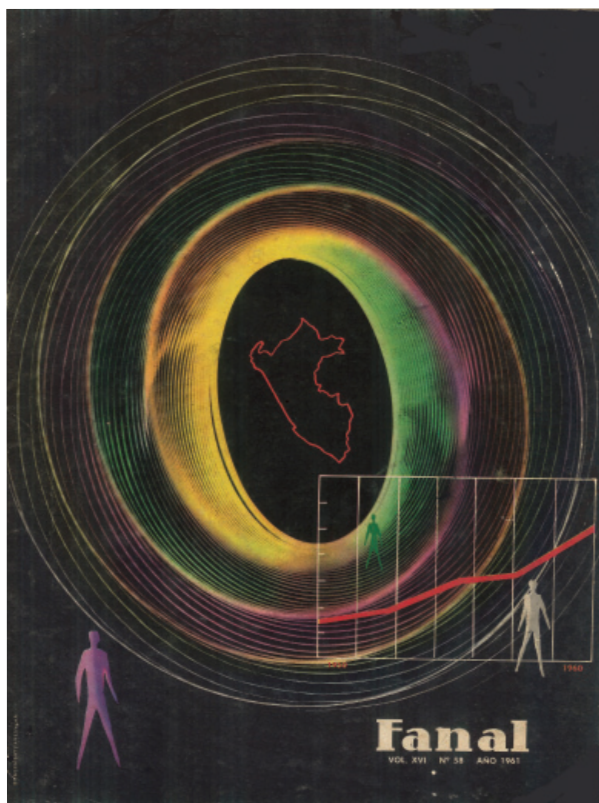


Figura 376: *Fanal* N° 58, Vol. XVI, 1961.
Carátula: Bracamonte-Pestana.

Figura 377:
Sumilla con foto de
Bracamonte
en la página de créditos
de *Fanal* N° 58.



- En 1961, anticipándose a la aplicación de los procesos de repetición de formas circulares que luego han sido sistematizados y divulgados por estudiosos y maestros del diseño, y que hoy son ejercicios para el desarrollo del diseño digital, Baldomero Pestana exploraba con luces giratorias y papel fotográfico virgen. Así capturó el recorrido giratorio de un foco de luz mediante una exposición prolongada; el resultado fue una foto donde la línea se va haciendo concéntrica (ver radiación en Anexo 16). Ese tipo de fotogramas corresponde a experimentos que por esos días algunos amantes de la fotografía realizaban en diversos países, pero esas elipses continuas nadie las había hecho aquí.
- Si bien la fotografía de Pestana abarca todo el espacio útil del cuadro, y pese a que la densidad del entramado visual generado por la red de curvas y elipses redundaba en una complejidad de lectura, son las sencillas aplicaciones de Bracamonte las que

confieren sentido a la composición, convirtiéndola en una carátula cuyas denotaciones levantan expectativa hacia la significación de su pertinencia con la razón de ser de la institución que motiva la publicación de la revista.

Mientras, la construcción de los óvalos ha seguido la vía centrípeta, dando el efecto de movimiento, de desplazamiento desde afuera hacia el centro, Bracamonte trabaja en base al efecto de la línea curva como centrífuga, aplicando unos detalles figurativos —las esquemáticas figuras humanas de tamaños diversos—, y para dar el efecto de que parten del centro y se dirigen al exterior los ubica en una disposición de perspectiva que también ha sido sistematizada y hoy se encuentra en los fundamentos del diseño digital: la gradación (ver gradación en Anexo 17). Destaca, por contraste, el único elemento compuesto por rectas que ha agregado: una tabla estadística ubicada en plano cercano por medio del mismo efecto de perspectiva.

- En el aspecto significativo, el óvalo, la elipse y el círculo son símbolos que soportan interpretaciones a infinitos niveles de comprensión, por lo que haciendo uso de recursos de epanadiplosis como la repetición y la continuidad, la serie de círculos dando forma al límite externo del grupo de figuras recogerá en el entendimiento del lector promedio significados generales de amplitud, totalidad y universalidad, no dirigidos a ningún sujeto específico. En la versión de Bracamonte, la adición de elementos escogidos —figurativos unos y simbólicos otros, pero siempre esquemáticos— se propone sin duda desambiguar el efecto de perífrasis o circunloquio que la repetición de círculos y óvalos ha producido, con el fin de orientar la lectura hacia temas de industria y de nación.

La inserción mencionada de otro tipo de símbolo —esta vez un mapa dentro de un espacio oval particularizado— y la aplicación de color en la región central, que decide que la marcha elíptica de los círculos no es hacia afuera sino hacia dentro, es una manipulación destinada a destacar la dirección de la mirada y el punto de llegada, resultando una situación que puede enunciarse como / el Perú está al centro / o / hay muchas cosas fuera, pero veamos qué pasa con el Perú /.

Por otro lado, la secuencia de las tres figuras humanas guía nuestra mirada de mayor a menor, hacia la profundidad, hacia el interior. Y aunque el hombre y la tabla estadística se encuentran en un plano medio, la lectura de su movimiento ascendente resulta asociada subliminalmente con el logotipo de *Fanal*.

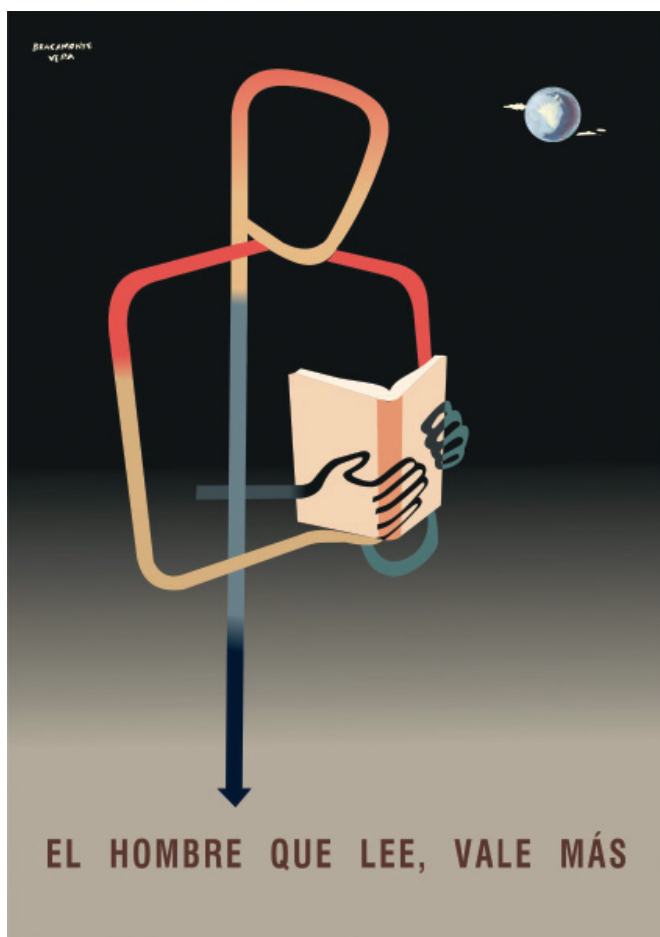
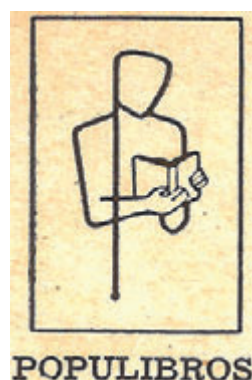


Figura 378: Bracamonte.
Afiche para la Cámara Junior (Archivo A. B.).
Fecha probable: 1962.

- Afiche trabajado en colores planos, con zonas fundidas.
- La ilustración es una figura central, lineal, muy esquemática, de un trazo con grosor uniforme a línea gruesa para los exteriores y a línea delgada para los detalles internos.

Permite reconocer la silueta, el busto de un hombre que sostiene un libro. La composición de trazos rectos, angulosos y de esquinas suavizadas privilegia un eje vertical a todo lo largo de la figura. El fondo esfumado, de un color mezclado, se inicia desde un gris verdoso en la zona inferior y pasa a ser un negro profundo en la parte superior.

- La vertical termina en una punta de flecha que apunta hacia abajo, sugiriendo una actitud de afirmación. El uso de cromatismos esfumados denota espacialidad, profundidad y distancia, haciendo recordar la connotación de dimensión onírica propugnada ampliamente por los surrealistas.



Según vemos, el mismo diseño fue posteriormente utilizado como logotipo de Populibros; en tales ocasiones la versión se ve en la carátula a una sola tinta, ya sea en positivo o en negativo, y cuando va en la primera página interior o portadilla aparece a tinta negra sobre el papel blanco.



Figura 379: Bracamonte.
Afiche Cine-Club ENBA (Archivo A. B.).
Fecha probable: 1977.

- Ensamble de fotografía y dibujo manual.
- Composición de formas abiertas, logradas con foto de rostro en alto contraste, sombrero dibujado y títulos en Letraset.
- Destaca el contraste del conjunto sombrero-rostro antiguos con las letras modernizadas y el tratamiento del proceso foto quemada.



Figura 380: Bracamonte. Logotipo del Banco de Crédito del Perú.
Fecha probable: inicios de los setenta.

- En el aspecto técnico-material, la realización acabada de esta obra ha sido sin duda alguna manual. En los años setenta era usual que el artefinalista trabajara en mesa de dibujo y usara regla T con escuadras para encontrar la dirección de los trazos, que eran realizados a tiralíneas o con lapicero estilógrafo marca Rapidograph cargados con tinta Rotring, y las superficies llenadas con pincel pelo de marta y tinta china. Para retoques eventuales se usaba témpera blanca marca Pelikan. Todo el arte final era confeccionado en blanco y negro sobre cartulina satinada, Cromocote o Foldcote. Una hoja de papel *glassine* o papel manteca era colocada como protección; una indicación breve escrita allí era suficiente para que la parte señalada se separara y en la imprenta fuera impresa a color.
- La lectura visual es ambivalente: puede ser referida como un objeto integrado por dos grandes bloques o como dos grandes bloques que interactúan hasta conformar un solo objeto.

A primera vista se reconocen dos grandes masas de color ubicadas dentro de un formato rectangular apaisado. Ambas están dispuestas con gran proximidad, aprovechando la correspondencia de las formas, casi tocándose en algunas partes y dando la impresión de superposición en otras. El conjunto llega a dar el efecto de ser un único objeto visual. La composición resultante es abierta, tiene bordes exteriores incisivos, angulosos, está inserta dentro de un marco virtual y deja sin usar algunas zonas en blanco.

Para ser exactos, el concepto inicial de bloque es ya una convención, son en realidad conformaciones de líneas estructuradas en posición de repetición. Objetualmente, el bloque ubicado en el lado superior izquierdo está conformado por líneas azules, horizontales y espaciadas isométricamente, que dan la impresión de ocupar la forma de un aspa o de una letra equis. El bloque que ocupa todo el lado derecho está conformado por líneas diagonales también paralelas, cuyos vértices se orientan de izquierda a derecha.

La imposibilidad de leer el objeto como una palabra, o como siglas, hace que el recorrido visual se repita infructuosamente otra vez, quedándonos finalmente con el solo placer por la degustación de la forma. Únicamente el bloque azul de la izquierda acepta ser leído como una letra equis.

- A nivel de interpretación, si nos atenemos únicamente a nuestra lectura de imagen, deberemos tratar al objeto como un producto abstracto en el cual las relaciones formales son puras¹¹. La forma de la izquierda denota horizontalidad y sugiere por lo tanto equilibrio, profundidad, amplitud. La forma de la derecha es rica en diagonales; más propiamente en semas portadores de diagonalidad: un grupo lo componen diagonales descendentes, de izquierda a derecha, y otro grupo diagonales ascendentes también de izquierda a derecha. Ambos grupos se reúnen como espejo conformando líneas quebradas con vértice, que en su conjunto pueden leerse como un semema comunicador de movimiento. Como resultado, el conjunto en la masa de diagonales connota dinamismo, movimiento, acción, dirección, decisión.

Culturalmente este logotipo porta un alegato de estatus y difusión. Corresponde a una época de expansión de la imagen institucional y de la atención del banco hacia el público; se alzaban nuevos edificios, se editaban monumentales libros sobre pintores y se promovía y conservaba el patrimonio artístico del país.

No es extraño que el distintivo del banco se expresara entonces en el lenguaje visual más contemporáneo.

Hay quienes afirman que los signos se leen simplemente como / por / mayor /.

11 "Desde el punto de vista de la estética, el principal rasgo que caracteriza a las obras abstractas es el papel exclusivo que se concede a la función autónoma de los elementos formales" (Marchán Fiz, 1981: 21).

Carlos González



Figura 381: González. Afiche para la obra de teatro *Rodil*.

Este afiche, muy motivador por la fuerza dramática del tema de la pieza teatral, fue resuelto de manera impactante. Aquí hemos preferido recoger las consideraciones y opiniones que el propio autor nos expuso en el conversatorio del 28 de noviembre de 2015 en la Casa de la Literatura Peruana.

El afiche *Rodil* tiene 43 años, pero creo que todavía está fresco.

Este es un tipo de trabajo digamos de inspiración instantánea, se presenta de golpe y porrazo en la imagen interna (...) y aparecieron la O, la R y la D igualmente llenas. Es un drama, la obra de Sebastián Salazar Bondy que narra dos años de sitio en el Real Felipe, el último bastión de la resistencia española en el Perú.

La I que chorrea sangre es una foto escogida de mi colección de grafitis, unos anónimos que tomé el año 73 en la Universidad de Huamanga, donde había de todo, desde mensajes escritos en las paredes hasta plantillas con la silueta del Che Guevara, que las vendían como artesanía ayacuchana.

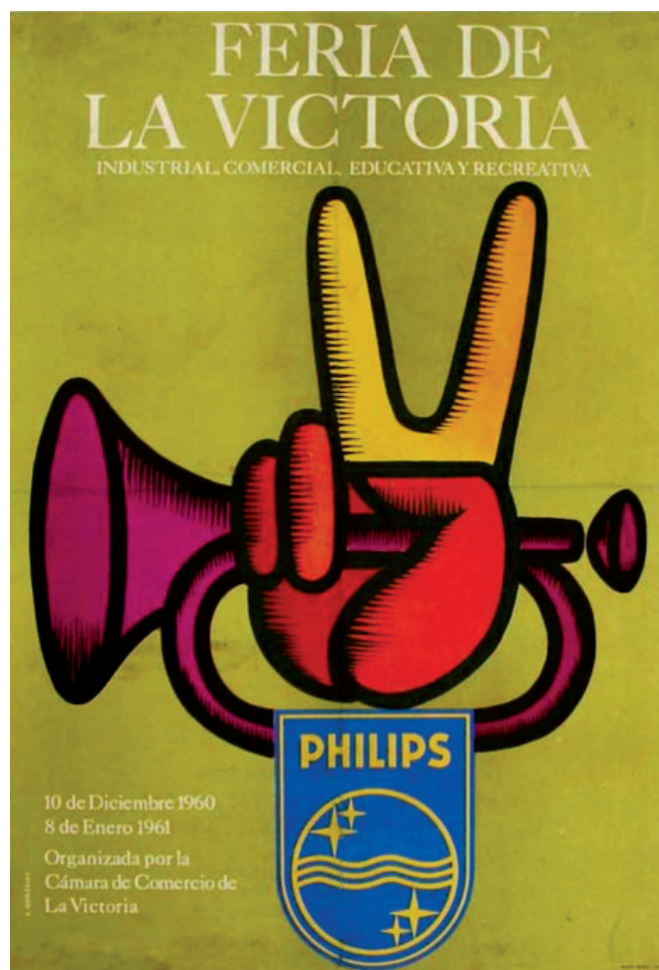


Figura 382: González. Afiche para FERIA de La Victoria.

- En el aspecto técnico-material las áreas de color plano sugieren una confección solucionada mediante zonas pintadas a ténpera, o aplicaciones de cartulina Canson de colores. Encontrar la gama adecuada requería constatar manualmente el efecto de los colores en un boceto pequeño. Los “blockcitos” con muestrarios de color eran muy apreciados y los cuadernillos tipo Pantone se consultaban casi siempre en la imprenta. Además del grueso *outline* que bordea cada figura, observamos zonas como de un achurado que nos recuerda el corte de las gurbias en la xilografía tradicional. Aquí, tal efecto aproximativo se ha logrado con trazos de fino pincel ya que el diseño original ha sido realizado en su totalidad sobre el tablero de dibujo.
- El objeto visual reconocible, una mano, combina dos acciones, dos denotaciones simultáneas, ambas presentadas en zona central y muy visible: empuña firmemente una corneta, a la vez que dos de los dedos están estirados para un segundo gesto. El cromatismo está escogido de manera muy efectista y llamativa, el color verde vejiga del fondo contribuye

a destacar por contraste el color de las figuras. El juego de complementarios destaca el naranja del dedo pulgar, los rojos bermellones en la palma y los dedos carmines en la corneta; se rescata la calidez del amarillo cromo en los dos dedos levantados. Así quedan establecidas las jerarquías y pese a encontrarse rodeados de colores festivos, los dos dedos que sugieren la V de la victoria reclaman ser mirados primero.

- En este afiche, concebido para una feria, el gesto de los dos dedos que hacen el signo de una letra V, traslada su connotación triunfalista universalmente conocida como / la V de la victoria / al nombre de la localidad donde se lleva a cabo la feria, el populoso

distrito de La Victoria. Para lo cual se ha usado una sinécdoque mostrando con solo dos dedos “la V” (una parte) de “La Victoria” (el todo); conmutando así su significación, que nos comunica ahora el espíritu festivo de esta feria mediante la sinestesia, a través de sugerencias sonoras y coloridas, de cornetas y banderines. El símbolo que identifica al auspiciador del evento se encuentra en la zona centro-inferior, en posición de soportar la composición de los objetos visuales y compartiendo de alguna manera su razón de ser, ya que si solo se tratara de su función anunciadora como logo, el tamaño resultaría escandaloso por desmesurado, en tanto que al tomar el lugar del antebrazo que completa la mano es subjetivamente aceptado sin reparos.

Comentario: Este afiche usó también del poder convincente del colorido festivo, poniéndonos por delante la función comunicativa de una imagen, antes de darnos tiempo a evaluar si el gesto de la mano es físicamente posible.

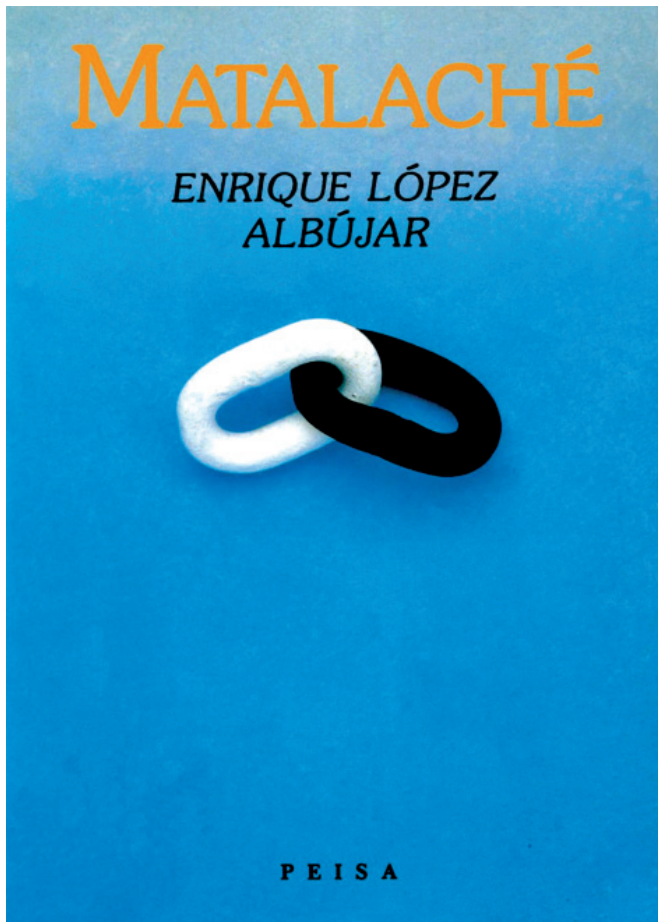


Figura 383: González.
Carátula de libro *Matalaché*
de Enrique López Albújar.

- En el aspecto técnico-material, esta carátula ha sido trabajada a partir de una fotografía de objeto volumétrico con aplicación tipográfica. Es un ejemplo de resultado vistoso a partir de un arte final sencillo aplicado en la imprenta.
- La composición privilegia los espacios superiores, el tercio superior para la tipografía, un titular colorido, que si bien no usa el efecto llamativo estridente del color claro sí utiliza la vibración del amarillo complementario contrastante sobre el fondo azul. La zona media luce una ilustración fotográfica conformada por dos eslabones de coloración diametralmente opuesta, uno blanco y otro negro. El efecto visual es llamativo visualmente; sin embargo, no hay mensaje explícito ni en texto ni en imagen, y nos invita a la inferencia, la suposición y la especulación.
- El tratamiento minimalista se reduce a una economía de medios que enfrenta sin alternativa al lector con la interpretación subjetiva de lo que es evidente: lo blanco, lo negro, las cadenas. De acuerdo con la temática y la ubicación espacio-temporal deducimos que de lo que se habla es del choque de estratos, de ideología, de segregación y de racismo. La lectura metatextual de los eslabones engarzados parece señalar la esclavitud del negro, la dependencia mutua con el blanco y el mestizaje: los elementos de reflexión en *Matalaché*.

Joe De León

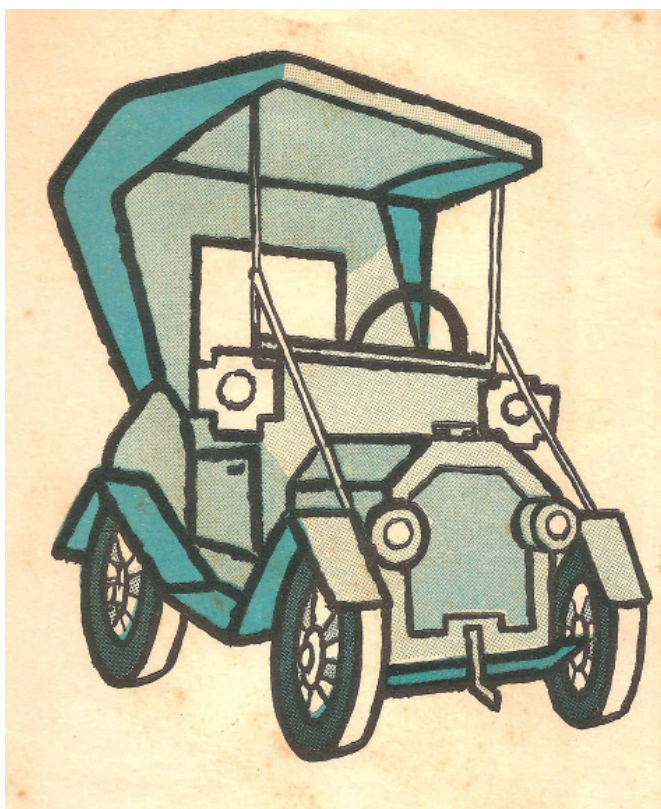


Figura 384: De León. Afiche para la Feria Internacional del Automóvil y folleto referencial.

- Además de reflejar la dimensión artística del autor, la elección de una gama pictórica de colores fuertes y texturados para este afiche es, en primera instancia –y en última también–, una muestra del conocimiento técnico del oficio y del uso de los materiales propios de la modernidad.
- La utilización del *outline* en este afiche garantizaba la fuerza compositiva, el impacto visual. Además, su ubicación en primer plano sustituye la composición del conjunto por las tensiones internas de los bloques pictóricos. En desmedro del elemento textual, que aparece en tonalidades suaves y tipografía tradicional, el artista luce su cromatismo de pintor. Comunica con la mera forma.
- El folleto que la agencia de publicidad editó presenta al autor en compañía de Costa A. Lettersten, presidente de la Feria Internacional del Pacífico y del Primer Salón Internacional del Automóvil, poniendo de relieve la trayectoria del joven director de arte, así como el logro de su premiación por sobre ochenta participantes.



Figura 385: De León. Ilustración para aviso.

Si en el automóvil resultó impactante su trazo simplificador *outline* a nivel de símbolo, en otros diseños tipo ilustración como este, Joe luce su formación pictórica, rica en texturas y buen dibujo de figura, muy apreciado a nivel de avisaje, afiches y almanaques en agencias.

Jesús Ruiz Durand

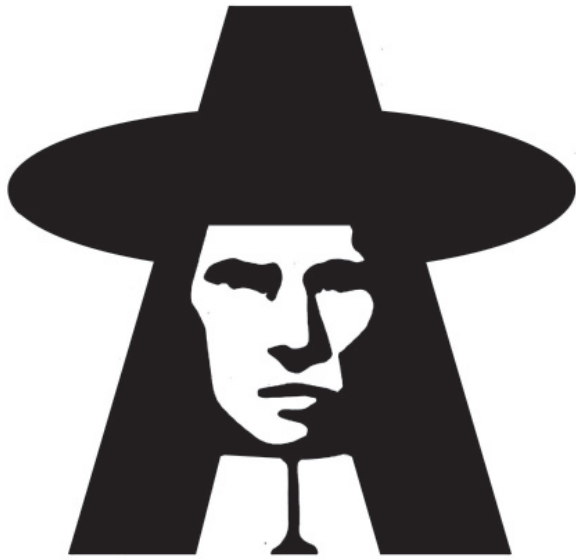


Figura 386: Ruiz Durand. Túpac Amaru, imagen institucional.

- Logotipo y símbolo gráfico realizado en técnica de dibujo manual utilizando posiblemente tinta negra con pincel e instrumentos para trazar líneas, sobre cartulina. Este diseño presenta elementos reconocibles y elementos sugeridos. La composición contiene elementos geométricos, rectilíneos y curvos que denotan ser los bordes de todo el conjunto y solicitan ser leídos como letras.
- Al interior del diseño hay elementos blancos sobre el área negra cuyo reconocimiento como una figura es evidente e inmediato, pese a ser presentados como una contraforma. Tal imagen es un dibujo figurativo realizado en alto contraste, sin medios tonos, que permite reconocer el rostro de un hombre en actitud de mirar de frente al lector. Viste una camisa antigua de cuello duro y alto, y sombrero de ala ancha.

Los bordes angulosos e inclinados sugieren ser identificados como las partes exteriores de una letra *A* mayúscula sin *serif* y de cuerpo algo robusto. Una lógica de lectura textual conduce a interpretar las formas ovoides que cruzan la *A* como partes de otra letra que al recoger la actitud erguida del bloque conformado por la *A*, reforzada por la verticalidad del cuello de la camisa, se orienta a sugerir la letra *T* mayúscula.

Los recortes o fragmentos blancos que se organizan como una contraforma al interior de la *A* están cuidadosamente escogidos, presentando detalles precisos. El rostro es regular, equilibrado, de nariz y pómulos marcados. Las extremidades de la *A* le dan solidez y estabilidad al conjunto. La parte superior de la *A* adopta la silueta de un cono trunco, marca la época del sombrero y le confiere distinción.

- La lectura icónico-verbal está imbricada de modo que tanto las letras como la figura se complementan, brindando simultáneamente su información al lector. El hombre de rostro noble y sereno es un indio o mestizo, su carácter fuerte es denotado con intensidad por el alto contraste y está signado por las iniciales *T* y *A*. Es Túpac Amaru.

Para llegar a estas conclusiones el lector ha debido ejecutar varios reconocimientos sumamente veloces, como el de leer las letras pese a que ninguna de las dos aparece completa, de modo que una sinécdoque viene en nuestro auxilio y nos permite reconocerlas ahí donde ambas pierden partes al unirse en una superposición, fundiendo aquellas secciones que son comunes. Asimismo, el rostro es reconocible merced a la aféresis que consiente la pérdida de grises hasta el límite donde quedan visibles solo las sombras más fuertes. Igualmente requiere conocimiento histórico peruano y familiaridad con la tradición icónica del personaje.



Figura 387: Ruiz Durand. Logo-marca para Empresa de Saneamiento de Lima (ESAL).

- El conjunto icónico-textual está constituido por elementos que bien pueden haber sido confeccionados con instrumentos de dibujo lineal, tinta y papel sobre una mesa de dibujo. El objeto icónico compuesto por cinco formas geométricas, así como el elemento textual conformado por cuatro letras, se encuentran dispuestos en gran proximidad. En el caso de las letras, la extrema cercanía excede la posibilidad de las letras de caja tipográfica; por otra parte, al interior del ojo de las letras, algunas curvas presentan singularidades que no parecen provenir de un alfabeto estándar como el de Letraset. Por tanto, debemos suponer que las letras fueron dibujadas.
- Texto e imagen comparten la preferencia por las verticales y horizontales, lo que favorece la lectura natural de izquierda a derecha; es decir, la lectura fluida. Tanto el texto como el símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar

por separado; sin embargo, los reconocimientos formales sugieren recorridos visuales que permiten proponerlos como resultados complementarios para integrar un significado. Distinguir las formas geométricas—un hexágono, un rectángulo, dos círculos—nos obliga a desplazar la mirada para reconocer el conjunto como un objeto integrado, cuya aceptación como llave solo es válida si nuestros ojos miran las dos perillas como si giraran de izquierda a derecha. Nuestro reconocimiento del caño lo ha dotado por tanto de su característica definitoria: se abre y se cierra.

- En cuanto al elemento textual, la palabra ESAL ha sido escrita toda en bajas y en un tipo de letra Sans Serif, lo que por un lado asegura *de facto* su carácter contemporáneo, de acuerdo a los usos del Estilo Tipográfico Internacional. La elección de realizar el acabado con dibujo manual permite una mayor persistencia del “módulo de anchura”, que favorece la continuidad de la lectura, letra a letra, de lo cual se hace posible una asociación subliminal con la forma visual de tuberías de agua, lo que conllevaría una unidad con el elemento llave o caño, completando el concepto de fluidez del líquido, y control mediante el caño.



Figura 388: Ruiz Durand. Afiche para la Reforma Agraria.

- Realizado con dibujo manual en la sala de fotomontaje, utilizando la técnica de separación de colores planos con fotolitos preparados directamente, tal vez con opaques sobre los astralones y aplicando luego trama de fondo en el laboratorio de fotomecánica.
- Las figuras humanas son resueltas con trazos sueltos y bordes repetidos, dobles o triples, a partir de referencia fotográfica. Los colores son planos e intensos.

El fondo es tramado en gradiente hacia un solo color. Todo el conjunto está encerrado en un marco triple de los mismos colores.

- Tanto las figuras como el titular se dirigen frontalmente al lector. El trazo manual en las figuras les confiere cierta calidez e intimidad. La referencia fotográfica asegura un nivel de veracidad. La idea es comunicar más con la imagen, con la actitud de los personajes, que con el texto o mensaje escrito. En este afiche, como en otros, el autor experimenta soluciones técnicas, trabajando con los materiales directamente en el laboratorio.

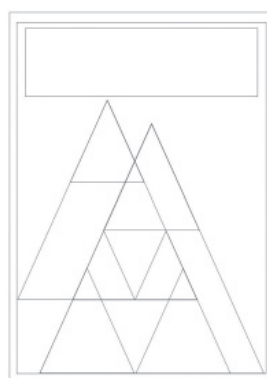


Figura 389: Esquema de afiche para la Reforma Agraria.

La esquematización de este afiche nos ayuda a visualizar sus rasgos esenciales: en sus elementos fundamentales, el diseño revela minimalismo pese al despliegue de colorido, fondo tramado en gradiente y marcos triples en el plano de la expresión. En el nivel significativo reitera intensa, casi físicamente, una sensación de agudeza, proyección, puntas hacia arriba mediante una figura retórica de paronomasia en la afirmación que es inherente al triángulo.

Estabilidad, solidez y permanencia en la base, las formas de triangularidades parecidas se superponen desde los planos medios hasta los más cercanos, acompañando subliminalmente el único texto que en zona privilegiada nos habla de bases para una nueva sociedad.

Los afiches para la Reforma Agraria conforman una serie con varios mensajes textuales e imágenes cuyo conjunto merece ser estudiado en relación al fenómeno de la autodenominada revolución de 1968 en el Perú.



Figura 390: Ruiz Durand.
Afiche para Encuentro Internacional sobre Ricardo Palma¹².

- En el aspecto técnico-material el punto de partida de este afiche fue, según se observa, una imagen figurativa. Tanto si fue un retrato fotográfico en blanco y negro o una pintura a color, el motivo original del rostro apoyándose en una mano ha sido luego trabajado según las técnicas del laboratorio fotomecánico. El tratamiento es una variación del proceso tradicional llamado “selección de color” que, partiendo de una imagen a todo color, produce cuatro repeticiones tramadas de la misma foto. En este caso, luego de obtenidas, las imágenes han sido sometidas a una manipulación de tamaños, ubicaciones y aplicación de colores especiales.

En los años sesenta estos procesos alternativos y poco usuales eran resueltos físicamente en fotomecánica, con películas o químicos; y su adecuación se completaba en la mesa de montaje. Los resultados eran óptimos si el diseñador tenía la información suficiente para imaginar un efecto, luego dirigir los pasos de la experimentación y, por supuesto, si los técnicos de la imprenta proporcionaban tiempo adicional y disposición para colaborar. Hoy que la computadora está cargada con programas que simulan todas las técnicas manuales, el autor no precisa depender de nadie y puede por sí mismo y en su propio estudio ejecutar las opciones a su

gusto; o delegar la tarea en un asistente capacitado, que puede hacerla ante sus ojos y en segundos. Nos referiremos a la presente obra en términos de proceso manual.

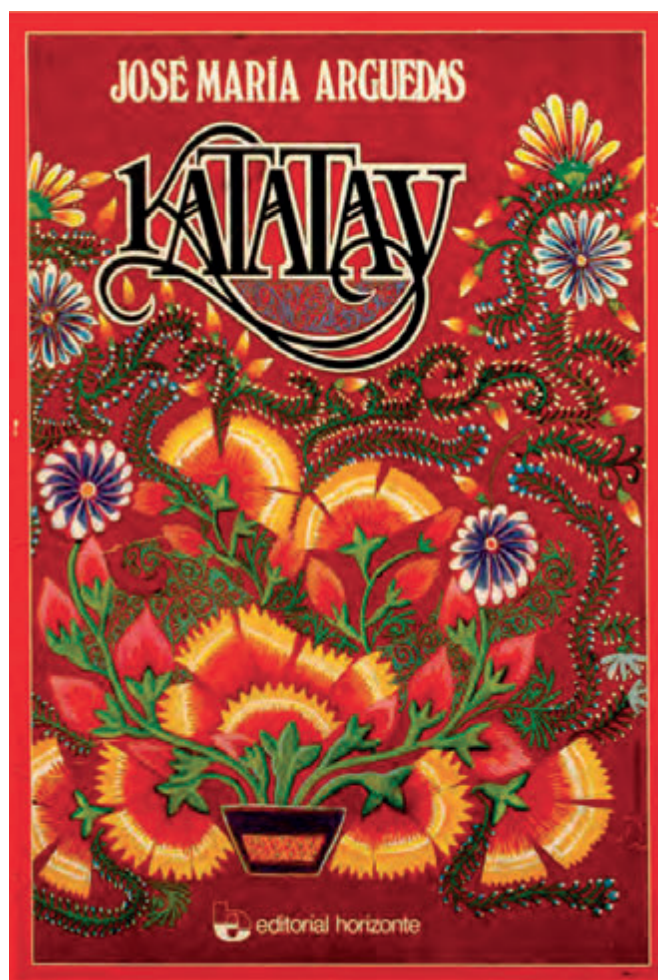
- La forma de mayor tamaño es la imagen del rostro, el tratamiento fotomecánico lo ha convertido en un objeto visual compuesto de imágenes texturadas, coloreadas y superpuestas. En este caso, estas imágenes cuyos puntos usualmente no se notan a simple vista muestran sus detalles ampliados a gran tamaño. El segundo objeto en cuanto a dimensiones es el titular que cae a veces sobre papel blanco y otras sobre fondo negro; por último quedan los bloques de subtítulo y pequeños textos informativos.
- La lectura del titular “re-visión de palabra” es de una significación amplia, alude a la revisión o discusión a que serían sometidos los textos de las *Tradiciones* de Ricardo Palma en este encuentro internacional; alude también al consiguiente cambio de perspectiva o de comprensión que pueden ocasionar nuevas miradas, entendiéndose entonces re-visiones, como más visiones o nuevas visiones. Esta lectura polisémica del título ha encontrado su correspondencia semántica a nivel visual en el afiche de Ruiz Durand, quien al desmenuzar los detalles del rostro logra hacernos mirar un Ricardo Palma que resulta diferente, sin dejar de ser la imagen conocida.

Es de observar que la utilización de un área considerable de blanco del papel contribuye a guiar la mirada hacia la zona cargada de puntos de varios colores, dando al conjunto un efecto de claridad y limpieza. También cabe mencionar que en esta obra es evidente la solvencia en el manejo de los procesos técnicos, así como la efectividad en la manipulación compositiva de los elementos formales, amén del acertado guiño semántico que hace la retórica desde el nivel profundo, a través de la figura de omisión llamada asíndeton, consistente en la eliminación de conjunciones. Si en una imagen visual de tono continuo los elementos claros u oscuros son naturalmente reconocibles, aquí han sido procesados convirtiéndose en corpúsculos discontinuos que solicitan la mezcla óptica a nuestra retina como los gránulos del puntillismo para los posimpresionistas. Por lo cual las imágenes parecidas deberán irse agregando o superponiendo por polisíndeton hasta lograr recomponer correctamente la imagen completa.

12 Esta obra de reciente factura ostenta características en todo comparativas a los procesos técnicos de los años sesenta. De hecho es desde entonces que su autor los domina y es la razón de referirla aquí.

Figura 391: Ruiz Durand. Carátula de libro *Katatay* de José María Arguedas.

- El original se ve confeccionado a mano con pintura a colores. El titular ha sido dibujado aparte y aplicado en fotomecánica.
- La composición, rica en adornos floridos, se asemeja al efecto de los bordados sobre telas en vestidos folklóricos andinos. Las letras del titular tienen carácter tipográfico, llevan trazos y ornamentos propios de la caligrafía europea cuyos descendentes delimitan un adorno vegetal al estilo de los mates burilados; todo lo cual, agregado al tratamiento de los bordes, transmite al conjunto de flores un carácter de reminiscencias Art Nouveau.
- El ambiente sugerido por la carátula oscila entre lo lírico y lo florido-bucólico, que sumados a la sonoridad iterativa del título y a la identidad significativamente localista del autor—hiperbolizada en el plano de la expresión por los ecos anafóricos de flores, hojas, botones y zarcillos bordados—se tiñen de un contenido rural que metonímicamente traslada, o al menos refleja como efecto, los fundamentos ideológicos de la causa andina; de modo que sin explicar una palabra del contenido de la obra, ni graficar escena alguna de los personajes vivenciados en la poética de Arguedas, esta carátula, que además está contenida en un marco cerrado de alizarinas, carmines, sienas y tierras cocidas rojizas, anticipa como catáfora cromática las impresiones que el lector recibirá cuando lea: “Dicen que tiembla la sombra de mi pueblo; está temblando porque ha tocado la triste sombra del corazón de las mujeres. ¡No tiembles dolor, dolor! ¡La sombra de los cóndores se acerca!”.



- Este afiche comprende elementos textuales obtenidos por medios tipográficos y elementos realizados a partir del diseño manual y procesados fotográficamente.
- Los elementos ilustrativos son un ave, elaborada a un color, y un marco multicolor que la encuadra; ambos profusamente ornamentados con variados detalles floridos. El marco conteniendo la figura ha sido dispuesto en diagonal dentro del área total del afiche, otorgando al conjunto una tensión espacial que obliga a buscar y leer los subtítulos y textos explicativos, que son numerosos y cuyo tamaño es en verdad pequeño.
- Es evidente que la elección de una forma apaisada para el afiche, así como la cantidad de texto y su posibilidad de lectura, no han preocupado mucho al creador de esta obra, quien se dedicó sencillamente a ornar la imagen destinada a llamar la atención, confiando a su competencia como ilustrador que el lector se aproxime a leer.



Figura 392: Ruiz Durand. Afiche para la Semana de Integración Cultural Latinoamericana.

Víctor Escalante



Figura 393: Escalante. Carátula de revista *Pesca*

- Por haber sido realizada en el año 1963 esta carátula sin duda fue confeccionada con instrumentos de la época: reglas y escuadras, sobre una mesa de dibujo. De acuerdo a las técnicas de entonces, el arte final debe haber sido elaborado totalmente con lapiceros estilógrafos, a tinta negra y témpera, dejando los colores para que sean aplicados en la imprenta según indicación.
- Formalmente, el conjunto es una construcción de diagonales y colores intensos. Se reconoce la forma estilizada del pez o los peces.

La composición está basada en la iteración de elementos estructurados sobre una rejilla que modula ortogonalmente el espacio. El uso del fondo blanco le confiere un efecto de amplitud y limpieza, y el *outline* negro es fuerte e impactante.

- Desde el punto de vista de la interpretación, este afiche –uno de los primeros trabajos de Escalante– marca su ingreso a la edad adulta, lo cual hace hablando en voz alta, haciéndose notar; es, por así decir, su presentación en sociedad.

Visiblemente, el concepto rector es el desarrollo del motivo precolombino de un pez, distintivo de la revista. Desde este presupuesto, la obra permite ser leída a partir del diálogo con sus propios elementos formales que nos son ofrecidos con prodigalidad anafórica y enumerativa, proclamando gozosa su proximidad con las más puras obras abstractas, en un acto lúdico que resulta afortunado ya que al diseñador gráfico no siempre le es posible practicarlo dado que nuestro parentesco con las exigencias publicitarias es un llamado a veces insistente en la vida diaria.

Comentario: Tanto el uso de módulos como la composición en diagonales y el contraste de colores planos son elementos tributarios del planteamiento del diseño internacional, de modo que esta carátula es un ejemplo justo del momento por el cual pasaba el desarrollo del artista a inicios de su actividad profesional, y ya en posesión de los usos del lenguaje gráfico propio del diseño suizo de los años sesenta.



Figura 394: Escalante. Afiche para Congreso de Productores de Seguros, 1973.

- El diseño ha sido elaborado posiblemente con instrumentos en mesa de dibujo; trazando las líneas a tinta con estilógrafos sobre cartulina blanca, para aplicarle los colores planos en la imprenta de acuerdo

a una guía de color, según se acostumbraba entonces. Es una construcción de carácter estructural, compuesta por un fondo de líneas y masas dispuestas en diagonales encontradas; predominando las verticales para un conjunto ubicado en la parte centro-superior, por lo cual se distingue como un objeto separado que avanza a primer plano, permitiendo ser reconocido como un número uno.

La gama es de colores cálidos destacando los tonos sepías. La composición es cerrada por un marco y aprovecha la oposición máxima en los ángulos.

El titular se encuentra en la zona inferior y destaca por encontrarse circundado por el espacio en blanco.

Es notoria la relación definitivamente formal y objetiva entre los objetos visuales de la zona superior. Sin embargo, la presencia de una línea gruesa pareciera tener la intención de hacernos reconocer un elemento representativo, el número uno; de lo cual resulta un efecto espacial de levedad en dicho objeto, que logra destacar por tridimensionalidad sobre el marco cerrado.

- El fondo de líneas diagonales reiteradas, que abarca las tres cuartas partes superiores del área, además de cumplir la función conativa conduciendo la mirada hacia el titular posicionado en la parte inferior, nos introduce hacia el interior del cuadro haciendo resonar contenidos y estereotipos de nuestro imaginario colectivo. Sugiere por un lado la forma triangular con punta hacia abajo, remarcada por franjas y la coloración de un poncho; por otro lado las mismas franjas intercaladas con áreas verdes organizan otra lectura, resuenan con reminiscencias de tierras y cerros escarpados como si fuera la versión abstracta de un paisaje andino.

La apelación pasa por introducirnos a través de una construcción abierta—conformada por formas planas unidas por una línea gruesa cuyo reborde mantiene un módulo de anchura y es el único elemento que al orientar nuestra atención hacia el reconocimiento figurativo del número uno lo hace aparentando volumetría; convoca, así, sugerencias de paredes, de techumbre y de construcción sólida, todo ello asociado a la temática de los seguros—, llevándonos hasta el fondo, el cual por contraste se atribuye ser un espacio distante, resguardado, privado. En el ambiente flotan las sugerencias de cerramiento y seguridad, de invitación y apertura, de peruanidad y nacionalidad.



Figura 395: Escalante. Afiche de teatro para Cuatrotablas.

- La técnica empleada comprende procesos manuales en la elaboración de figuras, así como la utilización de texturas fotomecánicas diversas.
- Las figuras de tratamiento suelto se organizan triangularmente en la zona inferior derecha, contraponiéndose a otra mancha triangular, esta vez de texto. El cromatismo general, estridentemente llamativo, y la composición *pop* del título, contrastan con el efecto de construcción ordenada sugerido por el uso de tramas ampliadas y marcos.
- Acorde con la obra—el montaje de Cuatrotablas explora en un nuevo lenguaje teatral, aborda problemas políticos y corresponde al contexto social de 1972—, el diseño de Escalante se luce informado y contemporáneo según la estética de ese momento.

Comentario: Tanto en este afiche como en otros que conforman la producción primigenia de Escalante es notoria la fuerte presencia del planteamiento estructural de la escuela de diseño suiza; plan que va tornándose subyacente conforme cede el paso a la aparición de tendencias diversas y a su propio desarrollo pictórico.

Figura 396: Escalante. Afiche-poema *Balada para un caballo*.



- Ha sido elaborado según técnicas mixtas de ilustración pictórica.
- El texto ocupa las zonas media e inferior del lado izquierdo. El título se ubica en la parte inferior derecha. El busto de un caballo mirando de derecha a izquierda se ha realizado con líneas curvas ascendentes entrecruzadas sobre color rojo y con detalles texturados en achurados oscuros sobre tierras cálidas.
- El efecto es dinámico y vigoroso, está fechado en 2011. Corresponde a otra etapa en la trayectoria de Escalante: su actual horizonte pictórico. En el gesto de la figura nos parece notar un cierto aire picassiano.

Ciro Palacios



Figura 397: Palacios. Afiche *Sandino vuelve*.

- En esta obra todos los elementos, tanto los textos como las figuras, han sido trabajados según procesos técnicos específicos. La fotografía de grupo de personas en la parte inferior está en el tipo de fotografía conocido como alto contraste. La foto del personaje central ha sido tramada en tamaño muy pequeño con retícula gruesa y luego ampliada a gran tamaño. En la parte superior, una pequeña franja de color recibe las letras invertidas del título.

- La composición presenta una partición básicamente tripartita: en la parte superior el título, al medio la ilustración del personaje central y en la zona inferior una foto de grupo. En la parte superior las letras invertidas caen sobre una pequeña franja del fondo esfumado, cuyo color se ha ido intensificando hasta llegar a sobresaturarse para lograr que destaquen las letras blancas del gran titular. La foto central está trabajada con varios procesos. No se notan tonos suaves, sino zonas de muy alto contraste. Ha sido tramada de modo que percibimos la imagen a través de puntos. Debido al gran porcentaje de ampliación los puntos son muy grandes. Habiendo quedado reducida la imagen a zonas de luz y sombra, a la oscura se le ha aplicado un color plano de modo que la foto queda impresa a un solo color. Una variación permite que el color cambie, siendo rojo en la parte superior y amarillo en la inferior.

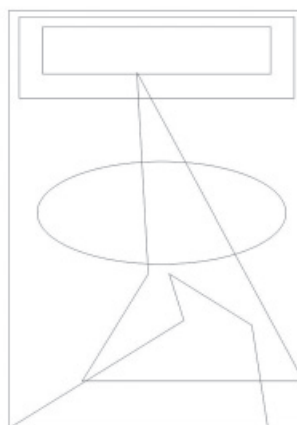


Figura 398: Esquema para *Sandino vuelve*.

Al estudiar la imagen como esquema, se hacen más notorias algunas características. La horizontalidad como elemento de afirmación está presente en el texto titular y en el fondo azul que lo enmarca, ambos en el tercio superior; esta horizontalidad es reforzada desde el plano medio y zona central por el ala del sombrero que ha adoptado una forma de óvalo apaisado. En cuanto al recorrido de la mirada, hay una imbricación texto-icónica pues luego del título leído como nombre de Sandino en el fondo, la función comunicativa es transferida a la figura de este a través de un desplazamiento que nos trae hasta el plano medio, donde entra en acción la presencia dinámica de una multitud que continúa avanzando, llegando esta vez hasta el primer plano, de manera que en el recorrido de reconocimientos el nombre del héroe se ha ido transformando y lo que llega finalmente hasta nosotros es la imagen de la multitud.

La forma texturada del retrato y la ruta del grupo armado son como el recodo de un río tumultuoso. Por su parte el color especifica la naturaleza fática del enunciado, pues la lectura textual se inicia con el texto anunciando en blanco y azules un mensaje idealizado y supuestamente esperado: "Sandino vuelve". La concretización de la promesa pasa por materializarse en rojo (rojo pasión, rojo fuego, rojo sangre), luego en amarillo (dinamismo, visibilidad, acción) y finalmente en verde petróleo como los uniformes de los soldados con fusiles que, representados en alto contraste, pierden sus facciones identitarias, creciendo su dimensión masificadora.

- Los puntos tramados, sobre todo en el rostro, contribuyen a sugerir que en el personaje que estamos viendo no solo es visible su rostro, sino que percibimos algunos detalles, con sencillez, claridad y hasta en sus aspectos personales e íntimos; estos rasgos sémicos se integran instantáneamente en nuestra apreciación conformando un semema que se corresponde con los referentes de / confiabilidad / honestidad / y otros que constituyen los atributos del héroe guerrillero en el imaginario popular. Es evidente que el autor confía en una serie de acuerdos tácitos con sus lectores.

El carácter mesiánico del líder es presentado mediante varios recursos retóricos. En primer lugar, la sinécdoque, que nos permite enfocar toda nuestra atención y reconocimiento basándonos solo en una parte: el busto del hombre con sombrero campesino; el cual es reforzado por el uso decidido de la hipérbole, que dota a la imagen de una

sobredimensión comparativa con los hombres armados, convirtiéndose por antonomasia en un personaje de consistencia etérea que contempla, motiva, guía y da fuerzas al grupo de luchadores, a quienes, pese a estar tratados también a una tinta y con alto contraste, asumimos finalmente como personas físicamente reales. Poniendo nuestra atención en la zona de los hombres armados, los detalles en amarillo de la foto adoptan sugerencias paisajísticas, percibiéndose el rojo como un fondo más allá del horizonte.



Figura 399: Palacios. Afiche para pinturas Acrylart.

- En cuanto a lo técnico-material este afiche parte de un original pintado a mano alzada.
- La composición usando círculos y rectas posee una estructura reticular subyacente pero está realizada con texturas manuales.
- El afiche promueve con el ejemplo, anunciando las nuevas pinturas acrílicas para artistas de Tekno por medio de una obra pictórica que sugiere posibilidades de realización para todas las épocas, gustos y tendencias, desde el inicial cubismo parisino conocido como orfismo, la siguiente gráfica estructuralista europea en general, hasta el reciente *op-art* norteamericano, sin dejar de lado las posibilidades de texturas y matices.

Carlos Tovar



Figura 400: Tovar.
Afiche *Arte es integración*.
Exposición en homenaje
al 90 aniversario de la
inmigración japonesa al
Perú, 1989.

- La técnica y material de la ilustración original son pictóricos, *gouache* sobre cartulina.
- La composición es tripartita: arriba el título; en la zona central dos manos, cada una con su pincel, pintan, integran un objeto circular; abajo pequeños bloques de texto.
- Las dos formas giratorias que se persiguen y se integran aluden a la dicotomía Yin-Yang que es el símbolo *zen* más popularizado en Occidente. Carlos: “Hay una interacción, una mano pinta a la otra”.



Figura 401: Tovar.
Afiche para Simposio
Internacional
Audiovisual e Identidad
Cultural, 1992.

- Técnica y material. Se trata de un arte final realizado en mesa; pudiendo haber bastado la tinta negra y cartulina con indicaciones para la aplicación de colores planos.
- Titular en el tercio superior. El espacio en el centro dirige la mirada al objeto cuya silueta es una forma mixta con manchas de color.
- El objeto cuya silueta por un lado es de cámara filmadora y por el otro está ornado como paleta de pintor tiene también una sombra tipo trípode. Todo ello remite al título del afiche “Audiovisual e identidad cultural”, con una soltura que destaca las dotes del autor para la identidad corporativa.



Figura 402: Tovar. Carátula de disco *La Casa de Cartón*, de 45 RPM, para Instituto Nacional de Teleducación (INTE), 1976.

- Confeccionada a tinta negra, para ser aplicada en imprenta utilizando dos colores planos y el blanco del papel. El diseño ha sido elaborado con soltura manual sobre una base de estructura con énfasis geométrico. El espacio ha sido distribuido en dos partes funcionales: la zona inferior para ilustración gráfica y la superior para información textual.
- La ilustración, con predominio de elementos de la naturaleza —plantas, árboles, flores, nubes—, presenta formas curvas, utiliza un lenguaje visual próximo a los cuentos para niños y a las películas de dibujos animados. La forma circular que contiene el titular coincide en su ubicación central con la figura del pajarito, por lo que en esa proximidad el ave como actante habrá de asumir el rol que le confiere reconocerse parada sobre el tejado de la casa. Será una veleta, la figura que anuncia la dirección a seguir. En un gesto de apropiación será la portadora de la voz, o al menos un refuerzo comunicativo, de modo que mediante un artificio de personificación nos da a conocer la existencia de las canciones para niños en este primer volumen del *miniplay La Casa de Cartón*.



Figura 403: Esquema para *La Casa de Cartón*.

- Las formas curvas en árboles, flores y nubes, junto con el acabado a mano alzada, le otorgan calidez a la parte de elementos de la naturaleza acomodados dentro del espacio triangular en la zona centro inferior. El carácter propio de los relatos infantiles es suavizado en los motivos de flores en la puerta y ventana de la casa que sugieren los adornos de un retablo ayacuchano, otorgándole carácter de peruanidad. Las letras son una versión moderna, simplificada y a mano alzada con sentido alegre, que nos recuerdan las siluetas recortadas ágilmente en cartulina negra; ordenadas como módulos en radiación se vinculan al pajarito, completando el mensaje de musicalidad.

Carlos: “En ese programa de *La Casa de Cartón* trabajé en una primera etapa con José Watanabe, pero esto pertenece a la segunda etapa que es con Jorge Chiarella. Yo estaba a cargo del diseño gráfico, del diseño escenográfico y del diseño de los títeres inclusive”.



Figura 404: Tovar. Logotipo para Comisión de la Verdad y Reconciliación.

- Diseño elaborado en base a una fotografía procesada digitalmente.
- Inscrito sobre el fondo blanco del papel, un desgarrón deja al descubierto el fondo de color azul cian con un sfumado amarillo en la zona inferior derecha. El texto que comienza a leerse en el papel blanco “Comisión de la” va a continuar leyéndose dentro de la zona coloreada.
- El interior descubierto sugiere la coloración de un amanecer. El juego de volúmenes y la curva que desciende diagonalmente de derecha a izquierda conduce dramáticamente nuestra mirada obligándonos a penetrar hasta leer, ahora desde dentro, las palabras “verdad y reconciliación”.



Figura 405: Tovar. Papelería Comisión de la Verdad y Reconciliación.

Eliseo Guzmán

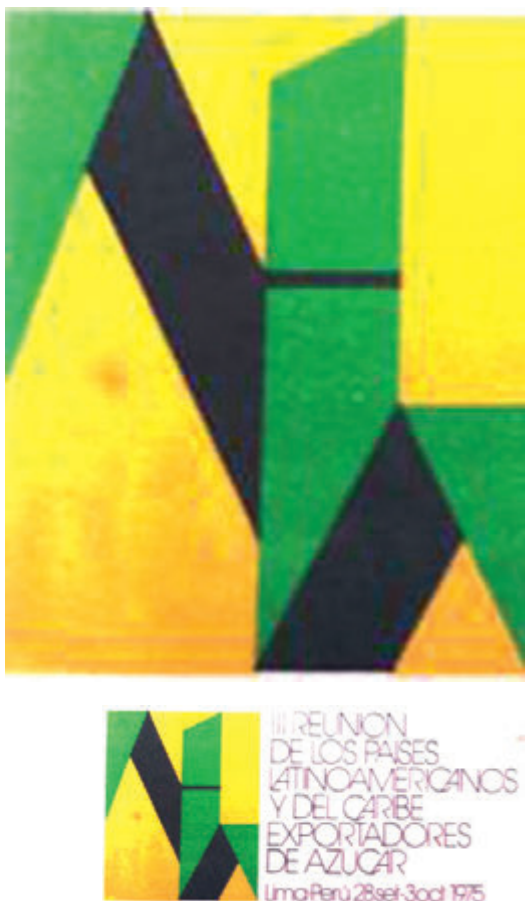


Figura 406: Guzmán. Afiche para exportadores de azúcar.

- El elemento visual comprende texto e imagen. El diseño se usó como afiche y como telón de fondo durante la conferencia. Se infiere que el texto ha sido confeccionado en mesa de dibujo con letras transferibles, ya que corresponde a la fuente Avant Garde, creada en esos días por Herb Lubalin y distribuida universalmente por la firma Letraset.
- La ilustración está elaborada en líneas rectas, formas planas y colores contrastantes. El objeto verde destaca con su sombra negra contrastando sobre el fondo amarillo.
- El diseño privilegia al objeto vertical, reconociéndolo como una caña de azúcar en posición erguida y en disposición abierta, lo que de alguna manera corresponde a una intención de afirmación y al concepto de exportación referido en el texto, los que a su vez se refuerzan en cierta manera con la reiteración de las direcciones. La repetición de las diagonales constituye un efecto interno de rima, en este caso rima imperial.



Figura 407: Guzmán. Carátula de *El libro de los niños del pueblo*.

- Desde el punto de vista técnico-material esta carátula reúne algunos de los recursos que caracterizaron a la gráfica de los años setenta, trazados, armado de letras, y que eran preparados mediante técnicas manuales en mesa de dibujo, para ser completados en el laboratorio de fotomecánica.
- La composición integra varios elementos en un solo objeto ubicado en posición central. Dicho objeto gráfico está integrado por fotografías trabajadas en alto contraste, cuyo efecto dramático adquiere seriedad con la aplicación de fondos con tramas mecánicas de líneas verticales. Es de observar que tal titular está conformado por letras dispuestas como módulos en radiación, lo cual en un procedimiento manual requiere una inversión de tiempo, cuidado y un conocimiento preciso y matemático.
- La repetición al espejo de la foto de niños le da amplitud al conjunto y permite su utilización como foto de grupo numeroso. La ubicación central atrae la atención sobre las figuras infantiles. La disposición radiante le da importancia de mensaje social al titular.



Figura 408: Guzmán.
Logotipo del Programa para el
Desarrollo Integral de las Montañas
Andinas (Prodima), 1984.

- La confección parece realizada en forma manual con escuadra y cartabón.
- Se trata de un objeto visual conformado por tres objetos más pequeños, idénticos, de formas angulares, que se ordenan encajando uno en el otro a partir de sus elementos comunes, estructurándose según un módulo de anchura.
En general, las tres formas angulares son de color plano, dejando a lo largo de sus uniones una separación siempre paralela de líneas blancas o vacías.

La composición ha elegido y destaca la forma triangular, que aparece tanto en el exterior como en el interior del objeto visual, resultando un símbolo gráfico afirmado sólidamente sobre la cara horizontal del triángulo, pero cuyo recorrido visual en algunos momentos produce la impresión de ser una cinta que sigue un camino hasta anudarse si se recorre la mirada desde el exterior. Si se parte del interior se verá como una franja estructural que sale, entra y vuelve a salir; es decir, evoluciona o se desarrolla en torno a la forma de un cerro o —mejor dicho— generando la forma triangular en su recorrido.

En la zona inferior, el nombre de la institución es un logotipo de letras sin adornos, caladas, con lo cual se emparenta a las líneas internas del símbolo y está medido al mismo ancho de la base del triángulo, reproduciendo naturalmente los mismos ángulos en las letras M y A, y forzando la P, de modo que logra una continuidad que le permite integrarse al símbolo. El conjunto texto-imagen tiene la unidad triangular y juntos sugieren la idea de montaña.

- El uso de iteraciones del ángulo de 60 grados, y del de 30 grados al interior del símbolo, constituye una figura retórica de amplificación: la acumulación, que refuerza como un eco las características atribuidas tradicionalmente al triángulo como forma elemental.

Recoge así los criterios de solidez, estabilidad y grandiosidad que caracterizan al objeto montaña.

Concepto que se pluraliza con las repeticiones, ya que el pico de montaña aparece en geminación en la parte superior-central y en anadiplosis —comenzando una franja angulada justo allí donde terminó la otra— al medio de la figura.

Comentario: El planteamiento constructivo de este diseño integra los elementos de tal manera que al recorrer visualmente el conjunto, los conceptos de / Desarrollo / Integral / Montañas / acompañan la lectura del texto explicativo.



Figura 409: Guzmán. Afiche Convención de Mujeres Peruanas.

- El tratamiento técnico parece ser el de dibujo manual basado en fotografía de figura, o quizás fotografía en alto contraste con detalles adicionados manualmente.
- La forma femenina en actitud erguida denota un reclamo enérgico, resaltado por su posición central dentro de un fondo amplio y oscuro.
- La elección de la imagen delega en la interpretación de la actitud de la figura toda connotación que explicita lo enunciado en el titular.

Guzmán-Tovar



Figura 410: Eliseo Guzmán y Carlos Tovar.
Afiche para Feria del Libro, 1973.

- Formato apaisado. Diseño manual.
- Ilustración estilizada, esquemática, de líneas rectas y curvas con predominio de horizontales. Se reconoce una mano y una pila de libros, tratados en *outline*. La mano es del color blanco del papel.

Los lomos de los libros son de colores planos intensos. En la mano se ha forzado el ángulo interno y terminaciones rectas de los dedos para favorecer el reconocimiento de los libros.

- La mano cerrada con el índice extendido adopta una postura señalética que cumple la función conativa.

Los dedos se integran visualmente en una interpenetración fundente con los libros, los dedos entran en los libros y se sustituyen mutuamente permitiendo que haya elementos comunes.

En cuanto a la visualización, lo que se ve de inmediato es la mano.

Quizás alguien simultáneamente también vea la pila de libros. Pero ambos elementos son icónicos, ambos son significantes, ambos son simbólicos.

Y establecer la relación entre ellos es un proceso subsiguiente, motivo de un mayor tiempo. Costa nos da los pasos sucesivos del reconocimiento¹³ y las cifras de su velocidad.

Pedro Guimoye

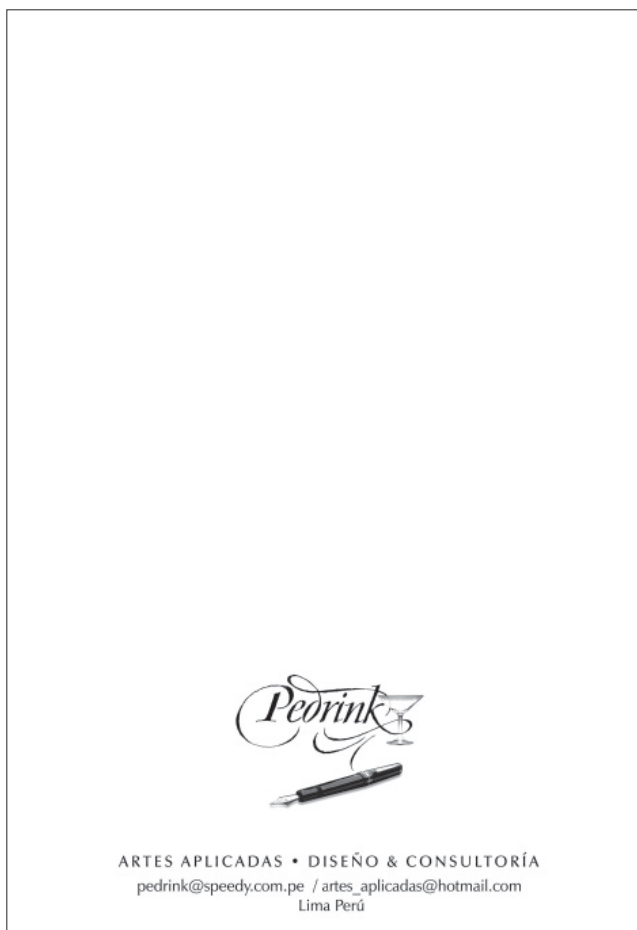


Figura 411: Guimoye. Papel membretado.

- El diseño de esta papelería personal comprende un titular hecho a mano, una fotografía de objeto y texto tipográfico aplicados a proceso digital.

- La composición es central, todos los elementos se encuentran en la zona inferior y dentro de un marco cerrado.

Las formas libres y abiertas del titular destacan frente a la formalidad de la tipografía y la representación naturalista del lapicero.

- La ubicación en la zona inferior confiere estabilidad y solidez al membrete.

El nombre de Guimoye, Pedro, a quien todos conocen familiarmente como Pedrín, resulta imbricado con el sustantivo que alude a la actividad de su predilección: *ink*, de tinta, para referir a la caligrafía.

13 Percepción de un mensaje gráfico: el cartel. La visión es instantánea y se hace totalmente clara en 1/5 de segundo. Estimulación, 1/10". *Sensación*. Fenómeno de anclaje del ojo; tan brevísimo tiempo no basta para comprender el mensaje. Focalización, 1/5". *Plena visión* de un mensaje simple. Percepción, 1 a 2". Plazo de *exploración* de un cartel (Costa, 2007: 26).

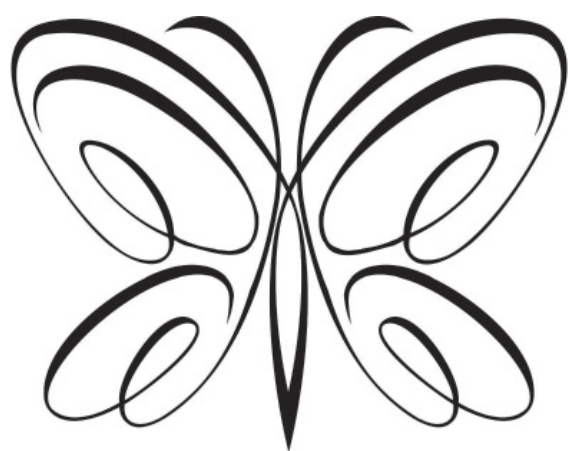


Figura 412: Guimoye. Distintivo para Radio Miraflores, 1977. Composición icónico-verbal de las siglas RM en letras minúsculas y un gráfico en forma de corazón integrado para reforzar los lemas corporativos: "La radio chiquita de corazón grande" y "radio miraflores te quiere".

- El diseño para Radio Miraflores es un isologo, construcción en la cual el texto y el ícono se encuentran fundidos en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y funcionan solo si están juntas.
- El objeto está integrado por líneas rectas y curvas. Las formas reconocibles son, en primer lugar, la letra *r* minúscula de color negro. La lectura continúa con una letra *m* minúscula roja y un corazón también rojo. Los tres elementos llevan una delgada vena blanca central dando el efecto de estar formados por dos franjas paralelas siempre del mismo ancho. Los tres elementos tienen partes en común: la *r* se funde o se superpone al brazo izquierdo de la *m*; el lado derecho de la *m* desciende y de él nace el corazón. El énfasis aguzado conduce nuestra atención hacia esta última parte si la mirada se aplica al conjunto la lectura cromática, haciendo extensivo a todo el logo el carácter de la *rojiblanca*, porque también ha operado una sinécdoque generalizante de color.

- Como ya se ha dicho, las partes del identificativo de Radio Miraflores son inseparables (isologo), ya que sus elementos aislados perderían sentido. La unión de letras se hace posible por medio del uso generoso de la sinalefa —en este caso, visual—, recurso de licencia que une dos elementos que están próximos. Para evitar reiterar las formas se le ha agregado en este caso una interpenetración fundente, posibilitando un efecto de sustitución o, si se quiere, de utilización de solo un signo, convertido a signo común allí donde podría haber dos idénticos o semejantes: la *r* y la *m* en un solo elemento. A la vez se intertransfieren identidades: si hay una *r*, esa *r* es *m*; si hay una *m*, esa *m* es corazón. Pero la *r* es inicial de Radio y la *m* es inicial de Miraflores. Para mayor claridad, un enunciado textual nos explica reiterativamente con un discurso paralelo que incluso enfatiza con cursivas: "radio miraflores *te quiere...*"

Estas complementaciones en el recorrido visual y permutaciones que favorecen y acentúan rasgos ocurren directa y limpiamente gracias al uso casi minimalista de las formas, donde la ausencia de ornamento actúa como un silencio que nos permite percibir el sentido con claridad. Visto así, esto es casi una apología al uso del Sans Serif.



GLAMOUR & BEAUTY[®]

Figura 413: Guimoye. Símbolo gráfico Glamour & Beauty. Logomarca de cosméticos para el mercado norteamericano, 2010. Concepto: Mostrar una figura (mariposa) como emblema de belleza natural, mediante un dibujo hecho a pluma caligráfica y pincel, duplicado al espejo, para formar la mariposa. Fuente tipográfica: Trajan.

- El diseño, originalmente concebido a caligrafía manual, ha sido trabajado digitalmente.
- Todas las formas son curvas, destacando las transiciones de línea muy fina a línea gruesa, característica del estilo Copperplate. El énfasis de grosor en la agudeza central inferior hace que se reconozca como corporalidad, mientras la parte centro-superior serán dos antenas, con lo que se asegura el reconocimiento del conjunto como mariposa.
- Utiliza el concepto de los trazos largos sin levantar la pluma del papel, duplicando la composición luego al espejo y con un eje central vertical, según una tradición caligráfica renacentista. El efecto visual es moderno sin embargo.

Octavio Santa Cruz



Figura 414: Santa Cruz. Logotipo para la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO).

- Cuando CAPECO convocó a concurso, participé con este diseño pintado en gama de grises. La composición basada en líneas, todas rectas y diagonales, es isométrica.
- La imagen reconocible se orientaba a sugerir la monumentalidad del concreto.
- La elección de líneas y matices nos acerca al mundo de la edificación.

Comentario: La composición sugiriendo solidez parecía jugar bien con la gama de grises tipo cemento rústico. Sin duda el efecto visual de un afiche así planteado podría resultar impactante. Pero el caso es que el diseño en cuestión debía funcionar también como distintivo y por esos días—además con las limitaciones de reproducción—pensar en un logotipo en grises era casi una blasfemia. Sin embargo, y como anécdota de esos tiempos en que había pocos diseñadores competitivos, mencionaré que así como Joe De León obtuvo el primer y el segundo puestos en el concurso de la Feria del Automóvil, aquí fui ganador con este diseño (ver avisos de periódico de CAPECO en Anexo 18) y también logré el tercer puesto con un badilejo visto de perfil. Por un tiempo se estuvieron utilizando los dos juntos, integrados como si el badilejo sostuviera, portando, al cubo.



Figura 415: Santa Cruz. Carátula para la Guía Telefónica 1974.

- En lo técnico-material el arte final fue desarrollado en diseño manual, con técnicas de mesa.
- En lo formal el motivo, afín a varias culturas, fue tomado de un modelo milenario en piedra, que desarrollé según la técnica de colores planos.
- El personaje alado, cuya simbolización es remarcada por el báculo que porta en la mano, atributo que al parecer señala hacia arriba y toca hasta abajo, fue mencionado en la reseña como “El mensajero celeste” y asumido como vinculado a la guía telefónica desde su acepción comunicativa.

Octavio: Hoy que es generalizado usar celular, es difícil de aquilatar cuán gratificante fue el hecho de que ese año este voluminoso impreso estuviera en cada casa en todo el territorio nacional. El diseño de la Guía Telefónica 1974, elegido por concurso, ha quedado para mí asociado a una situación anecdótica que relataré.

Corría el año 1973. Por las mañanas yo coordinaba la producción de un equipo de ilustradores en una institución estatal, dedicaba las tardes a la producción en un estudio publicitario, algunas noches dictaba clases de diseño en una academia y las noches restantes diseñaba para algún cliente particular a veces hasta la madrugada. Entre trabajos por facturar y cancelaciones en trámite lo que en casa no había era dinero en efectivo.

Era el 7 de agosto. Catalina, mi esposa, no podía dormir y la medianoche nos encontró reloj en mano verificando la periodicidad de sus contracciones. El doctor calculó que podíamos encontrarnos en la clínica en cuanto amaneciera. Y yo sin un centavo.

A las seis de la mañana sonó el teléfono. En todos los diarios—*Expreso*, *La Prensa* y *La Crónica*— había salido un aviso (ver avisos en Anexo 19) anunciando el resultado del concurso para el diseño de la carátula de la Guía Telefónica.

Figura 416: Premio de la Guía Telefónica 1974.



Dicen que cada niño viene con su pan bajo el brazo, pero esta bebé, que ciertamente llegó aquella mañana, vino con un cheque y así la fotografiamos: con su cheque en la mano.



Figura 417: Octavio Santa Cruz.
Afiche Asamblea de las Naciones Unidas para el Desarme.

Octavio: Este afiche tiene tantas anécdotas que prefiero dedicarme a relatarlas aquí, dejando la interpretación de la obra a discreción del lector.

El afiche para el segundo período extraordinario de sesiones dedicado al desarme, mayo de 1982, fue escogido en un concurso a dos instancias: nacional e internacional. Mi diseño ganó en el Perú entre 150 participantes.

Cuando los representantes locales me avisaron que tendría que enviarlo a competir en la final internacional les dije que consideraba que mi trabajo era un boceto presentable, pero para ir a una confrontación internacional se necesitaba algo más acabado y pregunté si me quedaba tiempo para preparar un arte final. Me dijeron que iban a hacer el envío en 15 días y me dediqué a hacer un acabado a todo dar; lo que no imaginé fue la cantidad de dificultades que iba a encontrar en el camino.

Yo había hecho una paloma anidando sobre un casco de soldado, y el concepto estaba dado. Pero mi dibujo parecía un pájaro común y corriente, cualquier cosa menos paloma; en fin tenía que encontrar una paloma de verdad y dibujarla. En ese tiempo no había Google para entrar y bajar una imagen, y las palomas aún no nos habían invadido como ahora que están por todo Lima. Pasé varios días tratando de ver de cerca una paloma... ¡Ni de lejos! Y eso que trabajaba en el jirón Áncash, al lado del complejo San Francisco que estaba lleno de palomas. ¡Ni una! Todas volando por arriba. Finalmente fotografié algunas con una camarita de buen *zoom*.

Faltaba el casco... ¿Cómo es un casco de soldado? Solo tenía una idea imprecisa. En consecuencia, me fui a un cuartel para tomarle foto...

—¿Y usted! ¿Qué tanto me mira? ¿Qué hace acá?

—No, señor es que... ¿puedo dibujar su casco?

—¿Qué cosa?... Estacionese allá. ¿Sus papeles!

Finalmente, después de una mirada fugaz, hice el casco de memoria y completé el afiche. Utilicé serigrafía, plantillas, moldes y aplicaciones de aerógrafo. Así, el arte final fue enviado a Estados Unidos y me quedé esperando los resultados.

En efecto, meses después, una mañana, estaba en el patio del INC cuando alguien me toca el hombro; volteo y era un mensajero:

—¿Usted es el señor Santa Cruz?

—Sí, señor.

—Acá hay un sobre para usted.

Mientras yo abría el sobre el hombre había desaparecido. Era una carta oficial con membrete de las Naciones Unidas: “Usted se ha hecho merecedor de diploma y preseña por su afiche para el desarme...”

Por ese entonces mi léxico era un tanto limitado, de modo que: “A ver, a ver, dónde hay un diccionario. A preguntar”. En la editorial había un experto en corrección de estilo.

—Oye, hermano, ¿qué cosa es *preseña*?

—Objeto de valor. Joya. Objeto precioso.

—¡Pero aquí no hay nada de valor!

Voltee el sobre por todos lados. Lo que había era un diploma y felicitaciones, felicitaciones oficiales, pero todo de papel. Lo habían enviado a través del Ministerio de Relaciones Exteriores y parece ser que en las dos cuartas que mediaban desde su sede hasta el INC, la bendita preseña se hizo humo.

En los días que siguieron conocí a las más importantes personalidades del mundo diplomático, llegué hasta los niveles más altos. “¡Le aseguramos que haremos las investigaciones pertinentes!” “¡Descuide usted que ya le avisaremos!”... y cosas así.

Con mis varios años en la administración pública ya sabía lo que podía esperar de ese tipo de respuestas y no lo creí ni por un instante. De modo que decidí seguir insistiendo, probando esta vez otras instancias.

Finalmente acabé escribiendo a la ONU, agradeciendo su distinción y acusando recibo —“con la vergüenza ajena del caso”— de su diploma, que era lo único que llegó. En consecuencia, desde la sede central de las Naciones Unidas me enviaron otra preseña, que resultó ser una medalla de plata, con la inscripción Peace Medal.



Figura 418: Peace Medal ONU, 1981¹⁴.

En cuanto llegó la Medalla de la Paz me las arreglé para recibirla durante la inauguración, en 1982, de una exposición unipersonal por mi labor como diseñador gráfico, que el propio director del INC, doctor Luis Enrique Tord, tuvo la gentileza de inaugurar en el Museo de Arte Italiano —MAI (ver notas de prensa en Anexo 20).

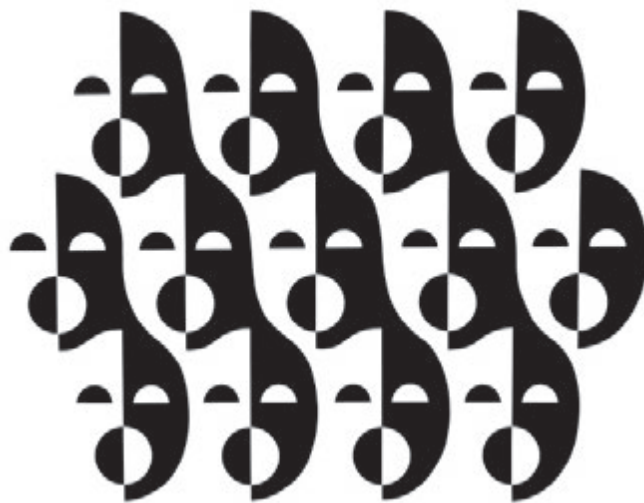


Figura 419: Santa Cruz. Símbolo gráfico para el Coro del INC.

- Este es uno de la serie de logotipos y símbolos gráficos que identificaron a los órganos descentralizados del Instituto Nacional de Cultura (INC) a principios de los setenta. El arte final fue confeccionado manualmente en mesa de dibujo con estilógrafos, compases, tinta y plantillas sobre cartulina Foldcote.
- La elección minimalista de círculos, semicírculos y óvalos propone la identificación de varios rostros repetidos idénticamente. Están organizados regularmente según planteamientos expuestos por Walter Diethelm, Bruno Munari y Wucius Wong, a partir de estructuras activas diversas. La distribución alternada de zonas en blanco y negro convoca el efecto intenso de encontrarse bajo una fuerte iluminación. La composición es abierta para sugerir mayor amplitud.
- La concepción esquemática es simbólica, orientada a sugerir un grupo de personas en actitud de cantar. El destino de la imagen es identificar a la agrupación coral.

La elección de motivos puede causar similitudes formales por coincidencia, por ejemplo en el caso del mate burilado —cuya trascendencia y comprensión desde el arte popular no es del caso ver aquí—, al que encontramos trabajado en varias versiones: por Cárdenas en *Fanal* N° 53 (p. 212); por Bassler en la carátula de la revista de UNICEF (p. 184); por Stockli en el árbol de Navidad para Oechsle (p. 178). En el siguiente apartado procuraremos ir más allá del plano de la expresión.

14 Esta es la Medalla de la Paz 1981, premio que me fue conferido por las Naciones Unidas en 1982. Por cierto, si hay alguien en Lima que tiene una similar, ya sabemos cómo la consiguió.

Al contemplar las obras reunidas saltan a la vista algunas particularidades que, confrontándose entre lo formal y lo significativo, dan cuenta de las maneras, preferencias, técnicas y estilos de sus autores, así como de sus usos dialécticos y retóricos preferidos.

Siendo que el primer requisito de un diseño —cumplir con el aspecto práctico de ser funcionalmente aplicable al encargo— es variable y se ajustará a cada caso, debiéramos enfocarnos en la segunda condición, que será solucionada en la medida del dominio que se tenga de los recursos técnicos de la especialidad gráfica, pues será su óptimo cumplimiento el que nos puede acompañar hasta el tercer momento del proceso creativo, al ponernos frente al sutil acceso de lo que pudiera ser nuestra aspiración mayor: ingresar al ámbito de lo que llamamos Arte con mayúscula.

Las piezas que ahora comentamos enfatizan los aspectos de ejecución y exploran el tratamiento¹⁵, bastándose a veces con cargar el peso exclusivamente en el lenguaje de la especialidad o en su efecto formal.

Coincidencias

A partir de la situación de coincidencia reconocemos similitudes y diferencias. Algunas veces las formas que son parecidas inicialmente lo son solo en apariencia. Cuando indagamos en el nivel profundo de algunos casos donde encontramos coincidencias formales, visibles a primera vista en el plano de la expresión, portadoras de formas, colores y hasta recursos compositivos similares, son en realidad resultantes de situaciones diferentes que apuntan a usos y contenidos diversos.

Otras veces, una misma intención encuentra diversas maneras de expresarse al pasar al plano de la manifestación; o sea que el motivo, el punto de partida puede haber sido el mismo o muy parecido, habiendo, sin embargo, generado en cada artista resultados visuales diversos o aplicaciones y vínculos ocasionales distintos y hasta opuestos.

Bien que la coincidencia sea mínima o parcial, o que la consideremos real o aparente, en este apartado destacaremos el aspecto que por tangible es posible confrontar: la producción de acuerdo al oficio, al margen de un otro análisis.

Aquí incluiremos también los casos de diagramación ya que encontramos que pueden ser vistos o confrontados según los criterios de similitudes y diferencias.

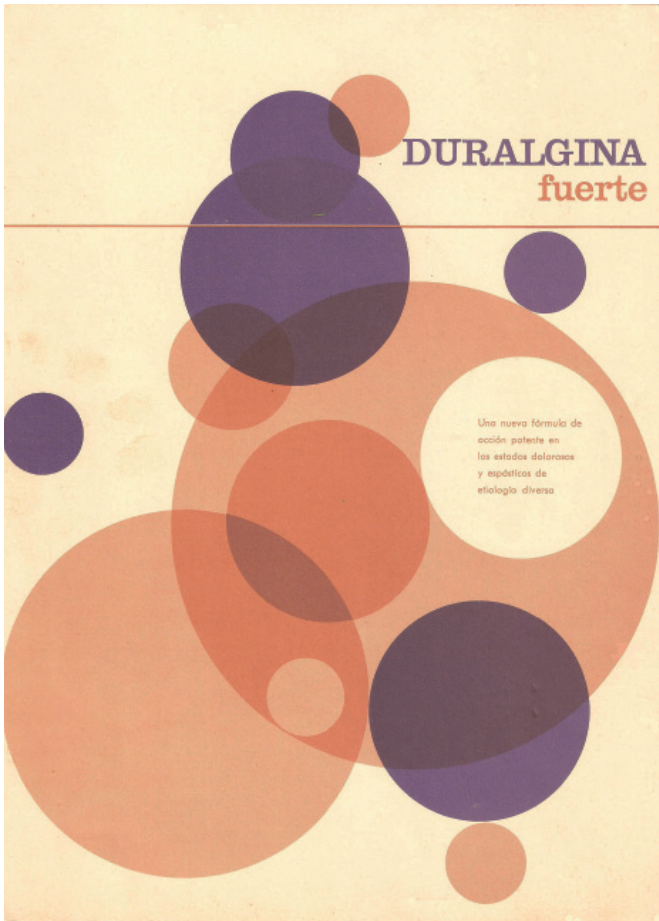


Figura 420: Stockli. Folleto médico para Duralgina. Realizado en A4 a dos tintas, azul violeta especial y bermellón especial, para Laboratorios Unidos (LUSA).

Si contrastamos la ilustración para la carátula del folleto médico Duralgina, realizado en Lima en 1961, con una página del libro de Armin Hoffman publicado en 1965, no podemos menos que encontrar una cierta similitud, que de hecho es solo formal ya que la página del método suizo es un ejercicio compositivo mientras que el folleto limeño se refiere a un producto; esta es una atingencia sutil que no anula la coincidencia.

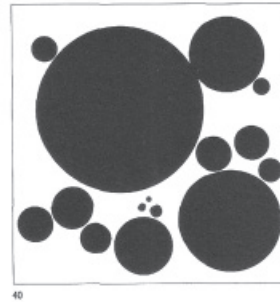


Figura 421: Armin Hoffman. Ejercicio N° 40, en *Graphic Design Manual, Principles and Practice* (1965: 34), donde sistematiza los principios del diseño suizo.

Cada efecto reclama un procedimiento, una herramienta o una manera precisa de realizarse. En estos dos afiches se escogió utilizar los bordes dentados o escalonados: en uno para sugerir la imagen pixeleada, que evoca algún aspecto de los procesos computarizados; en el otro, para evocar las formas angulares y remitirnos a la estilística inca.

Parecerá ocioso que nos detengamos a comentar estos detalles hoy que un sfumado de gradación del color en computadora o un efecto de pixeleado son tan sencillos que se pueden hacer en segundos. Sin embargo no siempre fue así, y en su momento cada uno de los diseñadores tuvo que encontrar sus propias soluciones no computarizadas para elaborar estos diseños.

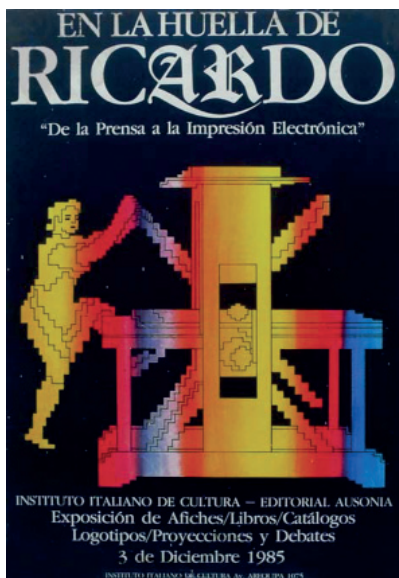


Figura 422: González. Afiche *En la huella de Ricardo*.

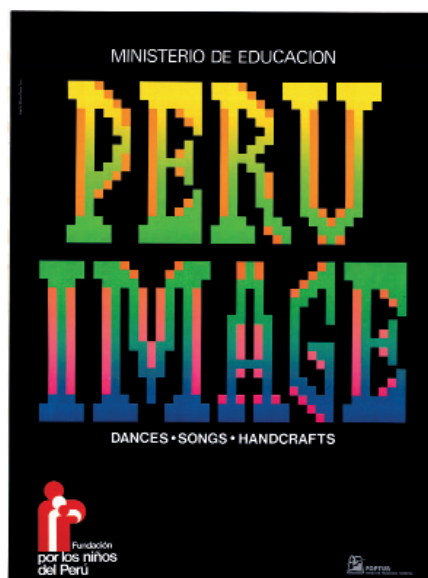


Figura 423: Santa Cruz. Afiche *Perú Image*.

La confección es diseño manual a línea. / La composición utiliza solo líneas rectas. / La intención es destacar el color.

En el siguiente caso, a partir de un mismo e idéntico tema, ambos artistas han desarrollado sendos proyectos, opuestos diametralmente.

Figura 424: López Paulet. Carátula de libro *Yawar Fiesta*. Una respuesta que toca a la emoción, recoge al parecer un instante congelado en el tiempo: las patas del cóndor y del toro en López Paulet.



Figura 425: Guzmán. Carátula de libro *Yawar Fiesta*. Una mirada fina. Un aleteo veloz capturado como en cámara lenta por el planteamiento reflexivo en Guzmán.

Figura 426: Bracamonte. Afiche para teatro. (Archivo A. B.). El distintivo teatral de las dos máscaras es una versión libre *outline*, con reminiscencias precolombinas, sobre sugerencias pétreas.



Figura 427: Santa Cruz. Símbolo para publicaciones de teatro. Para la serie *Teatro de humor negro*, por Juan Rivera Saavedra.

Figura 428: González. Carátula de libro. En concordancia con el título, a primera vista parece un aviso de prensa.



La ilustración del vaso está realizada a mano, poco usual en González.



Figura 429: Escalante. Afiche.

Lo mismo que la copa en Escalante, también inusual. Para la inserción sí se utilizaron medios fotomecánicos.

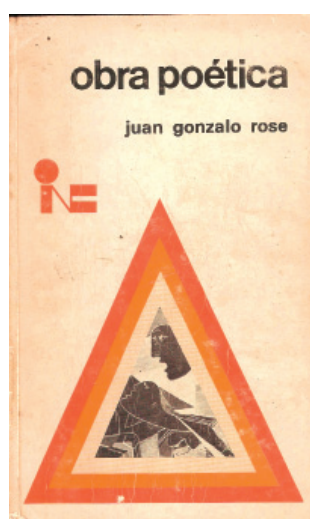


Figura 430: Bracamonte. Tres carátulas de libro. En Bracamonte de los años setenta es notoria su búsqueda de la sencillez. En estas carátulas, por ejemplo, la forma exterior nos recuerda el concepto de las formas elementales según Platón. No deja sin embargo de citar abiertamente al arte moderno en obras y autores específicos: Picasso en uno, Albers en otro, Vasarely en un tercero.

Seis miradas, seis rostros, seis técnicas diferentes: un solo Vallejo, inmutable.

Vallejo visto por grafistas e ilustradores:

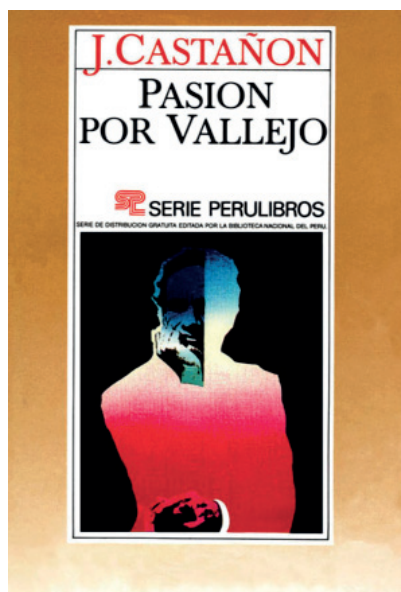


Figura 431: González.

Una carátula de libro por Carlos González donde los esfumados rojo y azul, más que identificar la figura, nos conducen directo a sugerir la inmensidad de lo profundo.



Figura 432: Ruiz Durand.

Una obra de pintura pop por Jesús Ruiz Durand en pleno dominio de los medios digitales.



Figura 433: Szyszlo.

Una ilustración temprana de Fernando de Szyszlo que se circunscribe a la austeridad de la línea en *Fanal* N° 15 de 1948.

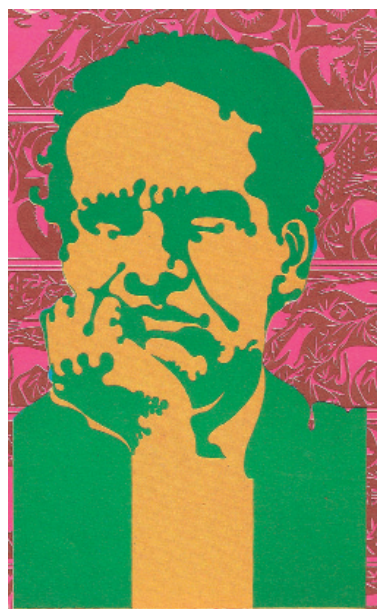


Figura 434: Santa Cruz.

Un detalle a colores planos de la carátula de la revista *Runa* 7-8, del INC por Octavio Santa Cruz.

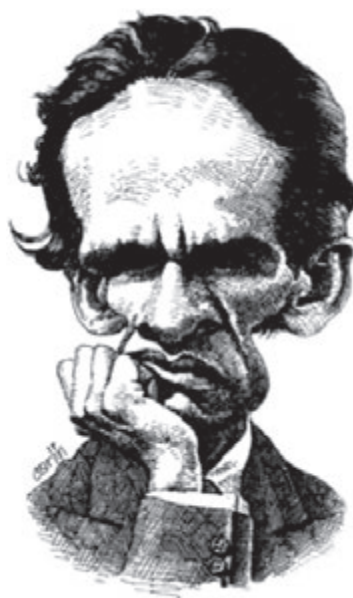


Figura 435: Tovar.

Una caricatura algo reciente y con mucho carácter de Carlos Tovar "Carlín".

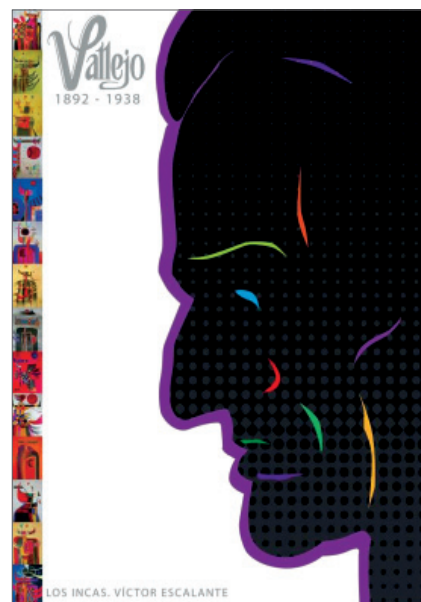


Figura 436: Escalante.

Un afiche con presencia masiva de Víctor Escalante.

El ejercicio de aproximar varias versiones, más que intentar una confrontación valorativa, aspira quizás a lucir el potencial proteico del motivo, el cual es capaz de aflorar luciendo una nueva faz cada vez, según como resuene al interior de cada artista.

El motivo de la paloma, muy caro a la gráfica y a la pintura de todas las latitudes, también ha sido tratado aquí para diversos usos y con variados resultados visuales.



Figura 437: Santa Cruz. Afiche para Navidad. Aquí la paloma se asocia a la estrella, destacando el rojo y el verde para ambientar la ocasión navideña.



Figura 438: Tovar. Isotipo Perú-Vida y Paz, 1989. Esta paloma, resuelta con trazo austero y directo, nos da el ejemplo de mirar hacia adentro de su propio corazón. Según el autor, "sirvió para una marcha por la paz en plena época del terrorismo".

Acerca de una controversia sin visos de solución: el producto y su derivado:



Figura 439: Guzmán. Un afiche sobre coca y otros temas. *Coca y cocaína. Oro en Madre de Dios. El puente de ichu.*



Figura 440: Santa Cruz. Un libro sobre coca. *Etnología, fisiología y farmacología de la coca y la cocaína.*

Un cuadro de Jean-François Millet y un afiche de Jesús Ruiz Durand. Una cita a la historia por medio de la retórica.

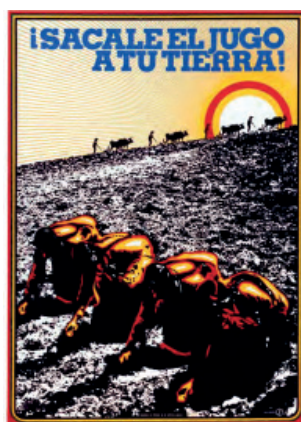


Figura 441: Ruiz Durand. Afiche de la serie Reforma Agraria.



Figura 442: Jean-François Millet. *Las espigadoras.*

El naturalismo que fluye desde dentro de la escena de bordes abiertos, incluyéndonos hasta casi hacernos sentir la hierba bajo nuestros pies, contrasta con el salto con que nuestra mirada urbana es invitada a atravesar el marco.

La portada del libro *Las palabras* de Jean Paul Sartre y el afiche para la obra de teatro *Las sillas* de Eugenio Ionesco presentan algunos puntos de contacto.



Figura 443: Silvio Baldessari (1916-1987). Carátula de libro. Editorial Losada, Buenos Aires, 1982.

Figura 444: Santa Cruz. Afiche para cartelera, *Las sillas*, montaje del Teatro Universitario de San Marcos (TUSM), Lima, 1967.



Ambas propuestas son de figuras angulosas, abstractas o casi abstractas, trabajadas a bordes limpios y en una tinta. El título del libro / palabras / sugiere que en los bloques reconozcamos una aproximación a bocas abiertas, lo que en el afiche es asumido sin ambages a partir de la inclusión de puntos como ojos que sugieren reflejos de caras.

Dos maneras de citar el rostro y la memoria del Che Guevara:

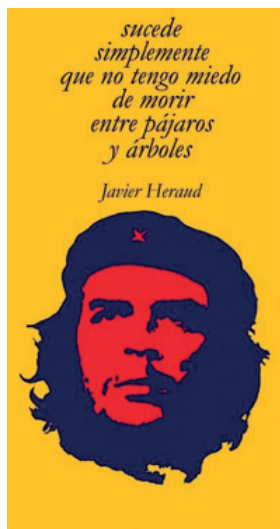


Figura 445: González. Un afiche a serigrafía en los setenta.



Figura 446: Ruiz Durand. Una pintura digital en el siglo XXI.

La historia, la libertad, el futuro... y el Perú de Velasco, en un afiche por Palacios.



Figura 447: Palacios. El Perú de Velasco.



La libertad, la historia, el futuro... en un afiche sobre Bolivia por Guzmán.

Figura 448: Guzmán. Un afiche sobre Bolivia.



Figura 449: Tovar. Símbolo gráfico Consejo Nacional de Educación, 2002. A todo color. Realizado con Illustrator.



Figura 450: Dieterich. Símbolo gráfico Proyecto Regional de las Naciones Unidas (PNUD).

OSC: ¿Y cómo hacías esto sin una computadora?

CD: No sabía cómo hacer la espiral en geometría, pero fui a ver a un amigo arquitecto y le pregunté: “¿Cómo haces una espiral?”. Él me dio el sistema y con compás tú lo puedes hacer perfectamente. Entonces hice una doble espiral, desde aquí hasta acá, y después la reproduje dos veces, tres veces y así.

Utilización personalizada de las dos tintas:

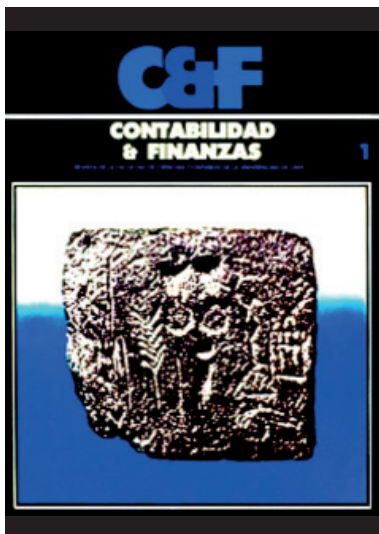


Figura 451: Palacios. Carátula de *Contabilidad y Finanzas*. Color llamativo e impactante.



Figura 452: Santa Cruz. Afiche *Don Gil de las calzas verdes*. Colorido versátil y sugestivo.

Dos composiciones, aplicando ambas la retícula subyacente y con diagonales:



Figura 453: Palacios. Carátula.



Figura 454: Santa Cruz. Afiche de teatro.

La educación, la gestión cultural:

Figura 455: Ruiz Durand. Logotipo Retablo de Papel Ediciones.



Figura 456: Tovar. Símbolo gráfico Consulta Nacional de Educación Puertas Abiertas.

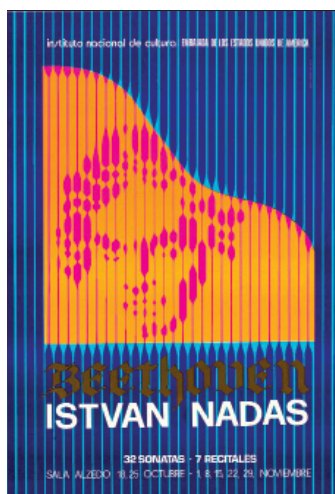


Figura 457: Santa Cruz. Afiche para concierto de Beethoven.

Fotografía tramada a rayas:

Octavio: El afiche para Istvan Nadas, confeccionado en la década de los setenta, fue concebido de manera instantánea. Solo se requería el nombre del autor con su retrato y el nombre del intérprete con su instrumento, el piano; todo dispuesto de manera sencilla, casi elemental. Tan simple como fuera posible para poder dedicar atención al desarrollo, que sería la clásica fotografía de Beethoven con su rostro enérgico, pero tramado para que las líneas se leyeran visualmente como las cuerdas del piano, vibrando; y tramar una foto demora segundos. Todo estaba muy bien, solo que en todo Lima no encontré un servicio de fotomecánica con trama de rayas. El afiche íntegro tuvo que ser dibujado a mano.

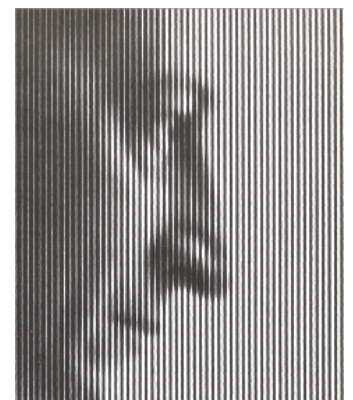


Figura 458: Ruiz Durand. Retrato de Sebastián Salazar Bondy.

Años después, cuando vi el retrato de Salazar Bondy procesado por Jesús disfruté casi táctilmente mirando la suavidad de las líneas, muy apropiadas para el personaje.

Figura 459: Santa Cruz, blanco intenso en un afiche. Ilustración para Hamlet. El fondo sepia, la figura inferior con reticencia de detalles al mínimo y el outline logran que el blanco se desplace a primer plano y se vea más blanco.



Figura 460: González, negro profundo en un logotipo.

El recurso de eliminar intencionalmente el espacio interior de la letra se yergue notoriamente como una alotopía que atrapa indefectiblemente la atención de todo lector por constituir un alejamiento flagrante de la norma. A la vez, este logo utiliza una sustitución para poner una V en lugar de la U, con lo cual, además de propiciar un amarre fundente con la M —que se hace reticente al perder su serif—, recalca el carácter de estilo de letra Romana y así legitima el alargamiento del pie derecho de la R, el cual al invadir el espacio de los descendentes se asegura de tener alrededor mayor área de color blanco, con lo que el disco negro acaba viéndose aún más negro, más impactante.

Dos afiches, dos campeonatos deportivos, dos maneras de referirse al objeto pelota:

Figura 461: González. Afiche para golf. Formato estructural con alusión reconocible al deporte y comparación con un arte también elegante, el op.

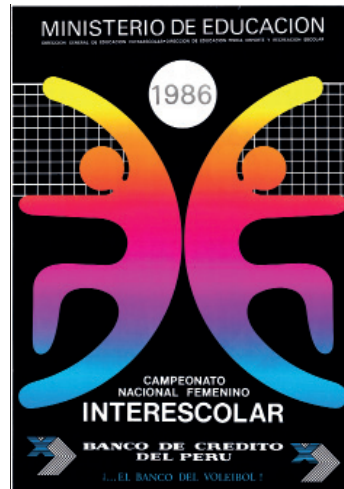


Figura 462: Santa Cruz. Afiche para voleibol. Direccionalidad y líneas de fuerza con intención sinéptica de evocar el gesto o movimiento del deporte.

Dos maneras diferentes de tratar experimentalmente la superficie del mate tradicional:

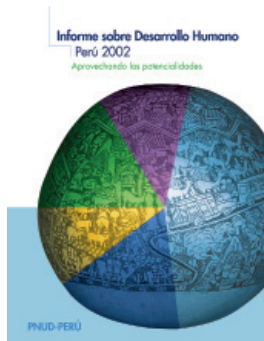


Figura 463: Tovar. Mate. La Memoria anual PNUD. Informe sobre Desarrollo Humano (Perú, 2002) el objeto artesanal con pequeñas ilustraciones, fue intervenido con sugerencias estadísticas aplicadas con Photoshop.



Figura 464: González. Mate. En esta obra lo que ha permanecido es la materialidad del mate, su forma globular, que por ausencia evoca la profusión de dibujos pirograbados de la tradición andina, dando cuenta así de que la superficie ha sido resignificada mediante el color plano y las líneas simples y brillantes.

Tratamiento de diseño con aplicación fotográfica:



Figura 465: Bracamonte. Afiche.

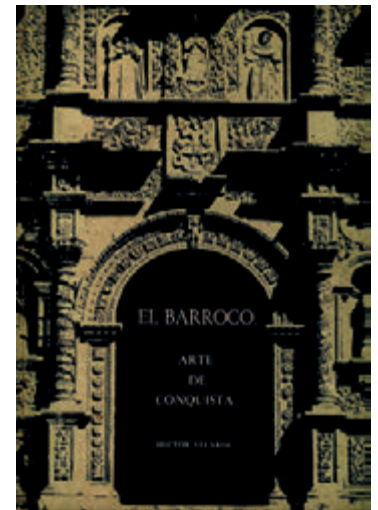


Figura 466: Palacios. Carátula de libro.

La sensibilidad de Mario Piacenza, gerente de Tecnoquímica S. A., por el arte y el diseño era proverbial. Entre sus amigos se contaban pintores, escultores y diseñadores. En el plano profesional esto se traducía en un mayor acceso a los productos nuevos y cierta libertad para producir ejercicios experimentales. Varios diseñadores dan fe de ello.



Figura 467: Dieterich. Etiqueta de laca. Década de los sesenta.



Figura 468: Palacios. Etiquetas de pinturas al óleo. Década de los sesenta.



Figura 469: Palacios. Carta de colores. Témperas Tekno, 1974.

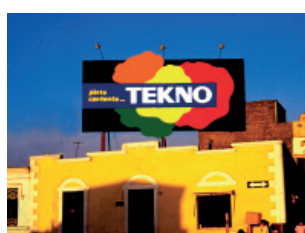


Figura 470: Palacios. Cartelón. "Pinto contento cuando con Tekno pinto".



Figura 471: Palacios. Marca Teknobrill, cera para pisos. Teknoquímica, 1990.



Figura 472: Tovar. Símbolo gráfico Teknito, producto para niños. Teknoquímica.



Figura 473: Tovar. Envases para cerámica en frío y plastilina. Producidos en los 80's desde Publicidad Causa.

Aquí las letras se entrelazan, pudiendo llegar a perder o atenuar su propia identidad y significación al nivel profundo, para convertirse en un nuevo elemento reconocible, memorizable y estéticamente apreciable desde el plano de la expresión.



Figura 474: Dieterich. Símbolo para Prolansa.



Figura 475: Santa Cruz. Logotipo del Colegio Franco-Peruano. Un logo colorido hecho de dos letras que corresponden a sendas banderas.

Debido a la composición, el concepto de logotipo empieza a desdibujarse dando paso al reconocimiento como símbolo gráfico, como objeto visual. Prolansa elaboraba productos derivados del alambre: separadores de ambiente, rejas, resortes para las camas.

Dos carátulas de libro, dos navíos con tratamientos diferentes:



Figura 476: González. Carátula de libro.



Figura 477: Santa Cruz. Carátula de libro.

Dos sfumados en tonos cálidos. Diversos contrastes para el sunset:



Figura 478: Palacios. Afiche.



Figura 479: Guimoye. Afiche. Ilustración por el 375° aniversario de la ciudad de Pisco, 2015.

Composición de letras blancas sobre fondo negro. El contraste máximo permite que el mínimo ornamento cobre protagonismo y se haga notar.



Figura 480: Santa Cruz. Carátula de libro.



Figura 481: Palacios. Marca para Distribuidora de pinturas La Brocha Gorda, 1978.

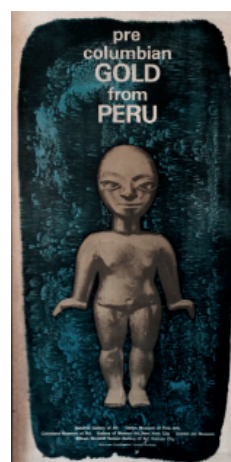


Figura 482: Bracamonte. Fondo en monotipia.

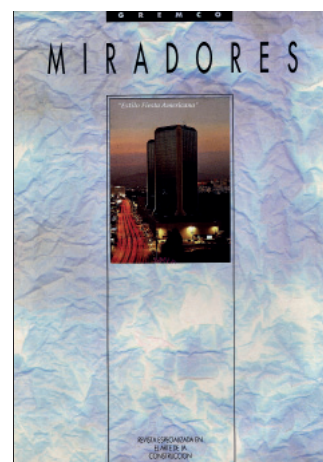


Figura 483: Palacios. Fondo en papel craquelado.

El tratamiento de fondo texturado permite hacer más llamativo el afiche u objeto anunciador, sin intervenir ni comprometer visualmente al objeto central.

Logotipo y símbolo gráfico para minería, composición circular, letras radiales.



Figura 484: Santa Cruz. Logotipo Minero Perú, 1972.



Figura 485: Bracamonte. Logotipo Centromin Perú, 1974.

La interpenetración o superposición integrando una forma a partir de dos letras:

Figura 486: Palacios. Logotipo ONG Asuca, 1995.



Este logo presenta dos letras reflejadas al espejo, haciendo uso de la interpenetración fundente, de modo que no se sabe dónde termina una letra y dónde comienza la otra. No hay supresión de elemento, pero la unión de los descendentes de las letras A genera una curva en forma de letra U. Al acoger dentro de su unión al elemento corazón crean una connotación de carácter afectivo.



Figura 487: Santa Cruz. Logotipo para Augusto Elmore, editor.

La imagen es producida por la contraforma; es decir, los tonos oscuros son fragmentos desarticulados y la lectura se produce en ausencia de las letras. El negro atrae la mirada para que se lea primero la A. La construcción del logo negativo hace uso de un mecanismo de supresión y se elimina el descendente derecho de la A o el lado izquierdo de la E; el caso es que ambas letras intervienen en una interpenetración fundente que suprime y une a la vez.

Dos diseños para folklore afroperuano:



Figura 488: Dieterich. Disco para Perú Negro.

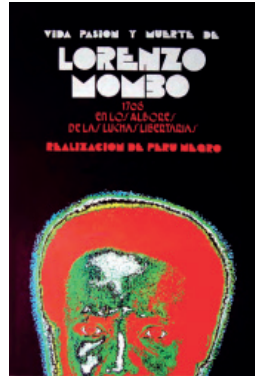


Figura 489: Ruiz Durand. Afiche para Perú Negro.

Una coincidencia aproximada, aunque explicable:



Figura 490: Guimoye. Logotipo para Ingeniería Textil Peruana (ITP), 1984. Hilandería de fibras de alpaca, vicuña y fábrica textil para exportación. Las siglas ITP, fusionadas en positivo y negativo, forman una sola imagen alfabética. Para etiquetas bordadas o estampadas en prendas y telas.



Figura 491: Santa Cruz. Logotipo y papelería para Perú Textil. Publicación del editor Augusto Elmore H., 1964.

Dos publicaciones sobre escritores:

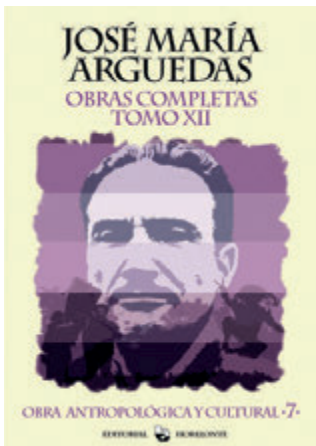


Figura 492: Tovar. Carátula de libro José María Arguedas. Obras completas. Los primeros cinco tomos son la parte literaria, diseño a tinta y colores planos.

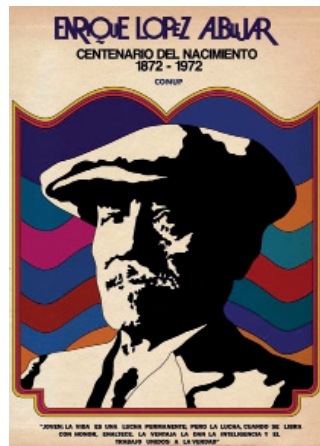


Figura 493: Escalante. Afiche Enrique López Albújar. Es diseño manual, basado en fotografía, y en colores planos sobre fondo blanco.

En el afiche de Ruiz Durand las alas de mariposa parecen ojos. En el afiche de González las manos son de un escultor y los ojos, que aparecen escondidos, se injertaron fotográficamente.



Figura 494: Ruiz Durand. Afiche Festival Latinoamericano de Video Dirigido por Mujeres.

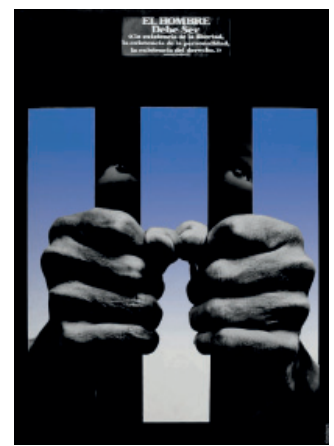


Figura 495: González. Afiche El hombre debe ser.

La emblemática *H* de Hogar no es la única que Dieterich ha diseñado.



Figura 496: Dieterich. La *H* de Compañía Naviera Humboldt.



Figura 497: Dieterich. *H* y *C* de Hotel Crillon. La *C* tiene dentro tres coronas que en la heráldica de Lima significa "la tres veces coronada". La idea era presentar al Hotel Crillon en el hoy Centro Histórico de la capital.

La articulación en torno al número cinco:



Figura 498: Tovar. Símbolo gráfico. Programa País-Perú (de cooperación internacional). Composición en base a un pentágono.

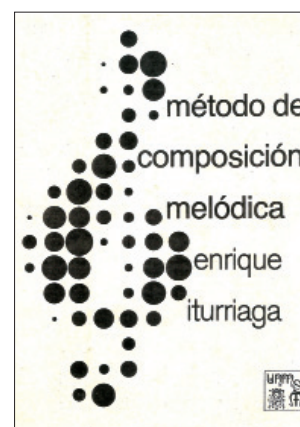


Figura 499: Santa Cruz. Carátula de libro *Método de composición melódica*. Diseño basado en un pentagrama.

La composición y las letras con ornamento interior y exterior:



Figura 500: Ruiz Durand. Afiche de Santiago. El diseño historiado de cada una de las letras, coloridas y detalladas es portador de alguna significación, desde el universal apóstol Santiago hasta su versión vernácula, nuestro local "Taita Shanti".



Figura 501: Santa Cruz. Carátula de libro *Las uvas del racimo*. Cada letra pertenece a una familia distinta y la idea de racimo que les da unidad aparece solo al mirar la forma exterior del conjunto.

El texto escrito y su eco icónico:

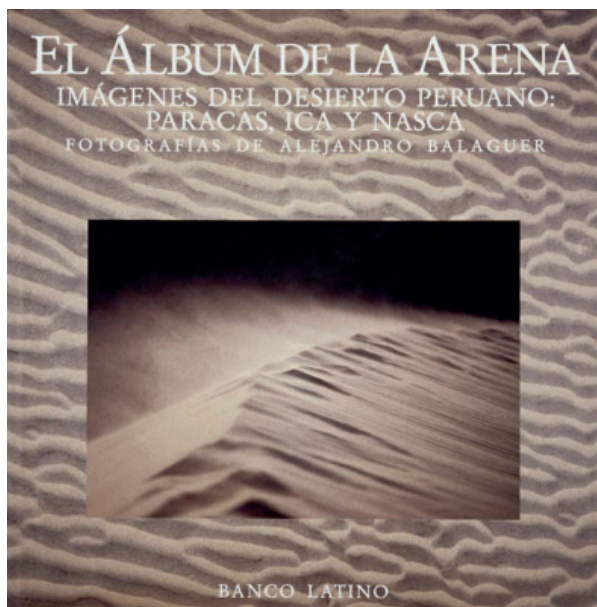


Figura 502: González. Carátula de libro *El álbum de la arena*. La imagen (un arenal) traduce el título del libro.

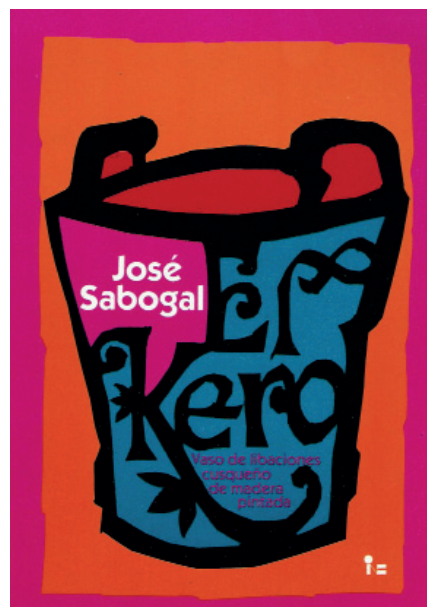


Figura 503: Santa Cruz. Carátula de libro *El kero*. La imagen reproduce el título del libro.

No todos los mensajes visuales son recibidos de la misma manera, en la medida en que la decodificación y el reconocimiento son variables. Encontramos allí un aspecto que podría ser materia de exploración para los diseñadores que tuvieran en mente dirigir sus obras en una dirección u otra. Esta dosificación en el paso de lo denotativo, mediante embrague, hacia el nivel significativo, dota al objeto bidimensional de un efecto sofisticado que linda con lo cinético, solo que a la manera de la “mezcla óptica”—tan cara a los posimpresionistas—este efecto se realiza en el ojo, en la manera de mirar e ingresar la información.

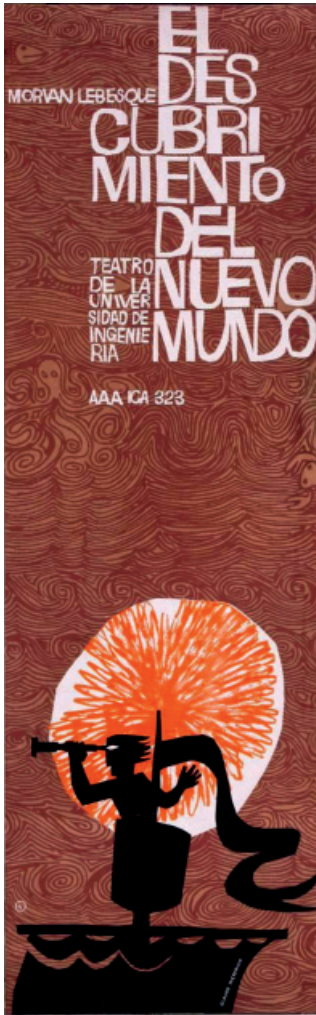


Figura 504: Dieterich. Afiche *El descubrimiento del Nuevo Mundo*. Claude: “Este fue el primer afiche que hice en Lima, las letras del título son recortadas a mano con tijera. La textura del mar, con monstruos marinos, también se hizo a mano. Se imprimió en serigrafía”.



Figura 505: Tovar. Afiche SEPIA. Para la quinta reunión bienal del Seminario Permanente de Investigación Agraria, 1993. Fue realizado a tinta, dibujado en forma manual, los colores se aplicaron en la imprenta. Las líneas de texto en verde sugieren los surcos del sembradío. Carlos: “Esto que ahora podía haberlo hecho en tres segundos en un filtro de Photoshop, lo hice entonces dibujando letra por letra, trazando todas las líneas de perspectiva, y con los dos puntos de fuga”.



Figura 506: González. Carátula de libro *¿El ojo de la navaja o el filo de la tormenta?*

Mucho más veloz que nuestra posible comprensión del juego de palabras en el título, el efecto de conmoción- rayo-ruptura-sobre el ojo nos penetra visceralmente en cuanto captamos la imagen. Aun cuando una fracción de segundo después nuestra razón argumenta que no pasa nada porque reconocemos que todo está ocurriendo sobre la imagen estatuaria de un ojo de bronce o algo parecido. La sensación de agresión física ha sido conmutada al nivel profundo, con resonancias orgánicas tales que hasta podríamos dar cuenta de haber sentido un dolor real. La sinestesia ha operado rápidamente¹⁶. La carátula ha cumplido cuando menos con llamarnos dramáticamente, dejando al titular la tarea de explicar la posible naturaleza del texto, el cual por otra parte delega o confía en la competencia del lector, quien si es un lector informado habrá de inferir algo del contenido a partir del prestigio profesional que el autor tiene como crítico y entendido en arte.



Figura 507: Santa Cruz, Ilustración para *Los conquistadores*. Obra de teatro de Hernando Cortés, en la revista *Runa* N° 1, INC, 1977.

En esta ilustración la sinestesia va apareciendo mientras vamos reconociendo las figuras de un hombre lanceando a una mujer. El efecto chocante se manifiesta como una reacción, casi un comentario de desaprobación o un escalofrío de repugnancia ante una contemplación distanciada. Aunque apuntando hacia otras exploraciones, Francastel¹⁷ toca este punto, en ciertos aspectos coincidentes.

16 La sensación es tan rápida y penetrante que provoca rechazo. En situación parecida, al inicio de *Un perro andaluz* (Buñuel), apelando al recurso de sustitución, en lugar de un cuchillo sobre el ojo, el realizador coloca por un momento una nube cruzando sobre la Luna y así mantiene nuestra mirada atenta a la pantalla.

17 “En toda imagen hay convergencia de lugares y de tiempos y, además, combinación de tiempos representativos de la experiencia individual del artista y de la experiencia colectiva de un medio. Tal es la razón por la cual la lectura de cualquier obra exige un desciframiento. El espectador debe, en primer lugar, esforzarse por inventariar el campo figurativo que se le ofrece confrontando las formas con su propia experiencia selectiva. Debe, después, tratar de vincular cada uno de los elementos constitutivos del conjunto armónico que tiene ante sus ojos, no precisamente con un espectáculo automáticamente provisto por el universo, sino con una serie de signos fragmentarios elaborados en su memoria” (Francastel, 1975: 105, 106).

“Pero esta memoria posee un carácter diferente de aquel que se acuerda habitualmente a la reminiscencia o al recuerdo de acontecimientos del pasado. Se trata, por así decirlo, de una memoria actual, inmediata, y de una micromemoria, más exactamente una memoria donde el tiempo interviene a velocidad fenomenológica y no histórica o simplemente consciente. No me atañe examinar aquí en qué medida esta clase de memoria fisiológica es idéntica a la memoria analizable a nivel de la conciencia social e histórica. Lo importante es constatar la intervención del tiempo en toda aprehensión espacial susceptible de dar origen a una figuración” (Ibíd., 1975: 49, 50).

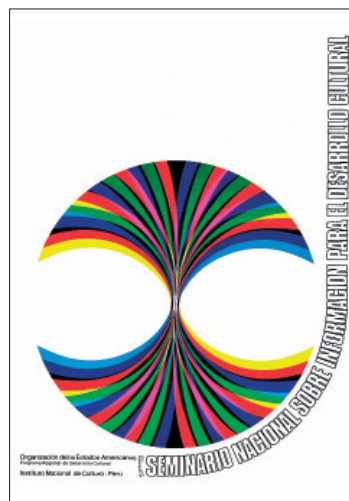
Las clásicas reflexiones sobre el aura, conocidas desde Walter Benjamin, no están llamadas a actualizarse ante las obras de diseño, reproducibles *ad infinitum* por definición. Pero es de notar cuán distinto es contemplar un afiche al tamaño real que revisar una reproducción a un tamaño necesariamente mínimo dentro de esta hoja de comentario.

Dos afiches donde las líneas son también el camino que conduce la mirada, en un momento hacia dentro, en otro momento hacia afuera.

Figura 508: Ruiz Durand. Afiche IAC, 1966.



Figura 509: Santa Cruz. Afiche INC-OEA, 1982.



Tanto el afiche de Ruiz Durand para su propia exposición de arte *op* en el IAC (1966) como el de Santa Cruz para el Seminario INC-OEA (1982) se dirigen directamente a la sensorialidad del espectador. Su recepción, sinestésica en mayor o menor medida, desembocará sobre el texto apenas justificativo, cuando no por inercia, casi como un escape.



Figura 510: Escalante. Afiche para una exposición de artes gráficas.

- El diseño es manual, elaborado a una tinta. La parte superior es coloreada en seco.
- Ilustración pictórica enmarcada a toda página. Una gran forma oscura con bordes curvos organoides. Solo una pequeña figura en la parte inferior derecha tiene líneas rectas. El texto ocupa una parte pequeñísima, abajo, a la izquierda. La imagen, de un humo extremadamente denso, surge tanática desde una chimenea. De su parte superior asoma una mariposa.
- La figura se basta a sí misma para comunicar sinestésicamente un mensaje ecológico. Desde que el texto anuncia la convocatoria a una bienal, entendemos la intención como un alegato de nivel, una carta de presentación.

La letra pretendiendo valerse sola en el mundo del afiche

Figura 511: Santa Cruz. Afiche teatral Nicolás Guillén. La letra G para Guillén es simplemente un arcoíris. La elección de dos campos, uno negro y otro blanco apela a un efecto de sustitución para que la curva recoja, si no la dirección de horizontales del arcoíris, al menos la idea de emerger hacia arriba.



Figura 512: Tovar. Afiche Cien números de la revista *Páginas*, tinta china. Contrastando con otras producciones en las que aplica la perspectiva y planteamientos de su formación de arquitecto, a veces escoge la fluidez del trazo a pulso.

Diagramación

Para definir lo que es la diagramación en nuestro medio podríamos comenzar diciendo que por mucho tiempo ha sido “el patito feo” del diseño gráfico. Y para ser más precisos, quizás lo adecuado sea decir que por un lapso muy breve dejó de serlo. En el pasado su rol fue algo incomprendido y en la actualidad lo es más. Estamos hablando del tratamiento que pueden recibir las páginas interiores de libros, revistas, folletos o memorias.

Ocurre que sus procedimientos, utilidad, alcances, resultados y costos son ambivalentes. Tan pronto pueden ser sobredimensionados, y por consiguiente sobrevalorados, como minimizados hasta la inexistencia.

La función del diseñador, su matiz artístico, enriquece las publicaciones que toca. Pero en aquellas donde lo que prima es el carácter comunicativo, su ausencia puede pasar desapercibida. De hecho, los numerosos libros que se han publicado hasta mediados del siglo XX han sido producto del conocimiento práctico y del buen criterio de los trabajadores de la imprenta, mas no necesariamente de la mano de un artista plástico. Por entonces solo se requería al diseñador para casos especiales como la memoria de un banco, un prospecto para una nueva clínica o un proyecto de urbanización; y en tales ocasiones el material llegaba a la imprenta ya preparado desde una agencia de publicidad.

En la segunda mitad del siglo XX algunas revistas encargaron al diseño su fisonomía de carácter cultural o “moderno”. Diseñadores y simpatizantes del diseño usaron el Sans Serif, las minúsculas y el blanco del papel hasta el exceso. Y las titulares, profusamente ornamentadas al borde de la ilegibilidad, de origen Letraset, también tuvieron su momento.

Hoy, la aparición de las computadoras cargadas de plantillas y fuentes al escoger son una tentación para que cualquier usuario no-diseñador pueda copiar válidamente a su gusto modelos para los impresos de oficina y hasta para el folleto nuestro de cada día.

De seguro cualquier persona reconoce la calidad de esos libros sobre patrimonio editados en papel fino por algún banco, instituto cultural o museo, que uno discretamente pone en la salita de recibo como signo de estatus. Pero me pregunto si un comentario como el de Claude Dieterich —acerca de algo que a más de un diseñador le ha ocurrido— es comprensible para todo el mundo. “A veces me han preguntado, ¿usted ha diseñado esta carátula? No, he diseñado todo el libro”. “¿Pero qué hay que diseñar? Eso lo hace la imprenta”.

La diagramación sin embargo, en casos escogidos, ofrece la posibilidad de poner en juego todas nuestras capacidades y recursos. Cuando ello ocurre nos encontramos ante productos de edición realmente ejemplares.



Figura 513: Stockli. Detalle, interior de la revista UNICEF N° 26, 1962, p. 12.



Figura 514: Stockli. Interior de la revista UNICEF N° 26, 1962, p. 12. La idea de proyecto como cosa moderna está simbolizada por la superposición de transparencias tipográficas. El concepto de lo urbano como creación humana por el tiralíneas, pariente del compás, instrumento profesional por excelencia del constructor.



Figura 515: Stockli. Interior de la revista UNICEF N° 31, 1962. Páginas centrales compuestas según una concepción estructural de rejilla subyacente, con líneas rectoras y superposición de bloques de color.

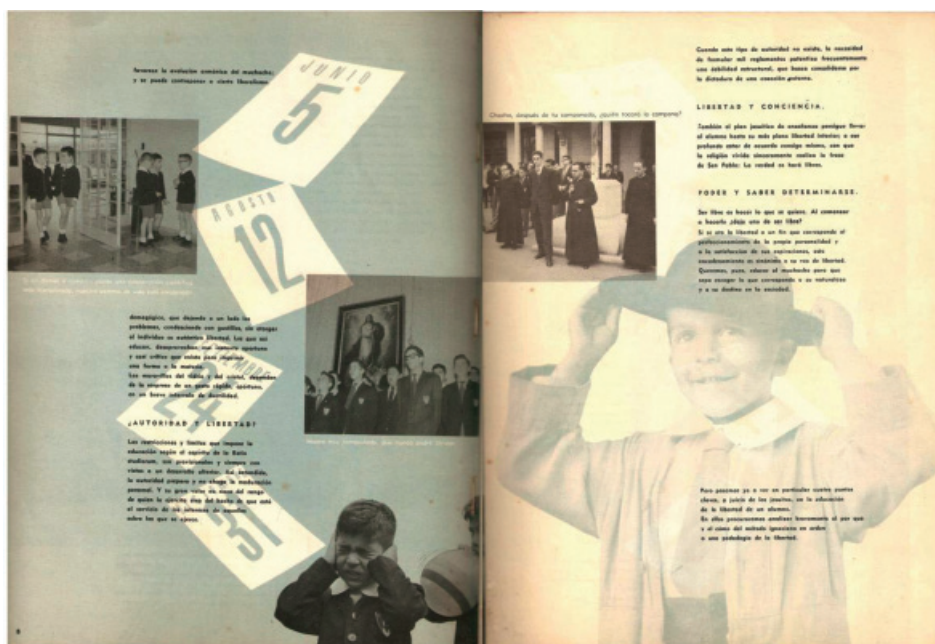


Figura 516: Stockli. Interior de la revista anual del colegio Inmaculada, 1957, pp. 8 y 9. Ambas páginas están trabajadas como una unidad visual, con juego de planos lejanos y cercanos.

Figura 517:
B & B. y Cía. en *Fanal*
Nº 70, pp. 27 y 28.
La diagramación ha sido
concebida con ilustraciones
ceñidas al tema social.



Figura 518: B & B. y Cía. en *Copé*,
Vol. 1, Nº 1, 1970, pp. 20 y 21.



Figura 519: Dieterich.
En *Copé* Nº 3, 1971, pp. 2 y 3.
Utiliza las irregularidades
ocasionadas por la alineación del
titular para producir una tensión
dentada de entrantes y salientes
sobre el espacio en blanco.



Petróleo en la Selva

lo descubrió Petroperú al perforar su primer pozo

La revista del CAPE... El viaje... lo descubrió Petroperú al perforar su primer pozo... El descubrimiento... el petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva...



El petróleo en la selva... el descubrimiento... el petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva... el descubrimiento... el petróleo en la selva...

Figura 520: Bracamonte. En Copé N° 6, pp. 2 y 3. El auge de las letras transferibles en variados tamaños posibilitó el juego compositivo forzando el espaciado natural de las letras de caja.

Figura 521: Bracamonte. En Copé N° 6, pp. 8 y 9. Doble página con ilustración fototipográfica a partir de artículos de periódicos.

El descubrimiento del petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva... el descubrimiento... el petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva...

El descubrimiento del petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva... el descubrimiento... el petróleo en la selva... el primer pozo... el petróleo en la selva...

Figura 522: Bracamonte. En Copé N° 7, pp. 14 y 15. Efecto impactante por contraste entre bloques de texto y grandes titulares.

ROSTRO

DEL PERU

JORGE GUILLERMO LLOSA
 Guatemalteco y peruano...
 nacido en 1925 en Lima...
 estudió en la Universidad de San Marcos...
 es autor de varias obras de ficción y ensayo...

Figura 523: Bracamonte. En *Copé* N° 7, pp. 18 y 19. Ejemplo del uso del espacio vacío, manejo posible solo en publicaciones donde el presupuesto no es motivo de consulta.

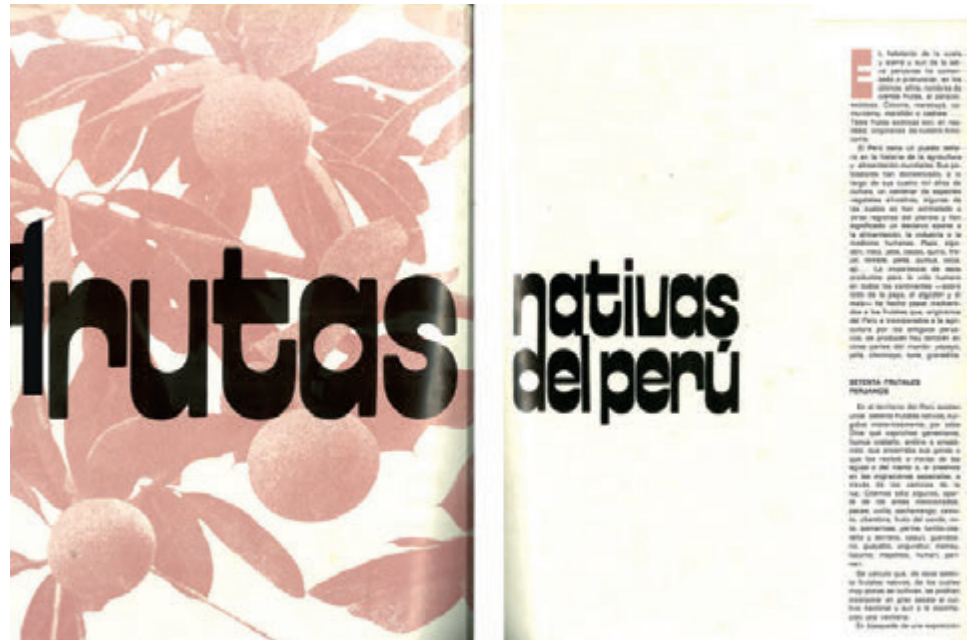


Figura 524: Bracamonte. En *Copé* N° 9, pp. 2 y 3. De igual manera, esta composición tipográfica es posible en una publicación donde el lector puede tomar su tiempo para decodificar puntualmente y desentrañar los enlaces, intersecciones y amarres de caracteres.



Figura 525: Bracamonte. En *Copé* N° 10, pp. 18 y 19. Es evidente que la elección de titulares con ornamento corresponde al carácter "artesanal" de la figura.





Figura 526: Bracamonte. En *Copé* N° 12, p. 27. Letras modernas para un tema científico.



Figura 527: Bracamonte. En *Copé* N° 6, p. 21. Un titular irregular para el tema de decoración cerámica



Figura 528: Bracamonte. En *Cultura y Pueblo* N° 1, pp. 10 y 11.



En 1964 la Casa de la Cultura, bajo la dirección de José María Arguedas, inauguró esta publicación que propone puntualmente la confluencia de ambos conceptos: cultura y pueblo.



Figura 529: Bracamonte. En *Cultura y Pueblo* N° 1, p. 13.



Figura 530: Bracamonte. En *Cultura y Pueblo* N° 3, p. 25.

En ambas figuras hay uso del espacio, manejo del color, aprovechamiento de retículas y motivos autóctonos.

Utiliza impactantes elementos gráficos y tipográficos en diálogo con el espacio blanco.



Figura 531: Bracamonte. *En Cultura y Pueblo* N° 4, p. 15.



Figura 532: Bracamonte. *En Cultura y Pueblo* N° 5, p. 26.



Figura 534: Dieterich. *En Huella*. Estando dadas las mejores condiciones materiales, formales y temáticas, la diagramación puede ser la ocasión por excelencia para producir obra impactante, llamativa, legible y, de ser posible, bella.



Figura 533: Ruiz Durand. *En Textual* N° 2, pp. 16 y 17. Líneas finas, casi rendijas luminosas contrastan con franjas negras redundantes y amarradas en el titular, en efecto que corresponde a la intensidad de la fotografía.



Mucho se ha escrito y teorizado sobre las leyes de la lectura, el recorrido de los ojos y los caminos posibles al desplazar la mirada sobre un plano. Tener esto en cuenta puede ser aplicable a la práctica de la composición gráfica.

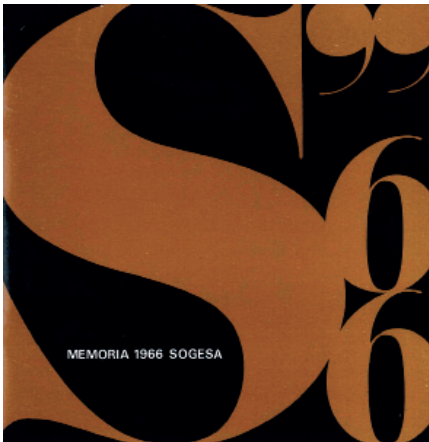


Figura 535: Dieterich en memoria para SOGESA.



Figura 536: Dieterich. En *Huella*.

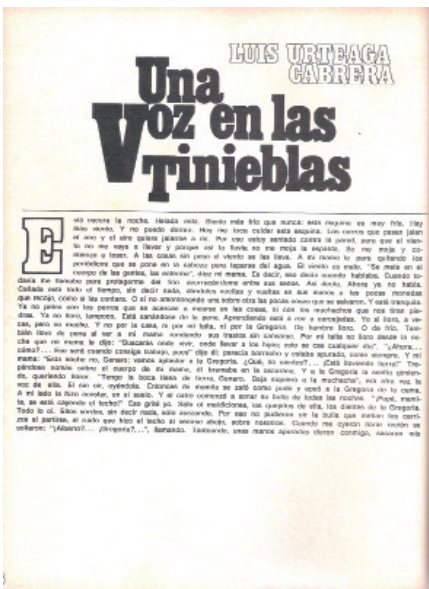


Figura 537: Ruiz Durand. En *Textual* N° 1, p. 26. La amplia columna a todo lo ancho es compensada por las tensiones espaciales de letras salientes, entrantes y outlines sobre el espacio blanco.



Figura 538: Palacios. En portada del suplemento dominical *Suceso*. El tratamiento de intenso cromatismo se dirige sin duda a adecuarse al comportamiento absorbente del papel periódico. Así también los elementos de áreas planas medianas y grandes sortean todo riesgo de desajuste en las máquinas de alta velocidad.



Figura 539: Santa Cruz. En *Íntima* N° 2, 1964, pp. 12 y 13. Doble página que evoca la dinámica de los acercamientos televisivos.



Figura 540: Santa Cruz.
En *Íntima* N° 2, 1964, pp. 26 y 27.
Doble página en revista de modas,
que busca la atmósfera del otoño.



Figura 541: Santa Cruz.
En *Íntima* N° 3, 1964, pp. 12 y 13.



Figura 542: Santa Cruz. Programa
de mano, *Hamlet*, página central,
INC, Teatro Nacional Popular, 1973.

La superposición de texto sobre imagen, recurso preferido por los estudiantes en sus primeros intentos, y más aún con color, es en verdad el filo de una navaja. Debe trabajarse con mucho cuidado y dar el visto bueno a la prueba de imprenta solo si es legible.

Singularidades

Aquí comentaremos someramente las piezas que presentan alguna característica específica, sea formal, procedimental o de algún otro tipo. El enfoque es similar al de “Coincidencias”, destacar la originalidad en las respuestas, la vistosidad y pulcritud en los acabados, el despliegue virtuoso de recursos, la inclusión de materiales novedosos y todo cuanto nos permita puntualizar que el diseño no se asocia a la mera venta genuflexa de productos, y que su ámbito más bien es cercano a lo que conocemos como prioridad estética y libertad creativa. Incluimos también las soluciones donde la interacción verbo-icónica pone a prueba y desarrolla nuestra sutileza en el manejo de la confluencia no-interferida de los dos lenguajes¹⁸: la palabra y la imagen; lo que no debemos confundir con los ejercicios de estudiante donde el ingenio y los elementos sorpresa son lo gratificante.

Podremos, de paso, valorar ahora cuán gravitante puede ser la idea de servicio como actitud previa a la asunción del gesto creativo; así como la trascendencia de la elección de técnicas alternativas tales como la utilización artesanal de grabados para confeccionar artes finales, el uso de *collages* y aplicaciones, y de todo tipo de recursos que enriquecen el abanico de lo que llamamos las técnicas en la mesa de dibujo; inclusive los “artificios” que los colegas imprenteros posibilitan al permitirnos pasar a “la cocina” y donde uno experimenta como en su casa, la elección de modificar el case o descase entre las planchas o esfumar el color en el tintero en el momento mismo del tiraje.

En algunas obras contamos además con informaciones adicionales—ya sean apreciativas o anecdóticas—proporcionadas por los propios autores. Hemos incluido esas notas por considerarlas complementarias ya que enriquecen con cierto matiz de colorida e íntima aclaración la lectura necesariamente formal y en lo posible distanciada de nuestro estudio.

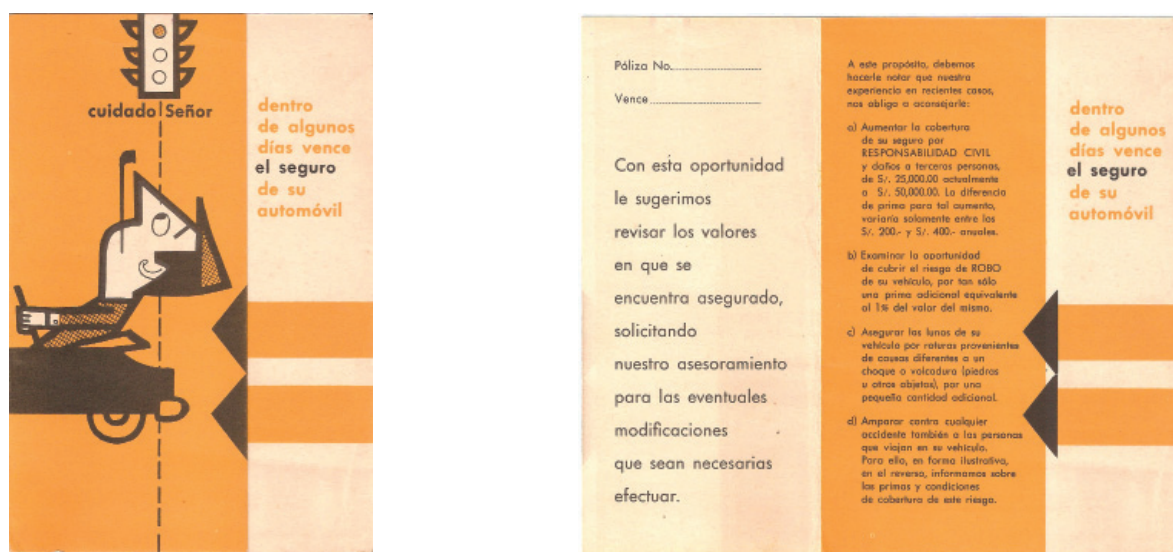


Figura 543: Stockli. Folleto para El Sol, Compañía de Seguros Generales, carátula e interior desplegado, 16 x 18 cm

Stockli dedicaba atención y cuidado hasta al más pequeño objeto visual. En algunas piezas utilizaba recursos conectores para asegurar el seguimiento de la ilación textual. En este pequeño folleto cargado de texto, por ejemplo, nuestra atención es captada por el enunciado llamativo y la explicación fundamentada, de modo que completemos la lectura en dos etapas.

¹⁸ “La combinación de imagen y escritura es lo que más esencialmente define el mundo particular en el que opera el diseñador gráfico. La difícil misión de unir dos sistemas de tan diferente tipo es lo que distingue su profesión y le indica a la vez los caminos de su formación. Esta dualidad es de un tipo poco habitual, y su complejidad solo se muestra en un examen atento de ambos sistemas” (Hofmann, 1965: 19).



Figura 544: Stockli. Folleto para Casa Oechsle, carátula y desplegado, 17 x 26,7 cm.



Este otro folleto, también pequeño, fue concebido con un dinamismo casi cinematográfico, comenzando por la preocupación de la pareja ante la pregunta inicial, pasando por un segundo momento en el que un entramado o lluvia de preguntas sueltas entrecruza diagonalmente las miradas y los pensamientos, hasta la solución que viene fundamentada con un texto organizado en la serena horizontalidad de una composición alineada a la izquierda, que se abre irregularmente conduciendo la mirada hacia la última escena donde la pareja sonriente es acompañada por una respuesta y el logotipo de la empresa en la última mirada... todo el mensaje del pequeñísimo folleto volante se ha cumplido en tres etapas.

Al abrirse, esta tarjeta incógnita despliega su interior, con lo que la secuencia entre título-logotipo a tamaño grande, texto informativo y fecha en estilo subtítulo o viñeta, se leerá como: “El Sol, Compañía de Seguros Generales, asegura a Ud. una Feliz Pascua y un Próspero Año 1964”.

Figura 545: Stockli. Detalle de tarjeta.

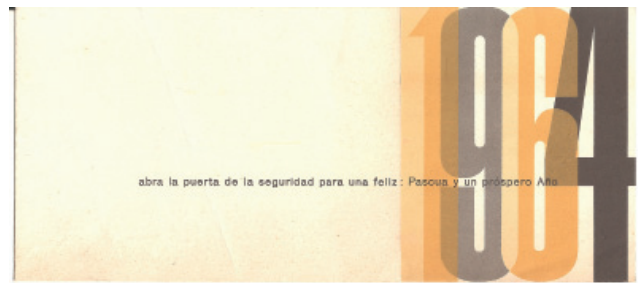


Figura 546: Stockli. Tarjeta de Navidad y Año Nuevo, Seguros El Sol, a dos tintas; 36,5 cm desplegada.

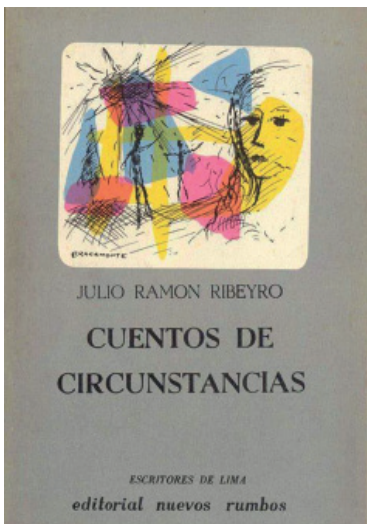


Figura 547: De León. Aviso para academia. Impacto visual en un aviso de periódico a formato pequeño.

Figura 548: Bracamonte. Dos carátulas de libro. Estas dos portadas ilustran la diferencia entre el diseño (es decir, lo creativo) y la composición (entendiéndose por esta la solución correctamente formal).



Figura 549: Santa Cruz.
Dos carátulas para discos de larga duración.

Lo que hoy es posible hacer en segundos requería entonces de mucha preparación, moldes, plantillas, bocetos a la medida y cálculos precisos para que el fotomecánico pudiera recortar las fotos o insertarlas dentro de una forma a la manera que uno le pidiera. Cada detalle de esas era cosa no prevista, que sacaba a los técnicos de su rutina diaria, “caprichos de artista”, y que por otra parte compartían con una sonrisa cómplice de hazaña cumplida cuando llegaba el momento de dar visto bueno a la primera pasada de impresión, porque ponía a prueba su versatilidad, conocimientos y capacidad de recursos técnicos.

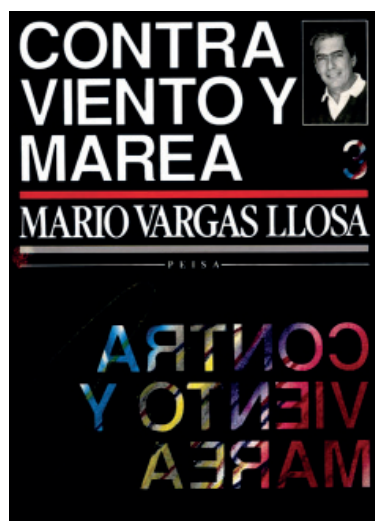


Figura 550: González. Dos carátulas.

Carátula de libro *Reo de nocturnidad* de Alfredo Bryce Echenique: la textura ágil de un cielo con nube móvil, que compete en ser leído e identificado como parte de un rostro femenino que al estar mirando de derecha a izquierda no nos permite mantener mucho rato la mirada, sugieren en conjunto el correlato del carácter enunciado en el título “nocturnidad”. Otro cielo estático y sombrío, de media luna roja está contenido en una ventana con barrotes ubicada adentro o encima (¿cuál es la forma?, ¿cuál la contraforma?) del rostro; conformando un ambiente emocional que apoya y refuerza el enunciado “reo” del titular.

Carátula de libro *Contra viento y marea* de Mario Vargas Llosa: letras normales a las que les basta ubicarse en la parte superior para leerse bien y de corrido, haciendo notar por tanto que su complemento—ubicado en la parte inferior, escrito al espejo y con el agregado de un coloreado difuso—, convertido en objeto visual, se resiste a ser leído; y cuando se llega a leer expresa precisamente la idea de “contra”.

En ambas carátulas el elemento gráfico procura ser una caja de resonancia, un eco que refuerza icónicamente el concepto verbalizado por el titular. Aquí, como en otros trabajos, la marca de González es casi siempre un mensaje por develar, un acertijo, cuya exégesis¹⁹ solicita una segunda mirada.



Figura 551: Santa Cruz.
Arte final de libro *La partida inconclusa*. Su confección se realizó con recortes de papel Couché blanco sobre cartulina negra.



Figura 552:
Santa Cruz. Carátula de libro *La partida inconclusa*, 1976.

El título se escribió de corrido, cortando las palabras sin reparos, en virtud de una hipotética polisemia (partida = certamen; partida = que está segmentada). El espacio entre palabras fue llenado con el logotipo del Instituto Nacional de Cultura (INC), con lo cual la lectura efectiva resulta: La Par-tida INC-Incon-clusa. La disposición tipo mosaico fue escogida para enfatizar el efecto de “cosa en partes, sin terminar o en construcción”.

19 “La investigación iconológica no habría alcanzado el prestigio de que goza actualmente sin el convencimiento ampliamente difundido de que en las obras importantes, detrás de la fachada de la percepción sensible, se oculta un sentido profundo deliberadamente encubierto” (Pächt, 1986: 57).

Tiempo después tendría la oportunidad de concebir un mosaico y seguir su desarrollo hasta verlo materializado, esta vez sobre un muro real. Fue en la década siguiente, con ocasión de la visita del papa Juan Pablo II en 1985 y por encargo oficial del movimiento Pro-Lima.

El objetivo del arquitecto César Díaz González, creador del proyecto, fue planteado con claridad: hacer un gran mural como saludo de los diversos pueblos del Perú al paso del papa y su comitiva. El lugar, una larga pared en la avenida Salaverry, comenzando en la primera cuadra, intersección con la avenida 28 de Julio; que por cierto, según se coordinó, estaría en el circuito previsto para el recorrido del “papamóvil”. Los materiales serían conseguidos por donación y se calculaba que varias empresas brindarían apoyo. Dado que se trataba de un mural exterior que estaría en plena calle y expuesto a la intemperie, al deterioro y al maltrato de los transeúntes, se pensó en utilizar, no pintura, que es perecible, sino mayólica, que es un material duradero, casi podría decirse eterno y del que las fábricas sin duda tenían buena cantidad, tanto en muestras como en piezas falladas y desechos, lo cual además brindaría un acabado de lujo. El resultado sería un mosaico de varias cuadras de extensión y los temas y motivos visuales se adaptarían a los colores disponibles. Las losetas se trozarían en pedazos pequeños y la mano de obra sería provista por el público visitante que colocaría las pequeñas teselas directamente en la pared con un pegamento especial. Cada persona que pudiera dedicar un día de trabajo estaba invitada a colaborar. El propio arquitecto Díaz, en su calidad de decano de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón (UNIFÉ), coordinó la participación motivada y constante de sus estudiantes, quienes colaboraron desde el inicio hasta la culminación. El ambiente resultó casi festivo por varias semanas, durante las cuales los medios registran que hubo unos cinco mil colaboradores visitantes.

También fue sencillo, o lógico, el planteamiento para la elección de temas: bastó con dividir la extensión

total de unos 500 metros en varios paños, asignándose uno para cada departamento del Perú. Para ello se recurrió a los clubes departamentales, quienes tomaron la responsabilidad de encargar su diseño a un destacado artista de la localidad, entendiéndose que para un lugareño no solo es un placer sino un honor donar su obra para la ocasión. En mayor o menor medida las provincias solucionaron la situación. Con gestiones iniciadas a principios de 1984, las obras físicas comenzaron en septiembre. Cuando empezaron a verse las figuras sobre el muro el resultado fue espectacular ya que en casos como Ayacucho se contaba con el planteamiento experimentado y magistral de un retablo por Sabino Springett; otro tanto ocurrió con Junín, que tenía a David Huaytalla ilustrando con conocimiento vivencial la feria de Huancayo, bailes típicos y trabajos comunales; la alegoría de Arequipa incluía a Melgar y al Misti; en Áncash la *palla* de Corongo; en Cuzco Machu Picchu.

En diciembre el movimiento era febril, contagiante y resultó simplemente natural que cada departamento pugnara para que su parte de mural fuera la más lograda, tanto que el propio iniciador y responsable de Pro-Lima destacó a través de los medios que no se trataba de un concurso, sino de una ocasión para demostrar que los peruanos podíamos realizar una obra colectiva. Fue entonces cuando por su propio peso cayó que la solución, brillante para la generalidad de casos, tenía un problema... Lima no contaba con un club departamental que pudiera donar el diseño, el año se terminaba, ese paño de pared continuaba vacío y la obra debía culminarse el 20 de enero. Quedaba aproximadamente un mes. Finalmente, la responsabilidad sobre la sección de mural para Lima recayó en el diseñador del INC, que era yo.

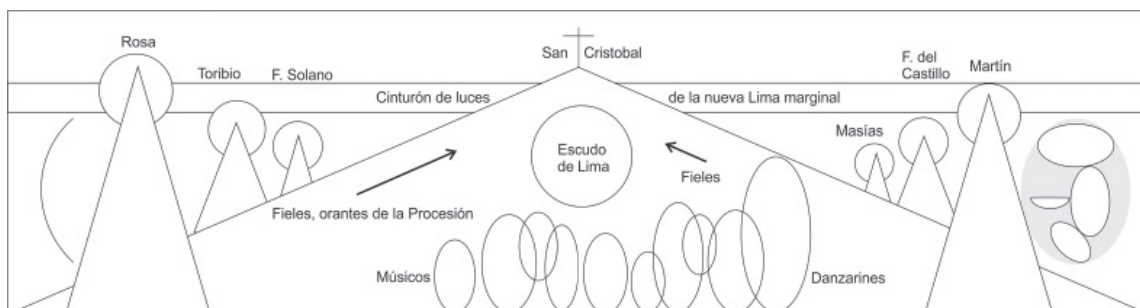


Figura 553: Santa Cruz. Esquema del mural de Lima.

Escogí graficar lo más identificatorio de Lima en otros tiempos y a la vez en varios estamentos que de alguna manera reflejaran algo de la realidad actual.



Figura 554: Santa Cruz. Sección para Lima en el mural de la avenida Salaverry para el papa Juan Pablo II.

Las figuras de los santos peruanos—Santa Rosa de Lima, Santo Toribio de Mogrovejo, San Francisco Solano, San Juan Macías, el “Apóstol de Lima” Francisco del Castillo y San Martín de Porres—aparecen reunidas por primera vez, y numerosos fieles, orando y portando velas en una procesión multitudinaria, representan la religiosidad que dio carácter a Lima desde la Colonia. Las filas de orantes llenan el espacio abarcando la masa del cerro San Cristóbal cuyo remate, una cruz en la forma del anda del Señor de los Milagros, brilla llenando el cielo con rayos morados. El cerro se perfila sobre un fondo tachonado por las luces de los pueblos que circundan la Lima contemporánea de cono a cono. Al centro destaca el escudo de la ciudad y en la zona inferior un grupo de músicos da inicio a una jarana limeña que otro grupo baila. Para los usos de prensa esta sección, el mural de Lima, fue dada a conocer como “Lima beata y jaranera”.



Figura 555. Santa Cruz. Detalle, Santa Rosa de Lima.



Figura 556: Santa Cruz. Detalle, San Martín de Porres.

Cuando fui a reconocer el muro lo primero que vi fue que algunos ya estaban terminando, mientras yo recién llegaba a mirar qué podría hacer en los pocos días que quedaban. La pared con algunas irregularidades que había que ignorar y cubierta de mezcla sin enlucir se me hacía poco amigable. Imposible proyectar ampliando el diseño, tuve que trazar directamente; por lo demás no imaginaba mis próximas semanas cubriendo esa superficie de tres metros por diez con losetitas de dos centímetros. Pero el arquitecto había dicho que la ayuda llegaría y, en efecto, cuando hube

terminado el trazo sobre el muro empezaron a llegar voluntarios. De ahí en adelante mi labor fue, por ejemplo, indicar a un joven cómo adecuar el interior de una figura; a la segunda o tercera ya le estaba saliendo excelente. Pero al día siguiente venía otro, de modo que yo también aprendí acerca de algunas relatividades. El mural estuvo a tiempo, y unos días después comencé mis primeras clases en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Poco a poco la mesa de dibujo, las plumas y los pinceles tuvieron cada vez menos actividad.

Dos diseños de Dieterich a varias décadas de distancia:



Figura 557: Dieterich. Afiche, 1971.

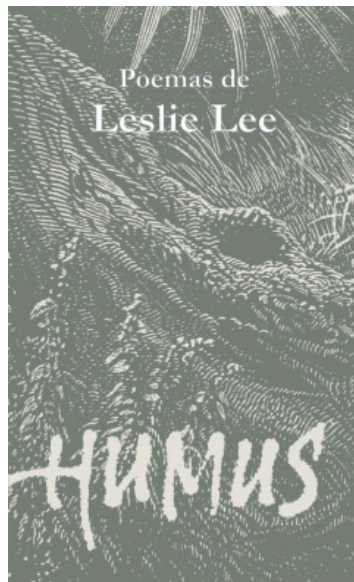


Figura 558: Dieterich. Carátula de libro, 2015.



Figura 559: Tovar. Logotipo y afiche.

A caballo entre dos épocas, el logotipo de Tovar recoge el Sans Serif y la inclinación, que eran la predilección suiza en los sesenta. Los trazos informales al fondo son típicos de la actual computadora. El diseño fue usado como afiche de una exposición individual en el Centro Cultural de la PUCP en 1999.

Figura 560: Dieterich. Tres ilustraciones para un menú.

En entrevista el autor acotó la siguiente anécdota:

Este es el menú que hice para Los Condes de San Isidro, cuando lo tenía Johnny Schuler. Todo es con un pincel fino y retocado con *gouache*, de manera que se parezca a un grabado antiguo. Fuentes con aves, cosas marinas, langostas, etc. La historia de la hacienda está en tres idiomas, y cada vez escrita en un estilo diferente de caligrafía.

Casualmente este menú lo mandé a una exposición internacional de caligrafía para la International Type Company (ITC) en Estados Unidos, no entraba cualquier persona. Cuando recibí los papeles donde me aceptaban vi que el presidente del jurado era Herman Zapf; entonces, ya, me dio la idea... ¿Por qué no le escribo? Y le mandé una carta, como uno manda una botella al agua: "Sr. Zapf, he presentado un trabajo para esta exposición, he sido recibido y me doy cuenta de que usted es presidente del jurado y como sé que enseña en alguna parte quisiera saber dónde enseña usted y cuáles son las condiciones"



Y después recibí una carta: "Estimada Sra. (*sic*) Dieterich, su nombre no me suena muy andino (...) en efecto yo enseñé en el Rochester Institute of Technology todos los veranos de tal a tal mes, doy clases para 18 alumnos profesionales, previa presentación de portafolio, pero usted no tiene que mandar su portafolio, yo ya conozco su trabajo". ¡...! Yo tenía esa carta acá y la sacaba a cada instante y se la enseñaba a cada amigo: "Mira lo que dice Herman Zapf". Bueno, fui por cuatro años seguidos a sus clases de verano, después me hice su amigo y hasta ahora nos mandamos cartas de vez en cuando²⁰.



Figura 561: Palacios. Dos tratamientos: uno con colores planos y otro con esfumados.

En el afiche para un encuentro de facultades de comunicación, atracción de la mirada y direccionalidad, desde el centro de las letras C (de comunicación) a partir de los colores planos.

En el afiche para la Asociación Peruana de Semiótica, circulación del recorrido visual, desde afuera y hacia dentro de las letras a y S (de semiótica), a partir de las iluminaciones y sombreados.



Figura 563: De León. Ilustración para aviso de campaña. La utilización de un buen dibujo siempre ha sido un recurso útil para resolver de manera convincente la imagen de algo que no se fotografió o que de momento no es posible hacerlo.

Figura 562: De León. Logo y papelería para su estudio de diseño y producción gráfica. Anunciado con letras elegantes y de fino grosor, pero muy legibles.



Figura 564: Dieterich. Logotipo El Sargento Pimienta. Claude: "El Sargento Pimienta era un bar en Miraflores, que ahora está en Barranco. Bueno, era mi época psicodélica, los años setenta, la época de los Beatles".



Figura 565: Santa Cruz. Titular en alfabeto Inca.



Creo que cada uno de los que hacíamos diseño en los setenta trataba de estar no solo en un nivel comparativo internacional, sino competitivo a nivel nacional, lo que incluye originalidad y anticipación.

En mi caso, los años que trabajé en el INC fueron propicios para experimentar algunas cosas. En la década de los setenta el ambiente estaba saturado de tipografía extranjera novedosa y como diseñador de la editorial quise probar algo diferente. Por doquier se hablaba de la alienación extranjerizante, de la necesidad de una concientización y se requería de propuestas con apertura de algún sentido hacia dentro, sobre todo en el INC, donde el tema era una política cultural que mirara hacia lo nacional.

Para la aparición de la revista *Runa*, que se proyectaba de gran difusión popular, a diferencia de la más de una vez tildada de elitista revista *Textual*, propuse la inmediata contratación de un ilustrador a quien conocí durante el año que trabajé en el Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo de la Educación (INIDE), Alfonso Respaldiza. Su ilustración seguía muy de cerca las figuraciones ya canónicas de las artes populares: mates burilados, tablas de Sarhua y retablos.

Pero para las soluciones tipográficas decidí algo experimental. Tras una exploración basada en la geometrización, diseñé un alfabeto con líneas rectas y sugerencias textil-precolombinas que llamé Inca, y otro Chavín con curvas, referidos ambos a módulos de anchura; los usé sobre todo en titulares.



Figura 566: Santa Cruz. Página doble.



Figura 567: Santa Cruz. Titular y páginas interiores.



Figura 568: Santa Cruz. Titular en alfabeto Chavín.

Figura 569: Santa Cruz. Carátula de *Runa* 7-8. El fondo a color proviene de una cenefa ilustrada por Respaldiza.



Figura 570: Dieterich. Cultural Debris.

Más allá de lo denotativo. En ambos trabajos la inferencia posibilita su comprensión.

Claude: Arthur Sinclair tenía esa compañía en San Francisco: Cultural Debris. Puedes definirlo como lo que queda cuando todo está destruido, rastros de cultura, “algo que no tenga respeto para la cultura”. Entonces yo me dije: “¿Y qué cosa es la cultura para mí? ¿Y qué puede ser lo que no tenga respeto para la cultura?”.

Yo soy del sur de Francia, donde hay ruinas romanas por todas partes. Soy mediterráneo, la cultura para mí es una columna romana, el símbolo para mí es una columna romana; entonces, ¿qué se puede hacer sin respeto sobre una columna romana?

Lo que yo no puedo hacer es mearme sobre la columna romana. Pero si un perro lo hace, que lo haga. Y de hecho, la idea del perro se vincula con la columna romana, se parece a la típica loba.

¡Ah, la loba, además se ríe...!



Figura 571: Santa Cruz. Ilustración para la obra *Los conquistadores* de Hernando Cortés, en la revista *Runa* N° 1, INC, 1977.

- Pluma cuadrada y tinta china.
- Líneas de un mismo grosor.
- Acorde a la crudeza de la obra teatral, la presencia del conquistador resuena unívoca y nos resulta evidente, pero la del conquistado aparece solo cuando “vemos”²¹ más allá de la contraforma.

21 “La poética de la obra ‘abierta’ tiende, como dice Pousseur, a promover en el intérprete ‘actos de libertad consciente’ (...) pero podría objetarse (remitiéndonos al significado más amplio del término ‘apertura’...) que cualquier obra de arte, aunque no se entregue materialmente incompleta, exige una respuesta libre e inventiva, si no por otra razón, sí por la de que no puede ser realmente comprendida si el intérprete no la reinventa en un acto de congenialidad con el autor mismo. Pero esta observación constituye un reconocimiento de que la estética contemporánea ha actuado solo después de haber adquirido una madura conciencia crítica de lo que es la relación interpretativa, y sin duda un artista de unos siglos atrás estaba muy lejos de ser críticamente consciente de esta realidad. Ahora, en cambio, tal conciencia está presente sobre todo en el artista, el cual, en vez de sufrir la ‘apertura’ como dato de hecho inevitable, la elige como programa productivo e incluso ofrece su obra para promover la máxima apertura posible” (Eco, 1992: 34).



Figura 572: Santa Cruz. Afiche 27 Concurso Nacional de Marinera.

Ocurrió que el boceto del afiche original (Banco de Crédito del Perú, 1987), que privilegiaba la típica mano con el pañuelo representando de manera general a la marinera –indistintamente de que sea limeña, norteña u otra–, fue pensado para ser impactante visto desde lejos. Además incluía unas viñetitas complementarias. Al pasar al arte final, le tomé el gusto al acabado caligráfico de las figuritas y resultaron ganando en ornamento y elegancia lo que no en fuerza o impacto.

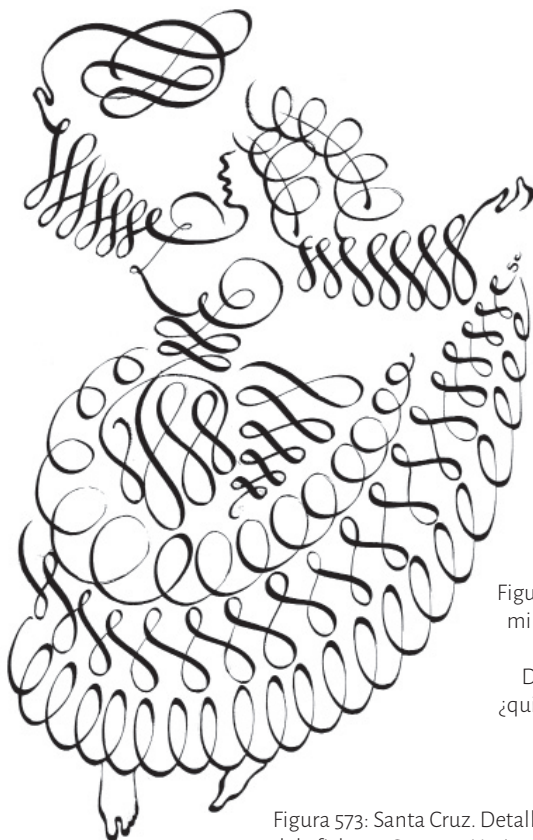


Figura 573: Santa Cruz. Detalle del afiche 27 Concurso Nacional de Marinera.

Figura 576: Santa Cruz. Titular *Escritura y Pensamiento*. Para carátula de la Revista de la Facultad de Letras y CCHH de la UNMSM.



Figura 574: Dieterich. Titular *Argentina*. Claude: "Las letras de 'Argentina' están un poco bailando. Bailan tango".



Figura 575: Dieterich. Tarjeta de trabajo. Claude: "Esa era mi tarjeta cuando llegué a Miami. Hay que saber cómo comunicar a la gente. En Lima mi tarjeta era Claude Dieterich y debajo diseño o caligrafía. Pero en Miami, ¿quién me conocía? Entonces puse Caligrafía en grande.



El carácter en las letras y el tratamiento de la palabra-imagen:



Figura 577: González. Logo de Indecopi. La representación del texto manuscrito como producido por el ser humano, la imagen misma de las manos reunidas refiere que Indecopi es un organismo especializado en la protección de la propiedad intelectual.

Intención denotativa en la letra:



Figura 580: Guimoye. Logo Alartex. Industria textil para exportación, 1975. Concepto: aplicar la *a* minúscula entrelazada en repeticiones para connotar la actividad textil.



Figura 578: Dieterich. Sello para escultura. El carácter buscado es que las letras denoten algo así como la huella poderosa de la factura a cincel. Claude: "Carmen López Torres es una señora peruana en Miami que es escultora, entonces quería hacerlo en tridimensión para ponerlo en el barro (...) después se moldea el barro en metal y entonces queda así".

Claude: Una vez, regresando de Francia bajé en Ecuador, estuve una semana y visité un pueblito que se llama Mitad del Mundo. En la Plaza de Armas hay una losa con la línea ecuatorial y hay un obelisco, y por supuesto me tomé una foto con un pie en cada lado, como lo hacen todos los turistas (...) Tiempo después, en Miami viene un señor con un folleto de color que tenía en trabajo y me pide una caligrafía con el título "Ecuador". Cuando vio mi boceto me dijo: "Ay señor, usted dio en el clavo". Le dije: "Bueno, yo estuve en la mitad del mundo y me acuerdo de la línea y me acuerdo del obelisco". "Ah, con razón, con razón", contestó.



Figura 579: Guzmán. Logo de Universitat. La gran cruz centrada dentro de un escudo, además de evocar antiguos estandartes religiosos, atrae la mirada a reconocer por sustitución y retención que existe una *U*, precisamente allí donde está ausente y solo queda en sólido su parte interna.



Carácter y connotación en la letra:

Figura 581: Dieterich. Titular *Ecuador*.

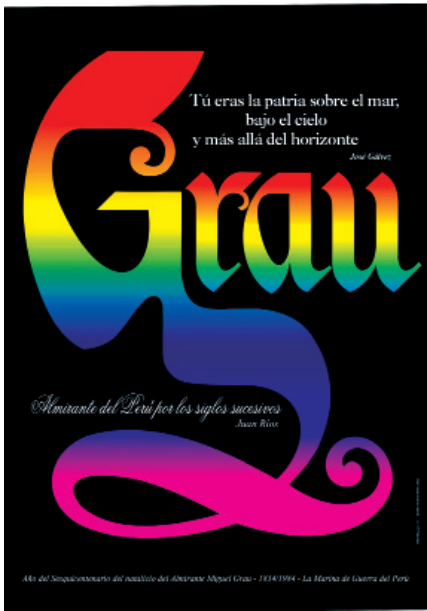


Figura 582: Santa Cruz. Afiche *Grau*.

El 8 de octubre de 1984, en conmemoración del sesquicentenario del natalicio del almirante Miguel Grau, la Marina de Guerra del Perú emitió este afiche que se pegó por calles y paredes de Lima y El Callao. Solo es el nombre Grau, pero sus colores pretenden sugerir el mar y el sol.



Figura 585: Ruiz Durand. Afiche para obra de teatro *Garcilaso, el Inca*.

Sobre el fondo blanco destacan por contraste máximo las agudezas dentadas como garras metálicas que en inquietante hibridación con los ocres rojizos integran una figura imposible, hecha de dos realezas, andina e hispana, oro y acero, con dos rostros que no se miran, unidos –o separados– por una espada.

El tema teatral ha sido trabajado de manera ilustrativa, delegando la función conativa a las imágenes superpuestas, a tal extremo que aparte del titular –que además va dibujado en letras de época–, el rol informativo se cumple en una tipografía de cuerpo proporcionalmente muy pequeño



Figura 583: Guimoye. Símbolo Unión Internacional de Tiro (UIT). Campeonato Mundial de Tiro, 1997.

Concepto: crear un símbolo para ser usado en material de promoción institucional, diplomas y medallas de eventos deportivos. El símbolo para UIT también combina gradación, radiación.

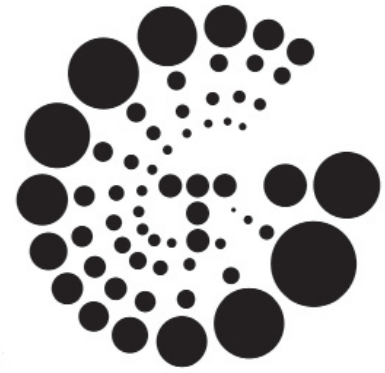


Figura 584: Santa Cruz. Logotipo Galaxy Tours (ca. 1978).

La referencia al concepto de espacialidad ha utilizado el procedimiento de radiación combinado con el de gradación.



Figura 586: Santa Cruz. Ilustración y portada de libro para *Cuentos sociales de ciencia ficción*.

En 1976 Juan Rivera publicó *Cuentos sociales de ciencia ficción* (Editorial Horizonte). La carátula fue planteada como una composición radiante en estructura de repetición, sobre la base de un módulo diseñado originalmente en forma manual y que se repitió armando varias copias en papel fotográfico.

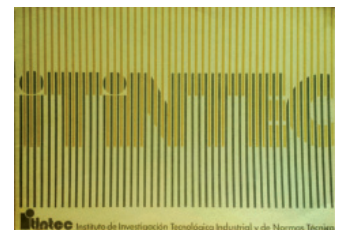
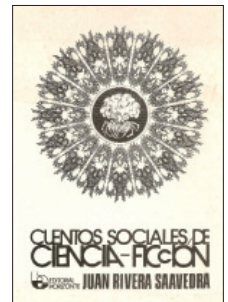


Figura 587: Guzmán. Carátula para folleto institucional ITINTEC.

El concepto de normatividad es sugerido subliminalmente mediante la aplicación de una trama vertical que se asemeja al código de barras.

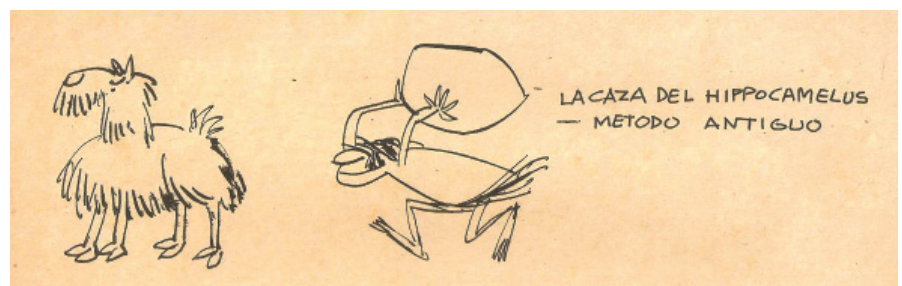


Figura 588: Santa Cruz. "Historia de los incas", página en el semanario *Gestos*, 1964. La serie alcanzó pocos números y el semanario también, con lo que el tema histórico-telúrico quedó así inacabado y esperando un desarrollo posterior hasta nuevo aviso.

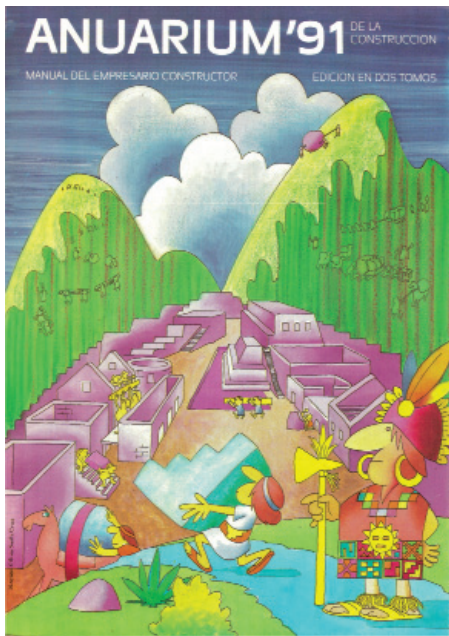


Figura 589: Santa Cruz. Carátula para el *Anuario de la Construcción*, CAPECO, 1991.



Figura 590: Bracamonte. Afiche para Festival de la Canción en Ancón, 1974 (Archivo A. B.).



Figura 591: Bracamonte. Afiche para Sinamos, 1972 (Archivo A. B.).



Figura 592: Guimoye. Swelling Noodles, logomarca de línea de producción de fideos y pastas. Para el mercado de USA, 1992. Concepto: diseñar un *lettering* con el nombre comercial en inglés, que denotara el significado de *swelling* = crecer, hinchar.



Figura 593: Guimoye. Zuko & Swelling Noodles, logotipo de empresa de productos alimenticios orientales (japoneses) para el mercado nacional y para la exportación, 1980. El concepto fue diseñado para que mostrase el sol naciente con una silueta en forma de pagoda hecha de fideos.



Figura 595: De León. Símbolo gráfico y papelería para una oficina de publicidad. El símbolo gráfico, en negro y plata, en forma de una letra S angulosa, algo así como un rayo, conduce sinuosa nuestra mirada, bajando de derecha a izquierda hasta el inicio del texto.

- Afiche tipográfico. Armado con Letraset.
- El fondo es blanco. Las letras son de colores planos. La composición utiliza como elementos en común las diagonales internas en las letras.
- Hace uso de recursos de retórica visual para convocarnos al festival. La reiteración con alternaciones y ecos, sumada al colorido sobre blanco, sugiere ambiente de fiesta, banderolas.

- Afiche tipográfico. Armado con Letraset.
- El fondo es negro. Las letras son de color, esfumado quizás en el tintero. La composición utiliza elementos en común para amarrar la palabra “sinamos” a la palabra “contacta”.
- Hace uso de recursos de retórica visual como la reiteración con interpenetraciones para aludir tal vez al proceso de integración. El cambio de colores parece destinado a lograr un efecto de profundidad.

Figura 594: Guzmán. Folleto Institucional del Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE), para la Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE), 1980.



Aquí la transición es parcial, dirigida al cambio de tamaño y tono, manteniéndose la figura exacta. El logo de IPAE crece adquiriendo progresivamente proporciones monumentales, en relación a los márgenes pequeños del folleto. La tipografía para el titular ha sido escogida en altas y dentro de una familia que guarda algunas semejanzas al menos en cuanto al cuerpo, o sea el golpe de vista, con el logo institucional, contribuyendo a la idea de algo que creció hasta los bordes.

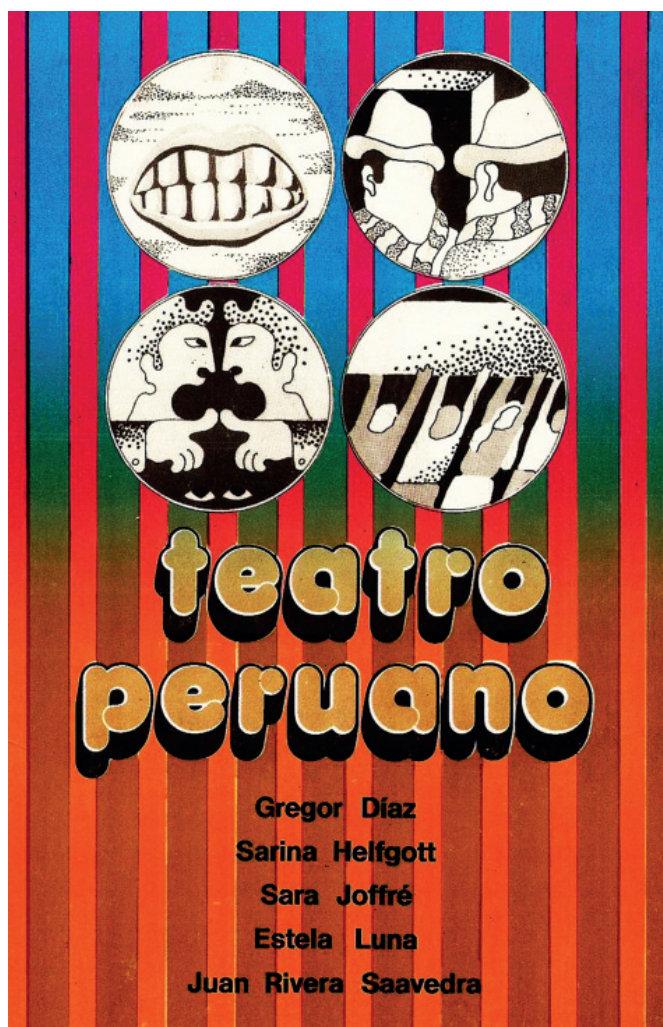


Figura 596: Santa Cruz. Carátula de libro *Teatro peruano*.

- Confeccionada en grises sobre cartón de maqueta y utilizando un tipo de témpera indeleble llamada Plaka, producida por la marca Pelikan. El uso del “esfumado en el tintero” resultó en más colores de lo que el costo supone. Se usó una impresora de formato chico.
- La composición presupone un enrejado de verticales y horizontales sobre el cual se ordenan los subtítulos y las escenas ilustradas.
- El fondo de franjas verticales sugiere la direccionalidad del telón teatral, lo mismo que las viñetas, tan circulares como las luces de un cenital o un seguidor. Los tonos “color tierra” en la zona inferior aluden al estereotipo de peruanidad, lo mismo que el ocre dorado del título y el rosa serrano de arriba que cae sobre un azul de amanecer, entendiéndose esta vez que este día que comienza se refiere a los contenidos y nuevas propuestas en el teatro nacional.

Comentario: Esta carátula trae consigo el recuerdo de una mujer que en su vida emprendió muchos proyectos al parecer quijotescos, y no solo los hizo funcionar sino incluso producir: Sara Joffr , directora y fundadora de Homero, Teatro de Grillos. Nuestro primer contacto fue un tanto traumático. Por el 65 yo empezaba a frecuentar algunos grupos de teatro para conocer más el género desde dentro, pensando en una mayor solvencia en posibles diseños. Ella me vio en un conversatorio y me propuso un papel en una obra; de hecho tuve tal p nico que durante la prueba no hice el menor esfuerzo. Debe haberse picado—ya que tenía una obra en mente y en nuestro medio un actor negro era la cosa más rara de encontrar— porque adoptó un tono maternal y empezó a aconsejarme:

—Mira, flaco, no solo se trata de lo recreativo, hay obras que son importantes por otra cosa, como el contenido social, uno debe interesarse, eso se aprende leyendo más; por ejemplo,  sabes quién es Mariátegui?—concluyó.

“ Oh no!—me dije—.  Esto no me puede estar pasando!”.

Y como para desviar la conversación, aparentando candor le contest :

— Ah, s ! José Carlos Mariátegui.  Es el papá de un amigo mío!

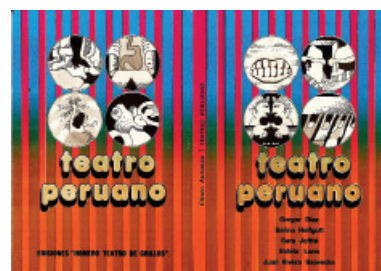
— No, no! No te estoy preguntando por tus amigos—dijo.

—Pero sí...—continu —. Bueno, amigo, amigo, no es. Es un señor mayor que yo, pero tenemos una muy buena relación, yo le hago dibujos.  l tiene una imprenta, la Editorial Minerva, se llama Sandro,  ves? S  es.

Ya no dijo más. Pero no actuó en la obra.

Cuando mi novia resultó ser “grilla”, volvimos a vernos. Con el tiempo llegamos a tener amistad, hice varias cosas para el grupo, como elementos escenográficos.

Hacia el 74, casi diez años más tarde, Sara me encargó la carátula de este libro y, cosa curiosa, a la hora de imprimir la llevamos a Minerva



En cuanto al sentido social s  tenía razón, pero era mi receta para protegerme del riesgo de impudicia que el romanticismo extremado puede conllevar. De joven nunca acostumbr  a caminar por las calles henchido de emociones reivindicatorias, pero había aprendido a hacer el esfuerzo de enterarme del asunto, llegado el caso, responder a la demanda “como si”, y vivir el compromiso intensamente. Adaptarse a cada ocasión y actuar entonces con la mayor sinceridad fue desde siempre mi manera personal de solucionar los encargos profesionales. Algo parecido a lo que recomienda Stanislavski, por decir. Me escandalizaba imaginarme arrastrado por alguna ideología.



Figura 597: Escalante. Afiche *Encuentro* para Cuatro tablas.

- Confección elaborada en base a fotografías trabajadas en alto contraste e intervenidas manualmente para lograr el montaje.
- Formas orgánicas. Se reconocen cuatro figuras humanas individuales, de diferentes tamaños y cada una de un color distinto. Se ha usado progresivamente el alto contraste hasta llegar a la figura silueteada. Los colores son planos y fuertes al ciento por ciento de concentración.
- La superposición de las figuras produce el efecto de progresión, en un momento parecen alejarse, en otro se acercan. Así también si alguna fuera entendida como un ser humano natural, como un actor, las otras querrían asumir interpretaciones simbólicas o míticas. Todo lo cual concuerda con la motivación inicial, el teatro.

Figura 598: Santa Cruz. Aviso para Oechsle.

Con un logotipo completamente diferente al de Casa Oechsle, sin duda para evitar confusiones, esta tienda, llamada Juguetes Oechsle, quedaba en Miraflores, y su rubro estaba más dirigido a artículos de hogar, niños y regalos. Su publicación de avisos era mesurada, por lo cual las veces que hube de atenderlos hice lo imposible por sacarle el mayor partido al espacio. En este aviso, decididamente *op*, lo que tenía en mente mientras bocetaba era que otros anuncios que lo rodearan deberían quedar distanciados, como si las franjas *op* interpusieran un muro de silencio para que se escuchara sola la voz del nuestro.

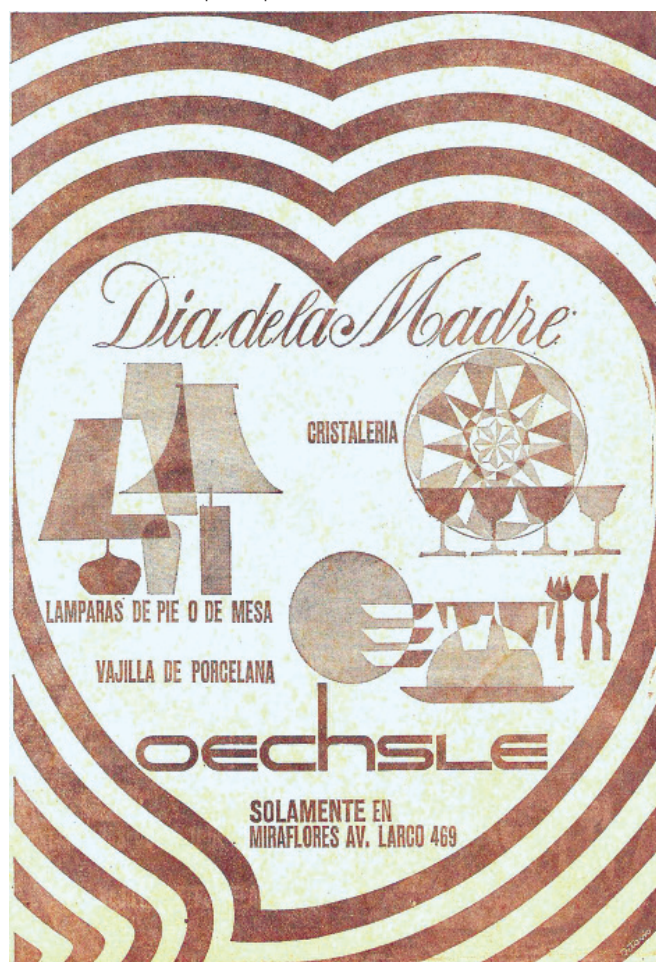
Figura 599: Guimoye. Logotipo La Petite Bouchée. Salón y bodega de bocaditos finos, 2015. Diseñado para marquesina de entrada, cartas menú, envases, papelería y merchandising.



Figura 601: Guimoye. Símbolo Industria del Mueble 2000, 1977.

Concepto: Mostrar una silla como mueble elemental, pero diseñado topológicamente (figura imposible), para connotar la paradoja entre la ergonomía del mueble y la imposibilidad de hacerlo físicamente (tridimensionalmente), para destacar la innovación de la empresa en sus diseños y producción de muebles, así como complementar su eslogan: "Realizamos lo imposible".

Figura 600: Santa Cruz. Logotipo para la Galería de Ivonne Briceño, 1973. La B mayúscula se hace discontinua para luego realizar un doble amante fundente con la i minúscula.



Bracamonte. Dos tratamientos diferentes, de la mesura elegante a la soltura extrema:



Figura 602: Bracamonte. Afiche de teatro para Asociación de Artistas Aficionados (AAA), 1974. (Archivo A. B.).



Figura 603: Bracamonte. Carátula de libro, 1970.

Aquí se ve cómo las singularidades de Bracamonte se expresan según el caso lo solicite. En el afiche para las tres A, el motivo de la espada se enmarca sobrio y elegante sobre grana y oro. En el poemario para De la Puente, el motivo colorido se genera de pronto como una hoja hecha de viento.



Figura 604: De León. Ilustración para aviso y afiche de campaña. Esta ilustración nos recuerda una experiencia común: la frescura y expresividad que lograron hacer convincente un boceto, a veces son difíciles de superar por un pulcro arte final. Y uno se pregunta: ¿por qué tengo que hacer un arte final si el boceto ya está bien?



Figura 605: Santa Cruz. Cuaderno escolar, Editorial Minerva, 1972. Serie no figurativa, en composición a doble espejo.



Figura 606: Santa Cruz. Logotipo Renzo Costa.

En rigor, es un logotipo desde que se puede leer, pero al contener también una figura reconocible e inseparable, le es más apropiada la denominación contemporánea de isologo. La empresa que es conocida hoy por su amplia variedad en productos de cuero se inició en una línea más restringida, de esos días data este que fue su primer logo con su imagen específica.

Santa Cruz: una experiencia en blanco y negro

La diferencia entre sentirse capaz de hacer algo y recibir finalmente un encargo con características definidas y fecha de entrega marca el pasaje del joven optimista aunque inexperto hacia su ingreso en la edad adulta, profesionalmente hablando. En mi caso la llegada de este primer trabajo vino acompañada de cierta restricción cromática que procuré asumir como el encanto de un reto.

Finalizaba 1963 cuando Nicomedes Santa Cruz, mi tío, quien por esas décadas vivía en incesante creatividad y producción, me propuso idear algo no antes hecho acá. Ocurrió que yo llegué una tarde de la librería de Juan Blanco en el jirón de la Unión y había traído una caja conteniendo dos discos Long Play con un cuadernillo. Era un trabajo de investigación sobre música africana y tenía muy buen empaque, todo en colores sepias y rojizos. Estuve largo rato dándole vueltas entre las manos, lo miraba y lo remiraba.

Nicomedes al verlo dijo sin dudar: “Esta es una obra completa, hay información textual, hay música. Acá deberíamos hacer algo así”. Y empezó a gestarse la idea. Tratándose de la música de los negros del Perú lo primero que pensé fue en un álbum en blanco y negro. Nicomedes era muy abierto a las sugerencias cuando se trataba de crear algo y lejos de imponer un criterio rígido invitaba a la participación y el diálogo.

Las ilustraciones para el álbum Cumanana

Pensando juntos y en voz alta fuimos dándole forma a un proyecto audiovisual: textos, poemas, diagramación, ilustración, que él llamó *Cumanana* al igual que la compañía que años antes había dirigido juntamente con su hermana Victoria. “Nos faltan fotos”, acotó. Yo que ya estaba trabajando en el diseño gráfico le repliqué que había conocido a alguien a quien todos se referían como excepcional, fuera de serie, y se lo presenté: “Este es el fotógrafo que puede hacer las fotos del arte negro”, le dije. Se llamaba Carlos Domínguez, el “Chino” Domínguez²².

En esos momentos Victoria se encontraba en París haciendo uso de una beca en la Universidad del Teatro de las Naciones y en la Escuela Superior de Estudios Coreográficos. La compañía se había disuelto y algunos temas—letra de Nicomedes y música de Victoria como fue siempre su costumbre—habían quedado sin grabar.

Cumanana constó de dos discos de larga duración y un cuaderno; incluía música nueva, poemas inéditos, décimas recientes, textos explicativos sobre folklore, ilustraciones y fotografías.

La composición gráfica no me representó mayor problema; salir a tomar las fotos con el “Chino” fue toda una aventura y los versos para ser ilustrados resultaron ser muy sugerentes. Además, el planteamiento

ideológico de Nicomedes se proyectaba hacia una presencia altamente competitiva en las lides de reivindicación por la negritud. En cuanto a mí, su exhortación fue simplemente de hacerlo lo mejor posible. Y no menos.

De modo que actué sin restricciones, revisando cuidadosamente cada poema, atento a que su lectura me despertara un sugerente correlato visual. La reseña sucinta que aquí se muestra solo quiere señalar algunas de estas correspondencias para identificar la intención o punto de vista que plantean las ilustraciones. Utilizando la metáfora y el gesto, lo que esperaba era producir un diseño lo más contemporáneo posible, procurando llegar si fuera preciso al arte abstracto. Sin embargo, algunas ilustraciones se bastan con una figuración bastante estilizada como en “Muerte” o en “Negra”.

La elección del blanco y negro fue tácita ya que la sola aparición de este álbum, si bien no un manifiesto explícito en pro de la revaloración étnica, era al menos un alegato *de facto* por la entonces naciente afroperuanidad.

Cumanana se publicó con suceso como regalo de aniversario de Philips. El año 1964 me encontré iniciando una nueva etapa como diseñador profesional independiente.

22 He relatado esto en un video de un 1'38" titulado *Homenaje a Nicomedes Santa Cruz 4, Cumanana*, publicado en YouTube.

Algunas ilustraciones fueron resueltas dentro de una estilización semisimbólica, como en el poema "Juan Bemba".

Figura 607: Santa Cruz. "Juan Bemba". La soledad infinita del sujeto contrasta con la distancia deshumanizada de su entorno.

(...) Y Juan Bemba camina,
camina renco
haciendo a la tierra
cosquillas con su pie.
Y la tierra ríe,
ríe cruel.



Figura 609: Santa Cruz. "Muerte". Pese a que en su intento el poeta la personifica y le habla de tú: "Muerte, si otra muerte hubiera / que de ti me libertara...", esta entidad suprema permanece tan intangible e imposible de visualizar como la obscuridad misma.



Figura 608: Santa Cruz. "Cristo del Corcovado". Acá se procura conjugar a la vez la fuerza y el acertijo: la fuerza que emerge del centro implícito dentro de las manchas radiantes. Y el acertijo que el reconocimiento de la contraforma estructura entre las cuatro superficies texturadas.



*El sol emerge del mar
goteando rayos de luz...*

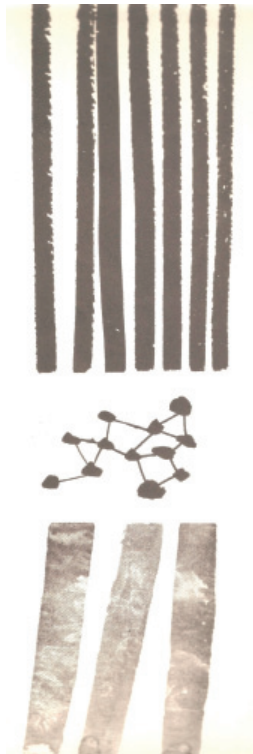


Figura 610: Santa Cruz. "La noche". Aquí la abstracción, más que ser tributaria de la referencia numérica busca ser un latido, un juego de ecos, como el texto.

(...) Negrura de sombra
Sombra de negrura
Que a nadie le asombra
Y a todo perdura.



Figura 611: Santa Cruz. "Nada en este mundo dura". Traté de ilustrar la profundidad y el misterio de lo eterno e incognoscible, la muerte, la vida, el tiempo, citando para ello imágenes de otros versos glosados por Nicomedes.

*Yo vi dos muertes peleando,
una abajo y otra encima,
a la muerte natural,
con la muerte repentina (...)*

*Muerte, si otra muerte hubiera
que de ti me libertara
a esa Muerte pagara
porque a ti, muerte te diera.*



Figura 612: Santa Cruz. "Ritmos negros". Esta ilustración, más que un pulso, lo que espera es que el lector perciba los polirritmos internos al desplazar la mirada.

(...) Murieron los negros viejos
pero entre la caña seca
se escucha su zamacueca
y el panalivio muy lejos.
Y se escuchan los festejos
que cantó en su juventud.
De Cañete a Tombuctú,
de Chancay a Mozambique
llevan sus claros repiques
ritmos negros del Perú.



“Negra”, una ilustración del álbum Cumanana

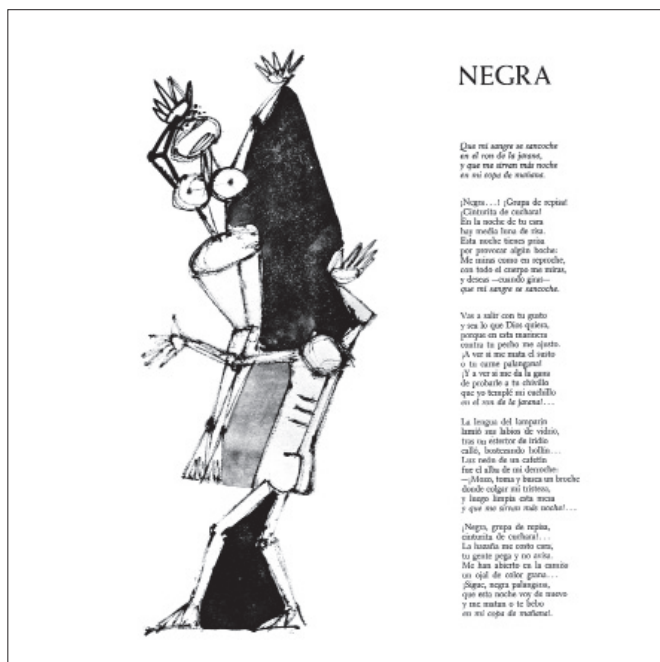


Figura 613: Santa Cruz. “Negra”.

La lectura del texto es siempre una condición fundamental para encarar la ilustración. Los 44 renglones que resultan de glosar una cuarteta y generar cuatro décimas según el pie forzado nos proporcionan un relato que por naturaleza es temático. En esta ocasión aquellos versos plenos de sugerencias proporcionaron no solo la información consistente, sino que tuvieron la virtud de convocar la visualización creativa que desencadena la ilustración plástica; hablaré primero de esta manera de leer.

A continuación describiré un intento por reconstruir o actualizar el recuerdo de cómo se efectuó el proceso de graficar estos versos, visto desde la perspectiva de quien está realizando el diseño. Así como también comentaré el resultado visible, a partir del método para la lectura de la imagen y su interpretación posible.

- En este poema me fue posible observar que a medida que se va leyendo, la información que el texto porta nos va siendo comunicada y nos impregna. Hay momentos en que dos o tres renglones se integran conformando una pequeña escena, la cual se ensambla con otra y con otra hasta redondear la estrofa. Y en ocasiones no es raro que un solo renglón sea portador de una o más ideas, imágenes o intenciones.
- Cuando la lectura termina y el fragor de la tensión dramática amaina, la evaluación de la historia a la que hemos asistido nos permite reconocer la secuencia argumental, los elementos temáticos

y anecdóticos, roles y personajes, ya que el autor del texto es pródigo en descripción de escenas y situaciones dinámicas.

- Es entonces cuando el relato es percibido como una totalidad, los rasgos y gestos más obvios, por pequeños que parezcan, cobran importancia, integrándose al conjunto y encontrando una razón de ser a partir del empleo de imágenes expresivas y frases con sentido figurado.

De lo expuesto queda claro que para hacer este diseño tuve que leer el texto, hacer prácticamente un estudio, analizar su estructura, identificar, interpretar y a partir de allí extraer, crear o articular una idea. La lectura del poema significó toda una tarea, ya que, a diez años de su primera décima, Nicomedes se encontraba glosando temas muy elaborados. Este, en especial, está cargado de contenidos, figuras e imágenes.

Por ejemplo, en el primer verso / *Negra, grupa de repisa* / la voz narrativa asumida por el sujeto de estado presenta a un sujeto de hacer cuya tipología es singular: se trata de una mujer excepcional. Reparar de una sola mirada en la referida “grupa” y describirla en cuatro palabras de manera tan contundente revela a un hablante evidentemente masculino, preñado de una carga valorativa, quien al pronunciarse no solo define el motivo de su atención como objeto de deseo sino que, en consecuencia, permite inferir que se apresta a desplegar un programa de apropiación.

Y si intentamos un análisis exhaustivo, podríamos incluso aventurar el hallazgo de varias significaciones confluyendo en un solo renglón en el verso / *con todo el cuerpo me miras* /:

- Personificación: le asigna al cuerpo un rol protagónico.
- Sinestesia: agrega al cuerpo una sensorialidad no usual, la cualidad de mirar.
- Hipérbole: el verso afirma hiperbólicamente que la acción de mirar es aquí una función de todo el cuerpo.
- Hipébaton: altera el orden gramatical poniendo la precisión / *todo* / por delante.
- Metonimia: destaca que hay un todo (cuerpo) expresado por la parte (mirar).
- Énfasis: la expresión oral pone de relieve su función enfática.

No estamos persiguiendo ni recomendando el exceso, menos aún si el poema completo consta de 44 renglones. Lo que digo es que el acopio de información es el prerequisite, ya que la tenencia del material significativo posibilitará la conformación del objeto visual. Solo ahora que puse por escrito el recuerdo de esa lectura se hizo claro que mi esfuerzo por aprehender la poética de ese poema funcionó como una inmersión intensa, de seguro intuitiva, pero suficientemente amplia y, sobre todo, duró el tiempo que dura leer cuidadosamente el poema.

Lo testimonial expresado a través de la rigurosidad del recuerdo me reafirma en que la gráfica supuso una investigación, un compromiso, y en ese caso logró que el diseño gráfico fuera no la mera transcripción del texto sino la concretización de una idea.

El sentido que en mayor o menor grado nos ha revelado este poema en el nivel profundo nos coloca en posesión de una información cargada de conflicto y estado emocional por procesar. Podemos decir que reflejar ese cúmulo de sentimientos recibidos y volcarlo en formas gráficas es el inicio de lo que llamamos ilustrar. Y ya que a despecho de la carga de conceptos abstractos, lo que el poema hace en el plano de la expresión es visibilizar situaciones, intereses y personas, para ilustrarlo, escogí en correspondencia la representación figurativa.

Descripción de motivos y rasgos visibles

A primera vista el objeto visual sobre la página es una composición bidimensional monocromática que ocupa un espacio vertical sobre fondo blanco.

Está conformado por líneas negras y masas de grises de textura suave y casi uniforme. El diseño es un tanto suelto, con predominio de líneas diagonales encontradas.

El fondo general es blanco con algunos espacios oscuros particularizados de contornos irregulares casi geométricos.

El conjunto es figurativo, representativo, aunque no de un naturalismo realista sino más bien una esquematización por momentos casi geometrizable.

La elección de este lenguaje visual escapa al reconocimiento visual, corresponde al contexto de la época, a preferencias estilísticas o decisión ideológica y será motivo de un comentario final.

Reconocimiento e identificación de temas y contenidos

Se distinguen dos figuras estilizadas, simplificadas, con claro reconocimiento denotativo: un hombre y una mujer.

La figura masculina, ubicada en la parte inferior derecha, está de pie, de espaldas, tiene los brazos separados, la cabeza echada hacia atrás y parece dirigir su mirada hacia arriba.

La figura femenina, en la parte superior izquierda, se presenta de frente, con los brazos en alto, las piernas juntas. Desde que no hay diferencia de tamaños ni referencia a distancia o perspectiva, solo queda concluir que el hombre se encuentra en el plano más cercano, la mujer algo detrás y a mayor altura.

Pese a que se encuentran el uno ante a la otra, el enfrentamiento entre ambos no es simétrico, ya que mientras el gesto del hombre es impetuoso, la mujer parece querer evitar la proximidad.

Ambas figuras se ven desprovistas de vestimenta: el varón desnudo, aunque una línea sobre el vientre de la dama podría ser interpretada como una prenda; lo que en todo caso no le resta intimidad a la escena.

Desde la parte superior parece generarse un campo triangular que partiendo de la mano izquierda de la mujer se abre mostrando una oscuridad lejana y más profunda que el plano blanco del fondo general.

Abajo otro campo, también triangular, aunque quebrado en una inclinación irregular de izquierda a derecha, abre un fondo particular aún más oscuro, estabilizado entre las piernas del hombre de pie. Al centro un tercer campo, esta vez cuadrangular y de un tono gris menos intenso, casi tenue, vincula a las dos figuras, estableciendo un nexo con la zona media del cuerpo del varón, que se encuentra a la altura de los pies de la mujer.

Dado que la intención de las figuras no es la representación naturalista y fidedigna, ni se encuentran trazas de perspectiva con sugerencias de dar la ilusión de profundidad, debemos inferir que en este conjunto temático la mayor o menor altura entre las figuras pudiera leerse como producto de una jerarquía en el rol o en las funciones de los personajes.

En correspondencia con los versos del poema, ambas figuras parecen contextualizar la escena del llamado y la recepción, aquel momento en el texto cuando el actante o voz poética descubre que */ Con todo el cuerpo me miras /*.

Interpretación de significados e intenciones

El reconocimiento del conjunto como figuras no-realistas nos permite una lectura que induce a que interpretemos los campos o masas que las vinculan como la visualización de algún espacio simbólico, vital o contextual de cada una de ellas.

Entonces, por un lado encontramos intenciones de los actantes y, por el otro, sugerencias de relaciones entre ellos. Nuestra interpretación hará uso de las unidades mínimas de significación y de sus articulaciones ensamblando figuras de sentido.

Así, el recorrido visual, que guiado por las líneas de la composición nos condujo a reconocer la figura superior como un cuerpo de mujer y la figura inferior como la de un hombre, nos muestra también sus intenciones a través de sus movimientos, de su gestualidad.

Los brazos extendidos de la figura inferior masculina sugieren expresividad, expectativa, una demanda inexplicada que no explicita si clama por dar o por recibir, pero que es un gesto de apertura, de vida; mientras la actitud de la figura superior, femenina, es exactamente lo opuesto, un gesto de distanciamiento, de negación.

La dama aparece esquiva; el varón dispuesto, anhelante.

Mientras de cara al lector y evitando mirar a su interlocutor la mujer cierra sus piernas, él, procurando mirarla, expone su propia genitalidad ante los pies de ella.

Ella adelanta sus extremidades inferiores, las que comportándose como una parte del cuerpo que representa a la totalidad (lo que *de facto* las constituye en una sinécdoque), insisten en desplazarse de izquierda a derecha para aproximarse al hombre, mientras que, comportándose a su vez como otra sinécdoque, toda su parte superior, torso y brazos, se desplaza en la dirección contraria, de derecha a izquierda, alejándose.

El gesto corporal de la mujer en su conjunto es pues ambivalente: por un lado se aproxima al hombre, a la vez que por otro se aleja, llegando ambos movimientos simultáneos a conformar una antítesis que puede ser leída como una paradoja o como un oxímoron.

El brazo derecho del hombre y el brazo derecho de ella configuran una repetición formal que es solo aparente y donde cada uno de los términos, pese a ser

casi idénticos, porta un significado distinto. Mientras el brazo derecho del hombre, ligero y anguloso, se alza en actitud de reclamo y aproximación, el brazo derecho de ella se alza también pero como un gesto de rechazo y alejamiento. Es decir, conforman una paronimia.

Los campos triangulares oscuros corresponden por su proximidad al espacio individual de cada figura. El de la figura superior sugiere amplitud y jerarquía; el de la figura inferior una oscuridad indubitable y profunda.

La dirección del borde derecho de la mancha superior es similar a la dirección del torso de la mujer, configurando ambas un efecto de iteración. Esta diagonalidad reiterada encuentra un refuerzo adicional en la pantorrilla derecha del hombre, y el conjunto de repeticiones puede ser designado como rima, homeotéleuton o similidesinencia.

Igualmente la reiteración de la dirección de las pantorrillas de la mujer es una figura de repetición —en este caso pleonasma— que encuentra su énfasis en el torso, pecho y espalda del hombre, creando entre ambas figuras el campo rectangular, un trapezoide que atrae a cada uno de los personajes como un imán; o quizás, o a la vez, los separa, lo cual sería otra paradoja.

Comentario: Como un subtexto que vincula a esta ilustración con las otras ilustraciones del álbum LP *Cumanana*, el lenguaje visual escogido corresponde estilísticamente a los usos del arte académico de mediados del siglo XX, que oscila desde lo esquemático hasta lo abstracto.

Si por un lado aproximarse a los estilos de avanzada significaba vincularse a las publicaciones de revistas de actualidad, a las exposiciones pictóricas más novedosas y vanguardistas, asumiendo de paso el parentesco con sus correspondientes sustentos ideológicos; por otro lado, no había mucha otra elección, como no fuera persistir en el indigenismo que a fines de los años cincuenta aún se veía en algunos afiches y carátulas.

En esta serie de ilustraciones el autor parece evitar intencionalmente cualquier asociación con planteamiento ideológico alguno, pese a que en los años sesenta la cantera socialista era la ideología que estaba en efervescencia y a que, además, por otra parte, aún se escuchaban los ecos del llamado indigenismo cuyo mejor momento corresponde a la primera mitad del siglo. Y esta ilustración se distancia asimismo de toda posibilidad de sugerencias eróticas que pudieran partir de la ilusión naturalista.

Es posible que considerar la expresividad excesiva como una trampa del sentimentalismo provenga del contacto con presupuestos teatrales de ese momento, tales como preferir el distanciamiento (Brecht vs. Stanislavski, etc.). En todo caso parece que intenta trascender hasta connotaciones fundamentales en el nivel profundo.

En consecuencia, la pulsión de vida, portadora a su vez de pugna o conflicto, es representada por medio de líneas diagonales que visualizan las tensiones y dinamismos en cuerpos esquemáticos y desprovistos de toda intención de sugerir sensualidad.

Más que la búsqueda del hombre persiguiendo el encuentro con la mujer, ambos actores personifican en su mayor dimensión la vida y la muerte.

Ellos son en efecto Eros y Thanatos.

Hasta aquí nuestra lectura de la imagen, que en parte ha sido guiada por una revisión del contexto en que se elaboró y dentro de la cual, además, hemos podido insertar algunos comentarios, recuerdos e impresiones del momento creativo mismo.

Para ampliar nuestra mirada formal apelaremos a una lectura de carácter estructural.

Desde esta perspectiva iconográfica podremos aventurar una interpretación iconológica.

Para comenzar, la escena está inscrita en una red lineal de diagonales y horizontales que conforman triángulos.

Este entramado, con sus direcciones básicas, rige el orden compositivo de las figuras con las que llega incluso a coincidir en algunas partes; por ejemplo en el torso inclinado, el brazo horizontal, las pantorrillas en diagonal, etc.²³ Y no debe confundirse con la retícula o módulo ofrecido por la página en blanco para efectos de diagramación.

Esta estructura virtual –que podría ser regular hasta la monotonía– subyace por debajo de la representación de las figuras, gobierna su construcción con infinitas posibilidades de variación y puede basarse en relaciones de rectas, diagonales o privilegiar las curvas.

Es aconsejable utilizarla de manera flexible, creativa, y no subordinarla a interpretaciones de ningún tipo, ni numerológicas ni simbolistas.



Figura 614:
Santa Cruz. Retícula.

En esta escena, la acción conjunta de ambos actores, entendida como un instante congelado en la secuencia dramática, genera sin embargo un ademán que invita a acercarnos al elemento “tiempo” como ante un mirador, ya que la mano de la mujer al levantarse parece haber corrido desde la parte superior un telón o cortinaje que reclama ser entendido como de contenido metafórico, como un espacio oscuro que se abre hacia un futuro incierto, o algo así. Si esto fuera correcto, el rol preciso de esa oscuridad que amenaza envolver al sujeto sería el de responder de manera fatal a un plan mayor, puesto que en rigor no ha sido creada, sino solo convocada por la mano de la dama, la cual funciona simplemente como una intersección, como un paso de fuerzas que revela el vértice desde donde parte el triángulo, que no es otro que el triángulo áureo.

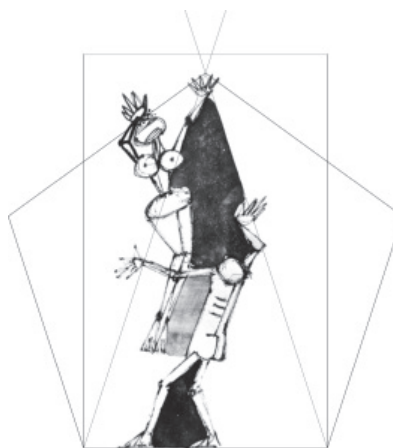


Figura 615: Santa Cruz.
Esquema, triangular.

Como un detalle lateral, el brazo derecho de la mujer, al flexionarse en un gesto como de aprensión, ha conducido esa mano sobre su cabeza apropiándose de paso por imitación del gesto activo de la mano izquierda. ¿Es que esta mujer se arroga la potestad de decidir sobre el solicitante? ¿Es que para el sujeto ella ahora encarna su Destino?

23 Hay diseñadores que han declarado su preferencia por este tipo de retículas y algunos estudiosos las han relevado. Ver comentario de Munari (1974) en Anexo 21.

Diríase que en este juego de personalidades, la dama solicitada actúa con engreimiento y veleidad, se sobrevalora, magnifica su propia banalidad. Y el varón, por aceptar y creer en ese programa sobredimensionado, resulta subyugado; su gesto es claudicante y hasta la actitud de su cuerpo acusa un impacto emocional quedando atravesado por una diagonal que lo desestabiliza.

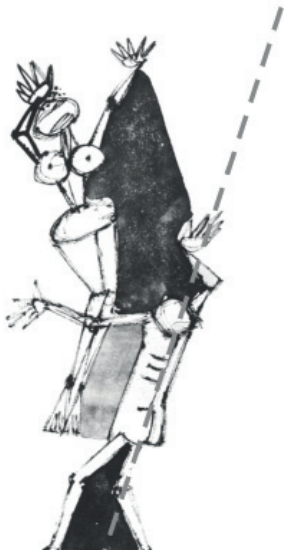


Figura 616: Santa Cruz.
Esquema, diagonal.

En adición a este esfuerzo por una lectura cuidadosa, agregaré que mientras exploraba los contenidos del poema en cuestión, revisaba revistas (*Graphis*, *Gebrauchsgraphik*, el apoyo documental de entonces) buscando correspondencias con valores éticos y morales. Me di con un grabado que representaba a “La Inconstancia” (en Ripa, 1593: 313; ver Anexo 22), portando en su mano una luna en cuarto menguante. La vista del atributo de aquella “que, como las olas del mar, suena de tiempo en tiempo”, resonó en mí como un eco de los versos por ilustrar / *En la noche de tu cara / hay media luna de risa* /.

Encontrar esa imagen renacentista graficando problemas en algo similares a los de mi ilustración me resultó perturbador y al mismo tiempo enriquecedor.

Cuando me sentí más cerca del cúmulo de sentidos figurados que el texto poético mismo comunicaba, los 44 versos de la décima de pie forzado parecían tocarme en fibras emocionales y deseé hacer un dibujo que tuviera también intención sugerente o simbólica. Opté entonces por soslayar la sonrisa y sacarla del rostro (*en la noche de tu cara*), para instalar en cambio el efecto de su curva (*hay media luna de risa*) como límite virtual del espacio corporal de la mujer, lo que la convertía en sonriente intocable a las manos abiertas del solicitante, justo allí donde él intenta traspasar la barrera del rechazo.



Figura 617: Santa Cruz.
Esquema, curva.

De una manera directa y masiva la composición de estas figuras en el espacio desencadena una dialéctica de relaciones objetuales y subjetivas. El gesto de la mujer proyecta un ámbito corporal que la protege y la torna inasible para el varón; la forma de ese escudo virtual es a la vez la de un arco, desde el cual parte el impacto que recibe el solicitante. En actitud abierta, él, desprotegido, recibe frontalmente el impacto de la actitud de rechazo de la hembra.

Por último diré algo acerca de las retículas que desde la antigüedad más remota son usadas tanto por los artistas como soporte para sus creaciones como por los estudiosos que rastrean sus huellas en la base de las composiciones.

Y es que desde la proporción divina y el número áureo en artistas medievales y renacentistas, pasando por los trazos reguladores y espacios modulados en la Bauhaus y Le Corbusier, hasta la actualidad, el universo de producciones artísticas incluye tal cantidad de propuestas compositivas e intentos por descifrarlas que haría falta gran erudición para una comprensión a cabalidad.

En el caso presente, para ejecutar este diseño, luego de explorar esas opciones vistosas y al parecer esclarecedoras, opté por limitarme a una estructura sencilla. Mi elección de las diagonales y horizontales que producían triángulos obedeció por un lado a su efecto dinámico y por otro a que por esos días ya estaba estudiando música, lo que me llevaba a perseguir con entusiasmo los puntos en común entre las diversas artes, y las relaciones proporcionales, como —por ejemplo— los tres colores primarios con sus correspondientes los tres colores complementarios, las tríadas armónicas de sonidos que forman acordes, y así.

Años después, en la década de los setenta, al decidirme a dictar un taller de diseño, encontraría una excelente confirmación en la variedad de retículas para la modulación del espacio que Bruno Munari presenta en sus producciones, recomendándolas para efectos de estudios, y como ejercicios prácticos para la comprensión del diseño y la comunicación.

Pero además, para suerte de quienes trabajamos ese curso en mi taller de Breña en aquel lejano 1975, también llegó a nuestras manos el libro de Wucius Wong (1972), que aparecía en su primera versión dedicada entonces aún solo al diseño bidimensional, introduciendo sus conceptos sobre la estructura, sistematizados como técnicas funcionales para el aprendizaje de la producción de diseño.

Y es recién ahora, al organizar los productos de diseño de los sesenta dentro de este libro que trata de mirar desde Lima la historia del diseño gráfico en el Perú, que resulta gratificante reencontrarme con aquellas inquietudes de juventud —esta vez para cotejar la correspondencia entre la producción y el análisis—, revisando libros como *La geometría del diseño* (Kimberly, 2014; ver Anexo 23), donde el texto refresca la información visual de mis libros de juventud —que por lo general venían acompañados apenas con un resumen en castellano— y concuerda con lo que en su momento, cinco décadas atrás, mi maestro Stockli me enseñó a viva voz.

Santa Cruz: los afiches en blanco y negro

El contacto que mantuve con Juan Rivera determinó también mi acercamiento al teatro. Me presentó a los integrantes del grupo Histrión, asistí a las funciones, pero sobre todo a los ensayos, conociendo así el escenario en sus diversas manifestaciones y desde dentro; en esos días visitaba regularmente el Teatro Universitario de San Marcos (TUSM) y empecé a participar en varias actividades de ambas instituciones.

Por esos años un socorrido medio de comunicación en exteriores era el cartel callejero, que se encontraba disponible en espacios preparados por la Municipalidad de Lima, y que casi siempre era resuelto con impresión tipográfica. La modalidad de anunciar por carteleras municipales definió varias maneras características, que se hicieron casi tradicionales. Por razones de otra investigación, esta vez de carácter familiar, encontré que en casa se conserva uno de estos carteles que data de 1917 y tiene el pie de una imprenta ubicada, muy comprensiblemente, en la plazuela del Teatro.



Figura 618: Cartelera 1917.

Para los años sesenta, la casi totalidad de los carteles abastecía las carteleras ubicadas a ambos lados en cada esquina de la Lima Cuadrada, tres a un lado de arriba a abajo, tres al otro. Cada cartel medía 85 x 65 cm. Y por lo general eran de papel rústico, tipo periódico o Bulking con textos a una o dos tintas. Estos carteles eran producidos en una sola imprenta que quedaba en Rufino Torrico 329, entre jirón Ica y jirón Callao, y que por ese entonces se llamaba Gráfica Busmar. Entre otras cosas, allí se imprimían los carteles para las temporadas teatrales, las temporadas taurinas y las presentaciones folclóricas de los coliseos; es decir, todo el mundo del espectáculo.

Cuando visité los talleres y traté de encargar un diseño según especificaciones tipográficas, vi que no había manera de diagramar nada ni escoger fuente, ni tamaño; no era la costumbre. Luego de informarme un poco, mi exigencia inicial fue dando paso al entendimiento de la situación. Si bien en esta, como en cualquier imprenta, se trabajaba con tipos metálicos, de caja y organizados en chivales, el volumen de producción decidía que se usaran las fuentes que en ese momento no estuvieran ocupadas con otro trabajo. En esta imprenta, uno simplemente entregaba el texto y el tipógrafo componía acomodando todo según las letras que tenía en *stock*; entonces de inmediato se imprimía, los títulos grandes se hacían con letras especiales, de madera, y con suerte pude saber incluso que en casos extremos el mismo técnico jefe del taller, el señor Alberto Ojeda, tallaba las letras si no las había. Por otra parte, no era fácil incorporar imágenes, pues cualquier fotograbado para tipografía prácticamente desaparecía dentro de las grandes dimensiones del cartel; y encargar fotograbados aparentes para ese tamaño era poco práctico pues resultaba muy costoso comparativamente.

Simplemente las cosas eran así, esa era la manera.



Figura 619:
Cartelera Los
Ruperto.



Figura 620:
Viñeta Los Ruperto.

Por lo tanto, desde “Los Ruperto” decidí experimentar en esas carteleras municipales haciendo afiches que ya por el solo hecho de ser a un solo color resultarían económicos.

Como una alternativa práctica escogí una modalidad artesanal, el grabado. Y corté a mano los originales, cosa que me era grata pese a la fuerte inversión de tiempo.

Es decir que usando los mismos servicios de la imprenta Busmar tallé figuras para que lo que primara fuera la ilustración y le di una cierta composición visual a la tipografía, pero aun eso resultaba bastante complicado ya que las letras solicitadas podían estar en otro uso a la hora de imprimir.

Por otro lado requería un tiempo adicional para hacer el grabado y como justamente por esos días empezó a escasear el linóleo, el esfuerzo resultaba desmedido. Llegué a probar algo de xilografía, así como cartón reforzado y otros materiales alternativos.



Figura 621: Santa Cruz. Cartelera *Santiago el pajarero*.

Santiago el pajarero

La historia del hombre que quería volar fue una puesta de Histrión Teatro de Arte, grupo que por esos días se planteaba montajes por todo lo alto, incluyendo como colaboradores a lo más granado de nuestra élite cultural. Los más selectos creadores del medio fueron convocados para esta obra que Julio Ramón Ribeyro desarrolló sobre una tradición de Ricardo Palma. Así, las canciones tuvieron letra de Alejandro Romualdo y música de Enrique Iturriaga; el vestuario fue diseñado por Marco Leclère, que empezaba a tener un nombre en las tablas; la iluminación fue encargada a Remberto Latorre que acababa de llegar del Instituto de Teatro de la Universidad de Chile (ITUCH); y la realización correspondió a los hermanos Elías. Varios temas incidentales de música ambiental fueron compuestos por un joven músico que empezaba a hacer noticia, Alejandro Núñez Allauca. El afiche de *Santiago el pajarero* para Histrión lo realicé en linóleo. La temporada terminó el 15 de septiembre de 1966.

En esa obra toqué a la guitarra las composiciones de Núñez Allauca y el programa dice que hice la escenografía, de la que no he conservado fotografías; creo que esa es la que solucioné con una suerte de practicables muy versátiles que con cada cambio de escena producían diversas alturas, cosa que era muy bien aprovechada por Mario Velásquez, quien lucía en malla sus desplazamientos y cabriolas farsescas... aunque no estoy seguro, tal vez eso pudo ser en *Volpone*, donde el personaje Mosca utilizaba cubos y rampas que pinté en un *op-art* con líneas organoides en blanco y negro; a diferencia de la *Leyenda de amor* de Nazim Hickmet, donde la montaña la solucioné simplemente con un bastidor triangular de piso a techo en color ocre-naranja, con rayas vibrantes en complementario azul cian según las fórmulas ya entonces canónicas del *op-art*. Debo puntualizar que todas mis participaciones en una y otra actividad las sentí como cosa completamente natural, eran días de renovaciones, empezaban a aparecer los primeros *happenings*, estaban poniéndose de moda el *pop*, los Beatles y se hablaba de arte total. Lo menciono para destacar que esos años estuvieron marcados por un carácter experimental, seguí cursos de verano con Pepe Velásquez, con Ernesto Ráez y con César Urueta en Histrión; de dirección con Sergio Arrau en el TUSM y de escenografía e iluminación con Remberto Latorre en la Escuela de Arte Dramático. Mis excesos llegaron finalmente a su límite cuando Edgar Guillén estrenó *¿Por qué la vaca tiene los ojos tristes?*, pero lo hizo sin mí. Y es que para Edgar, que acababa de fundar su propio grupo, el teatro era algo a tiempo completo y no como para mí, uno que otro ensayo a la semana.

Bien comprendido el asunto, la cosa quedó clara y me dediqué tan solo a tallar el afiche con mi mejor entusiasmo gráfico, aunque me acompañaba el ánimo algo marchito de no haber redondeado mi propuesta de dirección escénica justo para esa obrita en la que quería mostrarle a don Sergio Arrau cómo había resuelto la puesta. De algún modo me repetía para mis adentros dichos como “el que mucho abarca poco aprieta” o ese otro refrán que dice “zapatero...” Con todo, lo cierto es que siguieron llegando encargos de afiches, programas y otras cosas de diseño que fueron colocando esa actividad en primer plano.

Por lo tanto, con el título de *¿Por qué la vaca tiene los ojos tristes?*, Pequeño Teatro estrenó una trilogía de Juan Rivera Saavedra que incluye, además de la pieza que da nombre al montaje, *Alberto el Bueno* y *El gran tú*, tres obritas deliciosas de reparto mínimo, casi unipersonales... la fecha 28 de abril al 15 de mayo podría ser de 1967 o 1968. El tallado para este afiche lo hice de cartón protegido con barniz acrílico, montado sobre madera, fiel siempre a la idea de hacerlo económico, *ad hoc*, sobre todo para un grupo que recién empezaba.



Figura 622: Santa Cruz. Cartelera *¿Por qué la vaca tiene los ojos tristes?*

¿Por qué la vaca tiene los ojos tristes?

El caso es que por un tiempo me convertí en uno de los personajes productivos de los escenarios limeños, aún conservo algunas amistades de esos días; mes a mes se veía en las carteleras de Lima algún afiche mío procurando comunicar más allá de las letras de caja tipográfica y utilizando la económica impresión a solo una tinta.

Pronto otros grupos teatrales se interesaron. De ese año hay afiches para el TUSM, para Histrión Teatro de Arte, para la Alianza Francesa, para Pequeño Teatro de Edgar Guillén, para Teatro y Danzas Negros del Perú de Victoria Santa Cruz, quien acababa de retornar de un posgrado en Francia, y otros más.



Figura 623: Santa Cruz. Cartelera *Ña Catita*.

Ña Catita

Para este afiche, siempre al tamaño de la cartelera, había visualizado la mantilla de una señora beata; prenda sumamente ornamentada que me brindaba la oportunidad de ilustrarla con imágenes de Lima antigua. Esta vez escogí resolverlo en serigrafía, lo que posibilitaba una versatilidad en cuanto a la imagen que podría ser muy detallada y fotográfica, permitiéndome disponer de las alternativas de texto e imagen sin restricción en toda la superficie del papel, y por cierto decidí ceñirme a una tinta para que saliera económico. Casualmente acababa de reencontrarme con unos amigos del colegio, Julián Parejas y Víctor Espinoza, estudiantes avanzados de Bellas Artes y que estaban ingresando al mundo de la gráfica y las impresiones en serigrafía, con toda la intención de abarcar más adelante hasta la producción en *offset* a gran escala.

A ellos les encargué que imprimieran este afiche. Era una composición de letras dibujadas al tamaño con ornamentos injertados de fotografía en alto contraste, un recurso novedoso porque recién empezaba a utilizarse y que requería por tanto que usáramos el método de serigrafía con película fotográfica.

Así y todo, el gasto no resultó excesivo, ya que la imagen fotográfica abarca solo un tercio del espacio y la película no es tramada; además, en el proceso de impresión a estampado o serigrafía, llamado también *silk screen*, la zona con letras se solucionaba calando manualmente el ulano.

El arte final realizado al tamaño, con pintura Plaka negra Pelikan sobre cartón de maqueta me satisfizo en todos los sentidos, tanto en el aspecto formal, desde la concepción, hasta la realización y el proceso de reproducción, por lo que siempre he considerado que *Ña Catita* fue mi primer afiche hecho y derecho.

Un dios durmió en casa

Esa etapa inicial fue tan bien recibida que continué aceptando encargos de diseños para teatro. Ya no me era nada fácil estar cerca de la imprenta, la responsabilidad del control de calidad empezó a abrumarme. Desde *Un dios durmió en casa*, puesta de Histrión Teatro de Arte, todos los afiches estuvieron a cargo de un impresor fuera de serie que acababa de conocer: Carlos Fernández, quien firmaba "Impulsito"; su pulcro acabado y su puntualidad eran tan confiables que en adelante no busqué a nadie más cuando necesité de *silk screen*.



Figura 624: Santa Cruz. Cartelera *Un dios durmió en casa*.

Una noche tormentosa

Esta obra de Ion Luca Caragiale fue puesta en el TUSM, con la dirección de Sergio Arrau, quien no hacía mucho había retornado de una beca en Rumanía. Esta fue una de las puestas donde luego de haber seguido un curso de dirección en verano con don Sergio, hice de asistente suyo. En cierto modo yo consideraba estas prácticas previas como una inversión para penetrar el espíritu de la obra, con miras a diseño de afiche, programa, iluminación o escenografía.

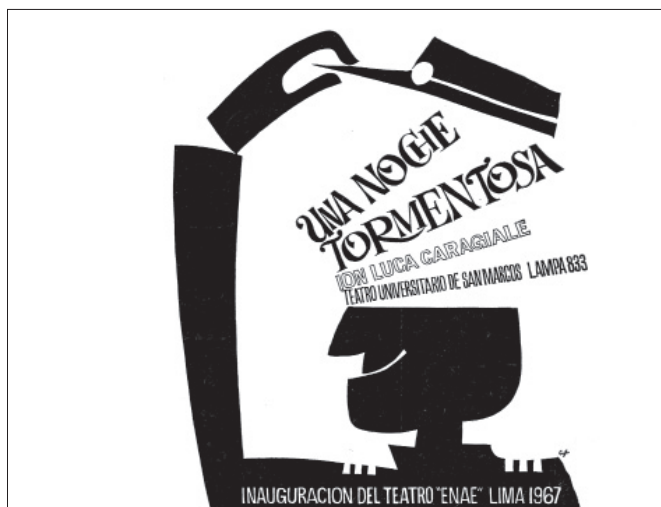


Figura 625: Santa Cruz. Cartelera *Una noche tormentosa*.

Revolución en América del Sur

Este afiche para el TUSM se deterioró por haber sido pegado sobre un soporte de madera para una exposición. Algunos pegamentos y gomas que parecían inertes, por ejemplo el jebe líquido que huele a gasolina, a la larga resultaron ser orgánicos y con el tiempo han generado hongos. El papel quedó muy manchado y ha tenido que ser reconstruido en versión digital.



Figura 626: Cartelera *Revolución en América del Sur*.

Las sillas

La puesta de esta obra de Eugenio Ionesco, bajo la dirección del inquieto Ricardo Díaz Muñoz, fue ocasión para un intento que consideré desmedido por ambicioso: ilustrar un cartel callejero con formas que lindaran con lo abstracto. Pero una vez hecho no pareció preocupar a nadie. El afiche fue bastante festejado, la sugerencia implícita de rostros en perfiles humorísticos fue suficiente; con el agregado de que el juego de planos resultaba dinámico, no importa si con alusión cubista o no.



Figura 627: Santa Cruz. Cartelera *Las sillas*.

Los afiches para el Teatro Negro

En 1966 Victoria Santa Cruz volvió de París, tenía en mente una compañía teatral integral, formando jóvenes desde sus inicios y que pudieran cubrir todos los roles teatrales, escénicos, actorales, musicales, técnicos y prácticos: Teatro Negro, de negros.



Figura 628: Santa Cruz. Cartelera *Teatro y Danzas Negras del Perú*.

El primer cartel llamaba la atención a partir del movimiento de las letras y anunció una temporada. La siguiente temporada debió variar algo para que no pareciera que el mismo cartel se había quedado en la pared desde el mes anterior.



Figura 629: Santa Cruz. Cartelera *Victoria Santa Cruz*.

Así, 1967 fue para mí el año de los afiches en blanco y negro. La condición de diseñar a un color me resultó interesante en extremo y la aproveché como un ejercicio para lograr con la composición, la tensión y la expresividad lo que en las carteleras, de momento, no era posible con el costoso color.

En los siguientes años atendí diversos encargos: portadas de libros, folletos, diagramación, logotipos, ilustraciones. Eventualmente continué diseñando en blanco y negro, sobre todo cuando deseaba un efecto impactante, como en el caso de los “logos” para el Festival de Cañete.

El Primer Festival de Arte Negro Cañete fue un proyecto municipal. El propio alcalde, Alfredo De Toro, convocó a Nicomedes para encomendarle la parte artística del evento. Juntos proyectaron una cantidad de actividades destinadas a estimular el desarrollo y la creatividad afroperuanas, exposiciones, concursos y talleres en todas las áreas culturales y recreativas. El proyecto empezó a perfilarse como un gran evento multicolor, una suerte de gran carnaval con participaciones nacionales e internacionales. Finalmente debieron circunscribirse a un tiempo y presupuestos reales, dejando mucho en el tintero, prometiéndose a sí mismos que las siguientes ediciones serían cada vez más completas. Infortunadamente nada de eso estaba destinado a cumplirse y los siguientes festivales tomaron rumbos diferentes.

Victoria Santa Cruz tuvo a su cargo la dirección escénica en general; viajamos a Cañete y Chíncha a hacer *casting* de artistas y aficionados locales. Fue la primera vez que vi en escena al Hatajo de Negritos dirigido por José Lurita, y su maestro de danzas era Amador Ballumbrosio, Vi también a las Pallas.



Figura 630: Santa Cruz. Símbolo “Festejos de Cañete”.

En este símbolo gráfico el tambor, esencia y fundamento de la rítmica ancestral afroperuana, pero físicamente inexistente en nuestro folklore contemporáneo, fue representado por unas manos en disposición abierta sobre un círculo, evitando los cerramientos y usando la ambigüedad positivo-negativo²³ del contraste entre la forma y la contraforma, de modo que en el juego de reconocer que las dos manos son diferentes se tenga que mirar alternativamente una y otra.

El gran auditorio al aire libre, con sus enormes paredes de concreto en bruto, fue el reto escenográfico.

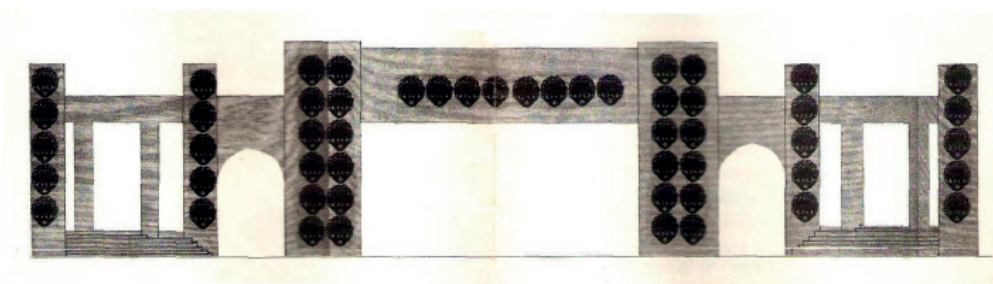


Figura 631: Santa Cruz. Decoración del auditorio al aire libre.

Cubrí el concreto con esteras y distribuí caritas y tambores de 1.29 m de alto, recortados en Tecnopor blanco.



Figura 632: Símbolo gráfico "La reina del festejo".

Este símbolo gráfico fue adoptado como un distintivo por el pueblo de Cañete. Le llaman "El negrito".

Cuando tuve una buena cantidad de afiches de teatro hice una muestra individual en el TUSM (ver Anexo 24).

En 1972 y durante la dirección general de la doctora Martha Hildebrandt se fundó el Conjunto Nacional de Folklore (CNF) como órgano del Instituto Nacional de Cultura (INC), con la dirección de Victoria Santa Cruz. El CNF tuvo exitosas giras por diversos países. Años más tarde, bajo nuevos directores y presupuestos diferentes se vio obligado a paralizar sus actividades.

Victoria decidió alejarse de la burocracia que ya era asfixiante; aceptó finalmente reiteradas invitaciones que por años había desoído y emigró al extranjero.



Figura 633: Santa Cruz. Cartelera Adios al Perú.

El afiche de la función de despedida fue también esta vez en blanco y negro. Era la última presentación del Conjunto Nacional de Folklore con su directora.

En 1982 hice una segunda muestra individual de afiches de teatro, siempre en el TUSM.



Figura 634: Santa Cruz. Cartelera Afiches de teatro.

Este capítulo estuvo dedicado fundamentalmente al aspecto objetual, a la lectura formal de las producciones de nuestros entrevistados, colegas y conocidos de siempre, y a su consiguiente interpretación y comentario en el aspecto significativo, con toda la carga subjetiva que ello —por ser tarea individual— pueda conllevar.

Hemos visto tanto algunas obras características, deteniéndonos en los diversos aspectos de su análisis, como también hemos presentado brevemente otras piezas en pequeños grupos, reuniéndolas según reparamos en algunos parecidos y similitudes fortuitas o destacando las particularidades y curiosidades.

Como ya mencionamos al inicio, más que el establecimiento de la disección profunda y definitiva, nuestra intención ha sido abrir una mirada panorámica, amplia y contextualizada. En este sentido, las coincidencias y singularidades ubican en lugar de privilegio la opinión de cada autor y se enriquecen recogiendo la anécdota única y personal.

El tránsito por estas páginas nos ha mostrado que a los diseñadores participantes de la época pre-informática y la actual el cambio de paradigma de lo manual a lo digital los ha conducido, de una u otra manera, a su propio afianzamiento.

Comulgando o no con la nueva máquina imperante, tanto en las entrevistas y conversaciones como en la lectura de las obras explicitando el ejemplo, el consenso parece orientarse hacia aquello que se encuentra por debajo y en el origen del acto creativo, al margen de la sencillez o sofisticación tecnológica de la herramienta o instrumento que utilicemos al constituirnos en el plano de la expresión.

Y ya que, en última instancia —mientras interrogamos a los cultores a través de sus obras—, a lo que aspiramos es a saber más de la poética del diseño gráfico, es pertinente ampliar nuestra información con datos²⁴ complementarios sobre sus preferencias personales en otros aspectos y quehaceres.

Veremos eso en el capítulo siguiente.

Hay quienes comparten su tiempo con otras actividades diferentes al diseño, desarrollando producciones paralelas de importancia considerable, a veces al nivel de una afición seria, cuando no de otra formación profesional o incluso de una segunda especialidad.

Otros lo comparten con producciones afines, con otros aspectos de su mismo arte e incluso con incursiones eventuales, temporales o pasajeras por modalidades, técnicas u oficios que, lejos de diversificarlos, contribuyen significativamente al crecimiento de su actividad o interés central.

Tampoco hemos querido desestimar aquellas actividades momentáneas para las que existen las expresiones “dibujar a mano alzada”, “rafear”, “hacer apuntes” y “bosquejar” que, siendo parecidas, pueden referirse a situaciones diametralmente opuestas, como hacer lo que las vanguardias históricas llamaron escritura automática experimental o también aquello de lo que muchos de quienes vivimos esa época podemos dar cuenta, supongo, y que era dejar correr distraídamente el lápiz mientras se hablaba desde un teléfono fijo.

Estas últimas las hemos incluido casi como solo una curiosidad porque hasta esas efímeras compensaciones de expresividad o de fuga que los diseñadores de antes nos permitíamos en días duros o áridamente rutinarios, han cambiado: ahora la gente habla por celular caminando, cuando no manejando carro.

24 “Ningún modelo que se oriente a la *comprensión* de la pintura ha podido ser aplicado sin el estudio del texto biográfico del autor, entendido como sus experiencias y creencias confrontadas en el contexto. La locura de Van Gogh o Edward Munch son parte de sus pinturas; no hay lectura canónica de la pintura de Mondrian que pueda evitar sus convicciones místicas” (Carrere y Saborit, 2000: 129).

Actividades complementarias

Capítulo VI

Otras dedicaciones,
habilidades y competencias

Werner Stockli

Casado, con familia y con una clientela que atender, durante el tiempo que vivió en Lima estuvo dedicado por completo al diseño gráfico.



Figura 635: Stockli. Apuntes, N° 1.

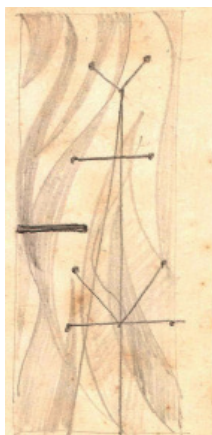


Figura 636: Stockli. Apuntes, N° 7.

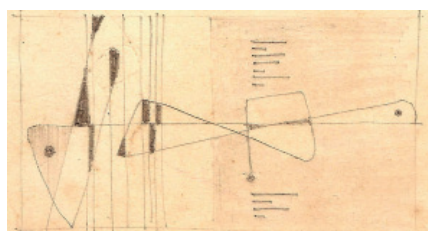


Figura 637: Stockli. Apuntes, N° 3.



Figura 638: Stockli. Apuntes, N° 2.

Sin embargo, produjo algunas obras libres pequeñas y apuntes, casi siempre con un carácter más bien experimental y robándole el tiempo—literalmente—a las horas de sueño.

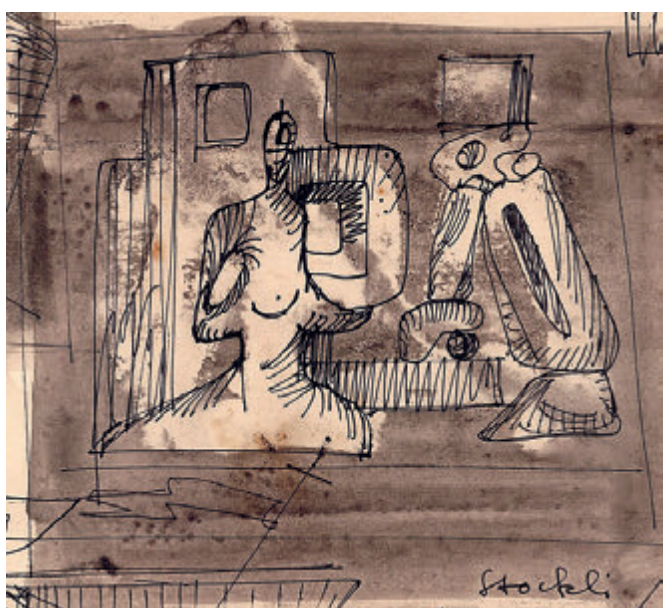


Figura 639: Stockli. Apuntes, N° 4.



Figura 640: Stockli. Apuntes, N° 8.

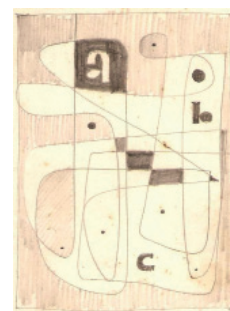


Figura 641: Stockli. Apuntes, N° 5.

Los pequeñísimos apuntes automáticos que hacía sobre la cartulina que protegía la mesa no existen más, los que he conservado estaban hechos en un cuadernillo de hojas Bond.

Algunas piezas son como juegos formales o abstractos, otras incluyen motivos tipográficos; aparte de ello, produjo también rápidos *sketchs* figurativos en grises.

Cuando decidió inscribirse en el taller de grabado de la Escuela de Bellas Artes se me aclaró esa preferencia por los valores tonales.

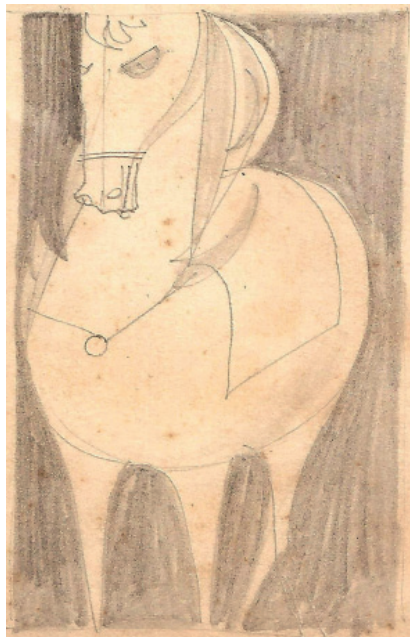


Figura 642: Stockli. Apuntes, N° 9.



Figura 643: Stockli. Apuntes, N° 6.

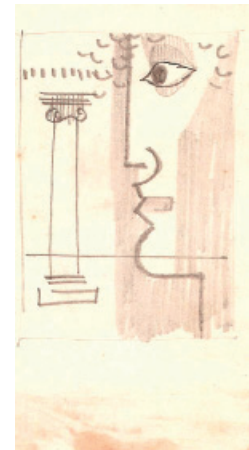


Figura 644: Stockli. Apuntes, N° 12.

Aunque ciertos apuntes que aparecen en una misma página son de distinta temática, otros podrían suponerse solo gestos lúdicos, referidos a una búsqueda de libertad.



Figura 645: Stockli. Apuntes, N° 11.

Durante un año asistió puntualmente, las primeras planchas que produjo en esos días fueron decididamente ornamentales, ya que su prisa era aprehender las diversas técnicas del grabado en metal en el lapso de las clases que era de seis a nueve de la noche.

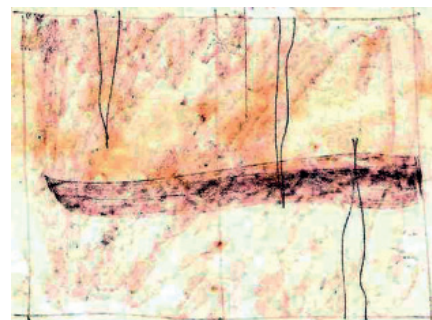


Figura 646: Stockli. Apuntes, N° 14.

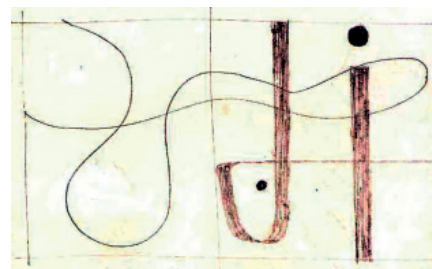


Figura 647: Stockli. Apuntes, N° 10.



Al siguiente año, luego de avanzar una parte de la preparación de las planchas en el estudio, iba a la escuela para la impresión y ajustes finales. Produjo entonces con mayor dedicación planchas ciertamente abstractas. En todo ese tiempo realizó aproximadamente unas veinte planchas, casi todas de unos 30 x 40 cm.

Figura 648: Stockli. Apuntes, N° 13.

Esta suave gimnasia de pequeñas creaciones realizadas sin encargo previo, resuena—a medio siglo de distancia—como un ejemplo, algo a lo cual hoy uno podría apelar en las sesiones largas, entre *mouse* y *mouse*, como un bálsamo para nuestros metacarpianos y por supuesto en previsión de la siempre amenazante tendinitis informática.

Claude Dieterich

En Dieterich, los deportes que practicó con asiduidad—karate, paracaídas, motociclismo—y el baile quedaron asociados al entusiasmo y capacidades de juventud. Pero los resultados del rigor experimental de tales disciplinas parecen seguir siendo un matiz que complementa y acompaña siempre su actividad artística.

Figura 649: Dieterich. Grabado. La figura del pez, realizada en la técnica del grabado, fue aplicada a las necesidades y función del diseño, expresándose así en un lenguaje gráfico poco usual en el medio.



Figura 650: Dieterich. Dibujo en la playa. Los dibujos en la playa, sin practicidad preconcebida, pueden revalorar el deleite estético, una simple gimnasia espiritual.



CD: Y ese afiche tiene folleto. El pescado lo he grabado en linóleo y después lo he mal-impreso a propósito y lo he ampliado; entonces tú tienes defectos por todas partes.

OSC: *Que a la vista se reconocen como texturas.*

CD: Sí, y lo llevé donde Campodónico que lo imprimió en plateado. Además le hice un juego que me gustaba mucho: usar dos colores en superposición. Acá, este es un amarillo sobre un fondo azul, no sé cómo explicarte, pero no he calado ni nada. ¡Pum, el amarillo! Y cae impreso sobre el azul. El azul queda azul y el amarillo se pone verde, porque hay azul debajo.

OSC: *Y ambos plateados.*

Esos son dibujos que hago, siempre dibujo.

Leslie Lee, David Herskovitz y yo... dando un paseo. Carmen Marina García Sayán era la esposa de Leslie y mi alumna de la Católica. Su hermano tiene una hacienda en Cañete y todos los fines de semana íbamos con Sabino Springett, Leslie y David... y la pasábamos dibujando.

Sí, esa es mi predilección desde los 14 años: dibujar a plumilla, plumón, lo que sea, a blanco y negro.

Joe De León



Figura 651: De León. Cuadro N° 2.

Luego de una etapa de su vida dedicada en mayor medida a la gráfica, ha retornado a la que más que una afición paralela es su vocación inicial: ser pintor a tiempo completo.

Parco en la expresión, como su suave sonrisa, cuando retoma la figuración lo hace con un toque festivo o de ironía, que aparece en sus cuadros con la discreción de un sarcasmo cómplice, solo para el espectador que penetra en la intimidad que palpita al interior de la tela pintada. Así, las plumas de sus gallos son una invitación a remirlas.



Figura 653: De León. Cuadro N° 3.

Figura 652: De León. Cuadro N° 1.



A despecho del depurado dibujo de figura que ha caracterizado sus producciones como ilustrador y jefe de arte en agencias, su pintura abstracta en formatos grandes luce reminiscencias orgánicas, sugerencias de atavismos y encauzada vitalidad.

Jesús Ruiz Durand



Figura 654: Ruiz Durand.
Libro *Introducción a la iconografía andina*.



Figura 655: Ruiz Durand.
Serie *Pintura pop*.

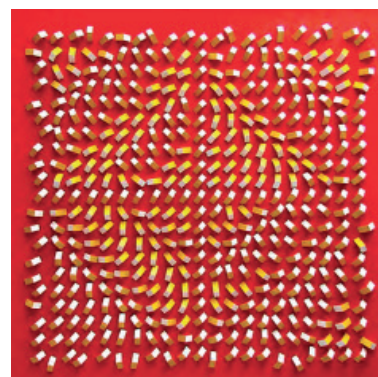


Figura 656: Ruiz Durand.
Serie *Cinéticos*.



Figura 657: Ruiz Durand.
Serie *Pop político*.



Figura 658: Ruiz Durand.
Serie *Ópticos del siglo XXI*.

Interesado y conocedor de la cultura andina por derecho propio, publicó en 2004 el trabajo de investigación *Introducción a la iconografía andina*, libro de 352 páginas con 698 ilustraciones de la cosmogonía precolombina en presentación digitalizada, en cuyo prólogo Fernando de Szyszlo dice: “El muestrario de iconografía andina referida a los departamentos de Ayacucho, Cusco y Puno reunida por Jesús Ruiz Durand y sus colaboradores, es un trabajo valioso y encomiable. No contábamos con una recopilación tan minuciosa y seleccionada con tan buen criterio (...) es un trabajo que conforme pase el tiempo será cada vez más valioso y más buscado”.

Profesional también en la fotografía y con estudios en la Escuela de Bellas Artes, alterna los recursos plásticos de manera que los límites entre una obra de comunicación gráfica experimental o una pintura portadora de crítica social son un tanto indiscernibles.

Pinta con regularidad, generalmente en formatos medios y grandes; en cuanto a materiales ha trabajado en técnicas diversas y en cuanto a estilos ha acompañado las variables de la época, el *op* y el *pop*, aportando incluso su propia versión conocida como “*pop*-achorado”. Actualmente prefiere la versatilidad del mundo digital. Tiene obras expuestas en el país y en el extranjero.

Su labor de traducción en lengua vernácula, así como la incidencia por años en el campo del *jazz* a través de su programa de radio en Filarmonía son temas que merecen mención aparte.

Paralela a su obra diseñística, cada imagen aquí es representativa de toda una serie con contenidos plásticos y comunicativos propios.

Desde la serie *Cinéticos* de los años sesenta (Fig. 656) hasta series como *Memorias de la ira* o *Pintura pop*, infatigable, Ruiz Durand renueva su presencia en la vida social, política y cultural del país.

Los ejercicios que hiciera en los sesenta, referidos al *op* en boga y a sus propios fundamentos matemáticos, ahora son retomados digitalmente (Fig. 658) en *Ópticos del siglo XXI*. Su espíritu crítico y su visión humanista—presentes desde la serie pictórica referida a Uchuraccay o los afiches *pop* que en su momento promovieron la Reforma Agraria (Fig. 657)—siguen haciéndose escuchar en obras de dimensión y conocimiento cada vez más universal, como la serie de *Pop político* donde personajes como el Tío Sam y los superhéroes Batman, La Mujer Maravilla y Superman (Fig. 655) denuncian los lados oscuros de la política internacional.

Materialmente, la serie llamada *Trípticos profanos* es de pintura volumétrica y significativamente porta contenidos sociales y políticos. Esta pieza, construida a base de placas pintadas, tiene un efecto cinético de transformación.

El recurso técnico-mecánico proveniente de la propaganda en exterior emparenta la obra con el producto masivo y el gusto popular. Visualmente, Santa Rosa de Lima es por un momento Sarita Colonia, al siguiente es La Mujer Maravilla. El enfoque crítico sobre el entorno político y sus repercusiones estéticas deja abierta toda interpretación referida a la comprensión de los íconos del culto oficial, a la apropiación de los elementos simbólicos universales y a su posible contrastación con los símbolos culturales locales



Figura 659: Ruiz Durand. Serie *Trípticos profanos*.



Figura 660: Ruiz Durand. Serie *Trípticos profanos*. *Detalle*.

Víctor Escalante

Su tránsito paulatino hacia la pintura conlleva que recientemente dedique gran parte de su tiempo a esa actividad.

Trabaja en formatos grandes, prefiere las tradiciones de nuestros pueblos, cuyos temas y motivos simbólicos y oníricos traduce en formas y colores lindantes con la abstracción.



Figura 661: Escalante. Yacumama. De la exposición *Ikamiaba*. Amazonas.

“Víctor Escalante es un artista polifacético, favorecido con múltiples dones, que le han permitido desempeñarse como diseñador gráfico, pintor y editor en un medio difícil como Lima (...) Frecuentó los talleres de grabado de la Universidad Católica y entró en el fascinante mundo del periodismo en 1963. A partir de entonces su relación con la gráfica será un amor a primera vista que trata de ser fiel, como todos los grandes amores, porque la pintura también lo ha seducido reclamando lo que es de ella. Escalante, como buen amorador, se las ha arreglado para tener a las dos contentas (Alfonso Castrillón Vizcarra, historiador de arte)”.

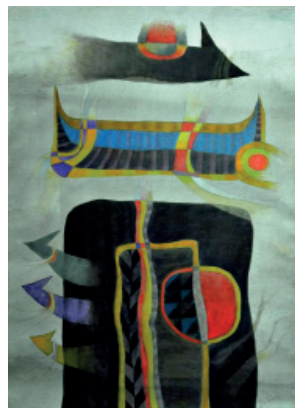


Figura 662: Escalante. Cuadro.



Figura 663: Escalante. Con Fernando de Szyszlo.

Carlos González

Con cinco décadas como diseñador gráfico y quince años de experiencia docente, su trayectoria como artista plástico incluye la pintura y la escultura, que ha cultivado paralelamente.



Figura 664: González. Monumento en la bahía de Paracas. El monumento creado por concurso en el sesquicentenario de la expedición libertadora del general José de San Martín (1970) es una gran escultura abstracta de gran formato (18 m) en mármol.

Figura 665: González. "Cruz de camino". Está en la línea de "geometría sensible", desarrollada desde 1978, que culmina en la serie *Polípticos* (1990).



Figura 666: Mates, 1974-1976. Son volúmenes de pequeño formato, que desde la abstracción geométrica formal nos remiten al espíritu del mate burilado tradicional.



González acostumbra a hacer estudios pequeños y bocetos previos antes de pintar; cuenta con diversas exposiciones en el país y en el extranjero. En el Anexo 25 incluimos artículos de periódicos y entrevistas de 1990 a 1992.

Ciro Palacios

Su formación académica en las artes plásticas como pintor fue desde un inicio compartida con su producción en la gráfica como diseñador, realizando posteriormente un cambio de peso hacia la docencia en el área de la comunicación. De hecho, en la práctica, estas actividades se retroalimentan.



Figura 667: Palacios. Cuadro.

Figura 668: Palacios. Ilustración pictórica para revista *Contratexto*.



En *Ciro Palacios*, el pintor, la elección de los formatos de gran tamaño asegura por un lado el vínculo comunicativo e impactante con el espectador; por otro, posibilita una dialéctica subsiguiente de matices delicados, ya que muchas veces el gran objeto visual porta detalles sutiles para quien recorra la superficie desde una mirada más cercana. Algunos cuadros de la época *op* de *Ciro* tenían una construcción minuciosa, con pequeñísimos elementos volumétricos cuyo efecto variaba según se situara el lector; pero las variaciones de los reflejos laterales de los modulitos eran aleatorias según la fuente indirecta de luz.

Como a la mayoría de artistas que se formaron en la segunda mitad del siglo XX, el advenimiento del abstracto conllevó un cuestionamiento que llegó al extremo de considerar opcional el dibujo al natural y de figura. Quienes como *Ciro Palacios* lograron entonces estudiar anatomía y figura humana, no solo sobrevivieron a esa moda, sino que cuentan hoy con un recurso útil para la exploración. En pintura o en ilustraciones *Ciro* recorre diversos niveles desde la figura estilizada hasta la abstracción.

Carlos Tovar



“Carlín” ha recibido varias distinciones, entre ellas el premio Periodismo y Derechos Humanos 2009 y el premio “Huaman Poma” (septiembre de 2012), en reconocimiento a su trayectoria en el campo del humor gráfico y la caricatura.

Serie de personajes universales:



Figura 670: Tovar. Alfred Hitchcock.



Figura 671: Tovar. Los Rolling Stones.



Serie de personajes de la política nacional:

Figura 672: Tovar. La familia presidencial. Al centro el presidente Ollanta Humala de la mano del siempre presente Vladimiro Montesinos.

La caricatura nacional, motivo de aplauso fácil o de respuestas ácidas, es ingrata por efímera. También allí “Carlín” es exitoso, acompañando a diario el sentir de sus lectores, que es el sentir popular.

Figura 669: Tovar. Distinción como periodista.

Fundamentalmente formado como arquitecto, y con un paso significativo e insoslayable por la gráfica, su elección por la caricatura —sobre todo la caricatura política— lo ubica en el rango más alto dentro de esa especialidad. Desde hace varios años produce caricatura diariamente y tiene libros publicados. Su preferencia actual en este rubro son las herramientas digitales.

La caricatura internacional es un ámbito en el cual “Carlín” se desenvuelve con holgura, como nos ilustran las imágenes de Alfred Hitchcock o de los Rolling Stones. No basta el parecido superficial, sino hacer aflorar la actitud interna y reflejar el entorno. Sus caricaturas de personalidades del mundo del arte, la cultura o la política lo sitúan a nivel de competencia con los más renombrados a nivel internacional.

Octavio Santa Cruz

Por mi parte he producido sin encargo en dos ocasiones. La primera en 1964, mientras instalaba mi *atelier* y trataba de hacer contactos con los primeros posibles clientes. Hice una veintena, entre figurativos y abstractos.



Figura 673: Santa Cruz. Búho. Este es uno de los grandes, en un pliego de cartulina, basado en un cuento de René Daumal.



Figura 674: Santa Cruz. *Descendimiento*. Algunos cuadros como este, donde el Cristo sedente del original de Tintoretto se ha trocado en Che Guevara, fueron en formato grande. Imagen recuperada de: <http://www.geocities.ws/octaviosantacruz>

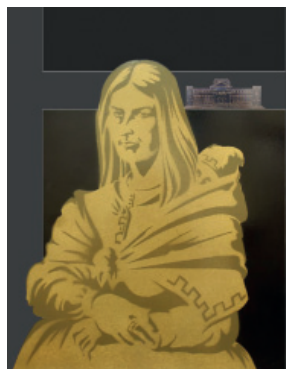


Figura 675: Santa Cruz. *Cholalisa*. N° 3. Cada cuadro con un escenario diverso.

La segunda vez, luego de seis años de intensa labor en diseño, fue para una exposición en la Galería Cultura y Libertad (1970). Me planteé una serie de cuadros con citas de autores clásicos, Buonarroti-Santa Cruz, Tintoretto-Octavio, y así, todos en versión moderna, con un concepto teatralizado, digamos, como si se tratara de obras o libretos con personajes actualizados. Un Rembrandt y el díptico de *La Creación* medían 2,40 m de ancho.

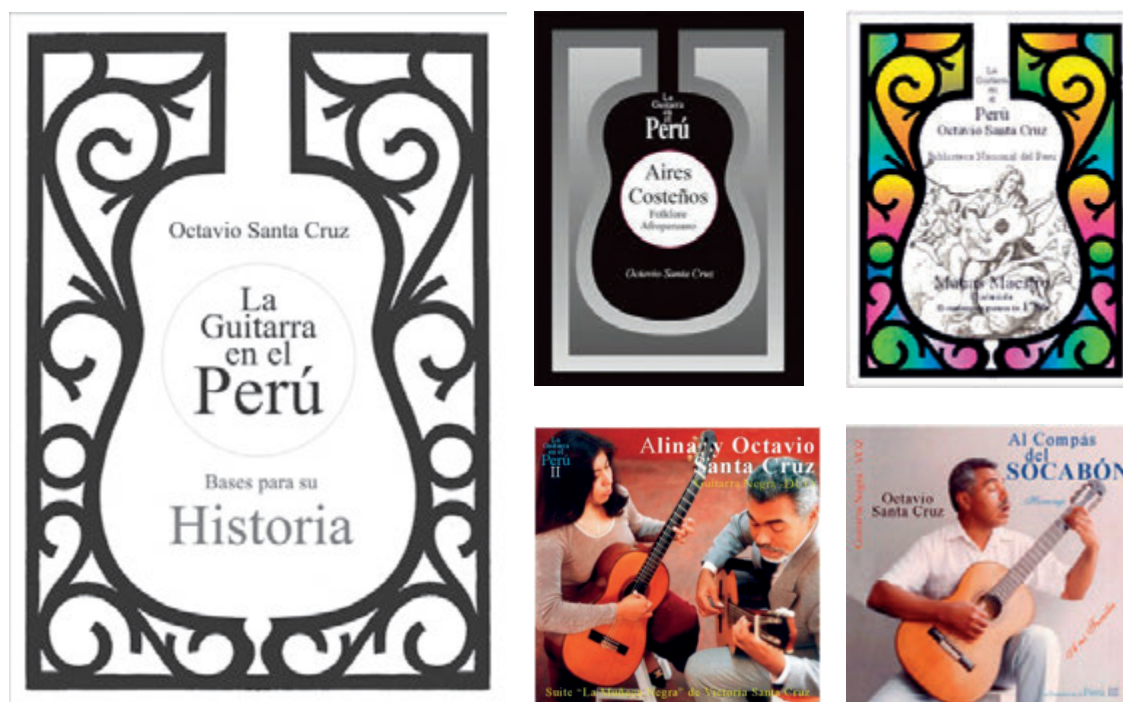


Figura 676: Santa Cruz. Partituras y CD para guitarra.

Y después de la exposición de los clásicos (ver Anexo 26), dediqué sistemáticamente unos minutos cada día a rescatar un patrimonio musical imaginado, lo que al cabo de varios años llegó a convertirse en una tesis de licenciatura sobre la historia de la guitarra escrita en el Perú y en una colección de partituras de guitarristas desconocidos e importantes.

La consiguiente publicación de este material conllevó el correspondiente diseño de las carátulas, que en algunos casos se ha realizado repitiendo el mismo motivo.

Comentario a “Otras dedicaciones, habilidades y competencias”

En este apartado hemos encontrado a nuestros entrevistados en facetas diversas de sus predilecciones personales. Tales preferencias, afines o disímiles a la producción gráfica, de algún modo la complementan o nutren.

- Stockli aspirando a un arte de mayor trascendencia a través de su periplo por el oficio de grabador y dejando en el camino apuntes pasajeros, como procurando desahucarse de cuanto la cotidianidad nos hace dar por establecido.
- Dieterich explorando los puntos de inflexión que permitan enriquecer su arte con la experiencia de disciplinas diversas.
- De León reencontrándose en definitiva con su nunca abandonada pintura.
- Escalante evidenciando un cambio de peso en su

producción actual. Al igual que Tovar, cuya caricatura es exitosa e influyente.

- González en incursiones periódicas hacia la pintura y hacia los volúmenes. Ruiz Durand siempre contextualizando el momento.
- Palacios incorporando cada vez más el ingrediente teórico. Santa Cruz en pos de enriquecer el relato.
- Guimoye y sus logros culinarios que no pueden degustarse en estas páginas.

En el caso de Bracamonte, su vocación por la pintura está presente a lo largo de su trayectoria, y por tratarse de un diseñador cuya producción abarca varias décadas, una mirada amplia de su obra gráfica nos permite sopesar su desarrollo, sus innovaciones y sus aportes. Por ello le dedicaremos la siguiente nota.

José Bracamonte Vera

Tuvo una larga producción, estilísticamente es el diseñador en quien más se perfilan cambios a lo largo de varias décadas. También es notoria la ambivalencia, que algunos compartieron, de aspirar por un lado a un sitio en el mundo del arte—lo que en su caso, creo, resalta en cada trabajo—y, por otro lado, ejercer subsistiendo desde un principio en la agencia o en la producción publicitaria; según vemos en su tarjeta profesional de 1960, donde, pese a que ya nos encontramos en la época de su *atelier* personal—sea que se trate de una concesión a la comprensión del público o simplemente al trato con su clientela directa y la agencia—, a lo que se alude es a su competencia en el mundo de la publicidad, presentándose como diseñador publicitario.

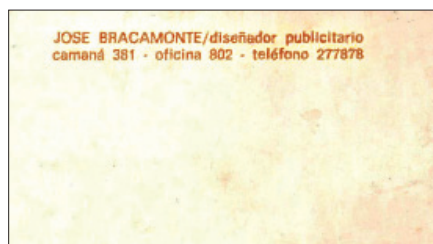


Figura 677:
Bracamonte. Tarjeta
personal.

Las diferencias que hay entre la producción de los años cincuenta y la de los sesenta, tanto en el desarrollo de las habilidades como en el punto de vista son significativas. Esta década es crucial; es a estos cambios a los que hemos llamado evolución y quizás fue así que el joven

dibujante de publicidad de los años cincuenta, en el tránsito persistente hacia su meta de encontrarse con el arte², llegó al cabo de los lustros a una serie de logros, convirtiéndose en el camino en diseñador gráfico. La producción de las décadas siguientes confirma este paso.

Es una grata ironía que Bracamonte nos permita esta reflexión, siendo que al inicio de nuestra investigación era de quien menos obras teníamos. En el desarrollo de este trabajo fueron apareciendo datos sueltos que reunidos resultaron ser valiosos.

Nuestro recorrido por las publicaciones de mitad del siglo XX se centró en las revistas *Fanal* y *Copé*. La colección *Fanal*, editada y distribuida gratuitamente por la International Petroleum Company Limited, desde 1945 hasta 1968, abarca 86 números. La colección *Copé*, editada por el Departamento de Relaciones Públicas de Petróleos del Perú, llegó a 31 números, desde 1970 hasta 2002.

De hecho, ser invitado por alguna de estas revistas en esos días era de por sí toda una distinción; y es también evidente la cuidadosa respuesta por parte de los autores, que aportaron siempre alguna novedad en sus carátulas.

Tanto en las obras que hemos escogido como en nuestros comentarios, nos hemos remitido solo a

2 “(...) Alöis Riegl (...) inventó la expresión *Kunstwollen*, que se traduce en español generalmente como *voluntad de arte o voluntad de forma*, y que ha conocido un gran éxito, siendo adoptada universalmente. Es decir, que el artista, aparte de todas las circunstancias que lo empujan en cierto sentido, puede oponer una resistencia de afirmación de su voluntad, y es, en última instancia, esa voluntad de forma la que ha estructurado las obras de arte más importantes de la historia” (Bayón, 1975: 41).

los casos de artistas cuya aproximación a la gráfica, en época temprana—digamos los años cuarenta o cincuenta—, resultó algo más que meramente incidental.

Adicionalmente, fue afortunado que entre estas carátulas de *Fanal* y de *Copé* hayamos recopilado algunas obras de Bracamonte, no solo porque llenan un vacío en la escasa y dispersa información disponible sobre este diseñador, sino porque contrastándolas es posible visualizar la evolución estilística de este artista, la que si bien no puede ser generalizada es al menos ejemplar.

Por otro lado, y finalmente, mi búsqueda de afiches, por tanto tiempo postergada, dio un resultado fructuoso. Hace décadas escuché comentar que en el Teatro Municipal de Lima había maravillas en afiches, algo así como una colección antiquísima, que jamás fui a verificar, y solo me pregunté qué habría sido de todo ello cuando el 2 de agosto de 1998 se dio la noticia de que el teatro había sido consumido por un voraz incendio que destruyó gran parte de su estructura. Ya por razones de necesidad, visité finalmente la Municipalidad de Lima, donde encontré programas de teatro³ de varias décadas. Las piezas provenientes de este archivo serán citadas como TML.

La obra más temprana que hemos hallado es la carátula N° 23 de *Fanal*, elaborada con un manejo moderado de los procedimientos técnico-materiales y portadora de una ilustración figurativa, que se sirve de recursos compositivos y formales seguros para subrayar la situación o anécdota que muestran los dos personajes de cara al lector. La obra corresponde a los 21 años de Bracamonte y es la época en que el artista iniciaba su formación⁴.



Figura 678: Bracamonte. Carátula de *Fanal* N° 23 (ca. 1949).

Diríase que el encanto de esta obra reside sobre todo en la afectividad que el artista se permite expresar, dando la apariencia de un sentir aún intuitivo. En cuyo caso el uso de una técnica acuarelística poco sofisticada resulta ser lo pertinente.

El siguiente momento en esta evolución lo encontramos cuatro años después, en otra carátula de *Fanal*, en la cual la ubicación en primer plano del huaco retrato resuelto con la técnica pictórica del empaste a pincel seco, la interpretamos como una elección que le permite lucir su flamante oficio en una vistosa demostración de la vocación que por lo visto abrazaba con fervor, ya que por esos días el joven artista luego de su paso por Bellas Artes continuaba su aprendizaje⁵ de pintor en el extranjero.

En nuestra apreciación de esta carátula, al efecto plástico se agrega el conocimiento de la interpretación del volumen visto como la superposición de varios colores, común tanto a las pinturas vanguardistas de entre siglos como a la reproducción de colores planos mediante el grabado en serigrafía.



Figura 679: Bracamonte. Carátula de *Fanal* N° 37, 1953.



Figura 680: Bracamonte. Programa *6 estampas del Perú*, 1960 (Archivo TML).

Aquí nos encontramos ya en 1960 y aparentemente estamos ante un salto estilístico. Es de suponer que de hallarse otras obras entre estas fechas asistiríamos a una transición algo más gradual. Pero en cuanto a la pieza presente, estamos ante una obra que resulta un hito estilísticamente hablando.

Luce varias fortalezas, desde la sencillez compositiva, ya que los elementos sueltos, líneas y masas se unifican en un solo objeto visible; lo directo del mensaje comunicativo que privilegia rasgos denotativos del vestuario folklórico; hace uso llamativo del color con blancos que en última instancia podrían provenir de un tratamiento simplificado al extremo, a partir de una iluminación inicialmente naturalista, de izquierda a derecha, y que se sirve asimismo del blanco como contraste máximo contra la línea negra que traza los contornos y algunas posibles sombras.

- 3 La colección consta de varios volúmenes encuadernados en pasta dura, con programas del Teatro Municipal, obra debida a la acuciosidad personal de uno de sus trabajadores, el señor Adolfo Escobar, quien—según se aprecia— recopiló los volantes y programas de mano repartidos noche a noche durante décadas, datándolos secuencialmente y creando así una fuente invaluable de información. La colección había sido visitada por Maureen Llewellyn Jones, historiadora en arte e investigadora en danza, quien me indicó cómo llegar.
- 4 La nota biográfica aporta una precisión: “actualmente cursa estudios avanzados en la Escuela Nacional de Bellas Artes” (*Fanal* N° 23, ca. 1949).
- 5 La nota biográfica al interior de la revista nos agrega este dato: “Bracamonte Vera, joven pintor chiclayano, se halla en São Paulo, Brasil, haciendo estudios de pintura en el Museo de Arte Moderno” (*Fanal*, N° 37, Vol. VIII, 1953).

También el uso de colores planos, en número de dos y más aún sin emplear medios tonos ni sfumados o mezclas, es a la vez garantía de impacto visual, sencillez técnica y economía de gastos.

Anecdóticamente podría aludirse como lugar común cierta reminiscencia tardía a las formas de los indigenistas, en lo que no insistiremos por obviedad de coincidencia temática.

Sí mencionaremos, en cambio, que ya desde aquí se nota la poca preferencia de Bracamonte por presentar personas en grupos. Salvo unas ilustraciones en *Fanal* N° 22 y la pareja en la carátula de *Fanal* N° 23, lo que más veremos en adelante serán figuras en acciones individuales.

Han pasado ocho años desde su viaje de estudios⁶, su actividad en el diseño y su prestigio se afianzan cada día; y en esta carátula se permite distribuir en el espacio elementos cuyo valor plástico no parte de ni reside en la factura manual ni en lo expresivo-creativo.

Al margen de la evaluación estética que la carátula nos merezca o de cuánta haya sido la participación del dibujante y cuánta la del fotógrafo, lo que podemos decir fundamentalmente de esta pieza es que es una obra de diseño gráfico neto, estilísticamente contemporánea si miramos la fecha de ejecución y, más aún, una obra de su etapa de diseñador adulto⁷ desde el punto de vista profesional.

Veremos ahora otros diseños suyos cuyos elementos evidencian su formación plástica.



Figura 682: Bracamonte. Programa de teatro, 1961. Trudy Kressel y su grupo de danza moderna (Archivo TML). Tríptico. Extendido: 21 x 30 cm; plegado: 10 x 21 cm. Tipografía: tres tintas planas sobre cartulina rústica gris.

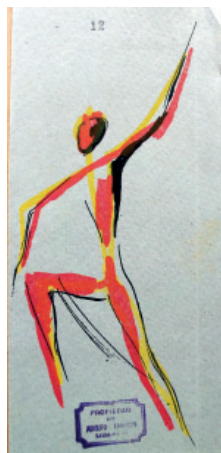


Figura 684: Bracamonte. Programa Ballet siglo XX, 1963. A4, Couché (Archivo TML).



Figura 685: Bracamonte. Programa de teatro, 1962.

El siguiente número de la revista *Fanal* donde encontramos obra de Bracamonte nos presenta al diseñador en ejercicio de sus capacidades conceptuales y compositivas.

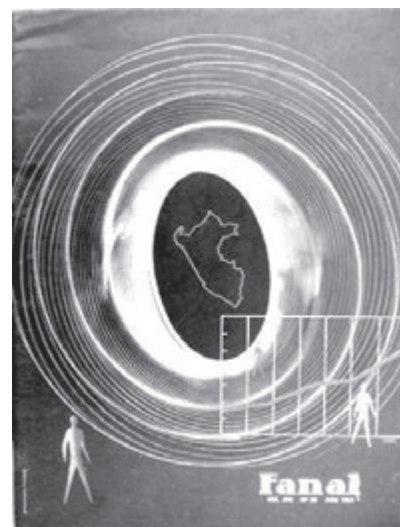


Figura 681: Bracamonte. Carátula de *Fanal* N° 58, 1961.

6 La nota biográfica al interior de la revista reseña: "(...) viajó al Brasil en 1953, estudiando pintura y gráfica publicitaria en el Museo de Arte Moderno. Posteriormente se dirigió a Santiago de Chile, donde estudió grabado con Nemesio Antúnez" (*Fanal* N° 58, Vol. XVI, 1961).

7 La misma nota continúa: "(...) ha obtenido recientemente el primer premio en el concurso de afiches para la Segunda Feria Internacional del Pacífico a realizarse en Lima el próximo mes de octubre" (Ibíd.).



Figura 686: Bracamonte. Programa Orquesta Sinfónica Nacional (OSN), 1963 (Archivo TML).



Figura 687: Bracamonte. Programa Orquesta Sinfónica Nacional (OSN), 1963. Tipografía sobre opalina (Archivo TML).



Figura 688: Bracamonte. Programa Orquesta Sinfónica Nacional (OSN), 1963. Tipografía sobre foldcote (Archivo TML). Cambio de colores durante la temporada.

Un programa de teatro de 1964, cuya ilustración—que abarca carátula y contracarátula— es abstracta, dibujada toda a líneas; lo probable es que provenga de un original en metal, ya que el trazo presenta huellas de haber sido hecho con una ruleta de grabador.

En la revista *Cultura y Pueblo* encontramos que se emplea la misma ilustración, a toda la extensión de la página, esta vez en posición vertical y repetida al espejo.



Figura 689: Programa de teatro sin título, 1964 (Archivo TML).



Figura 690: Bracamonte. Revista *Cultura y Pueblo* N° 9-10, 1966, pp. 14 y 15.

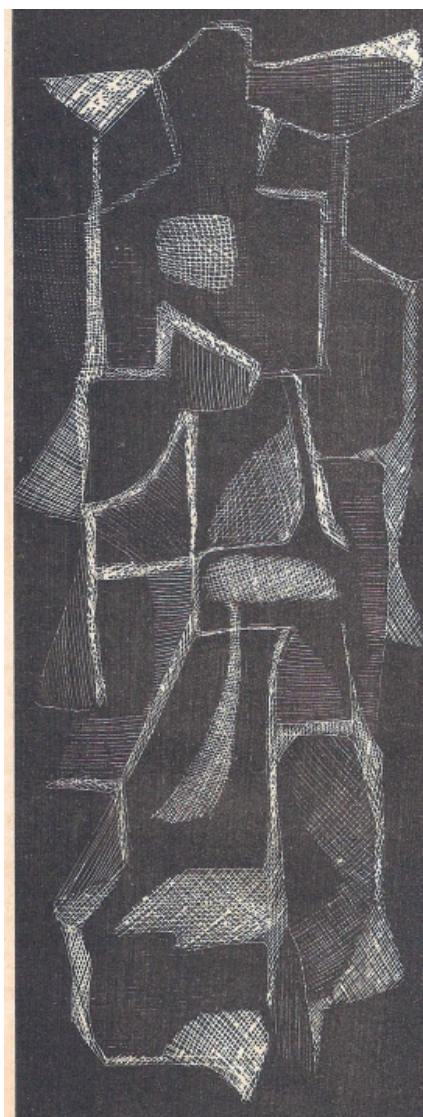


Figura 691: Bracamonte. Revista *Cultura y Pueblo*. Detalle, en grabado.

Según vemos, avanzados los años sesenta, Bracamonte se afianza en una figuración cada vez más estilizada y en otros casos aborda abiertamente el abstracto.

En este brevísimo panorama de la producción gráfica de José Bracamonte, el periplo por donde las carátulas de *Fanal* actuando como hitos nos han guiado se completa en un punto culminante con otra carátula cuya factura, si la cotejamos con las anteriores e incluso con otras obras de afiches o logotipos, es comparativamente más suelta, más fresca.

En la revista *Copé* N° 16 (1976), la carátula es encarada con un desenfadado efectismo pictorista. Lo que, apoyándonos en la secuencia temporal y en los datos histórico-biográficos, nos permite arriesgar juicio y clasificarla como obra de madurez.



Figura 692: Bracamonte. Carátula revista *Copé* N° 16, 1976.

Comentario a José Bracamonte Vera

En la secuencia de los trabajos de Bracamonte—es decir, desde mitad de siglo en adelante— se puede observar por un lado una constante en sus preferencias plásticas hacia la artisticidad más que a lo publicitario, lo que conlleva una siempre renovada progresión hacia las tendencias pictóricas más recientes, como en el caso del logo del Banco de Crédito del Perú (BCP), cuyo estilo es sencillamente *op art*. Esta es una obra que frisa la cuarta década de su producción.



Figura 693: Bracamonte. Logotipo del BCP.

En Bracamonte la referencia *op art* no es gratuita y podría explicarse significativamente. Digamos que la aparición de un cuadro *op* en la pintura de los setenta ya no era un *boom*, vanguardísticamente hablando; pero un objeto *op* en la mesa diaria del ciudadano “de a pie” sí que lo era⁸. De modo que no solo se trataba de una cuestión de moda, sino de estatus y de léxico contemporáneo, tanto para el artista como para su cliente. Es un hecho que Bracamonte prefería la sencillez. Mientras, por un lado, aquellos dibujantes figurativos a quienes los hados han favorecido con habilidades excepcionales no dudan en lucirlas, jamás he visto trabajos donde él presumiera de dibujante detallista. Quizás carecía de la disciplina o de la paciencia necesarias. De hecho sus dotes eran otras.

En Bracamonte esta no-precisión en los detalles—cosa que habrá de repetirse en otras ilustraciones y dibujos de figura de juventud— podríamos entenderla como una concesión, con el fin de no violentar su natural más simbolista, y que a la larga fue superada ampliamente al desarrollar su línea de diseños estilizados y simplificados.

De una u otra manera, los trabajos más logrados de Bracamonte los encontramos en los simbolismos y abstracciones de su madurez.

Bracamonte supo hacer de la sencillez, de la simplicidad, una virtud. En su momento fue el diseñador peruano “de avanzada” por excelencia.

Como ocurre con muchos artistas que alcanzan notoriedad, no tardaron en tejerse leyendas sobre su figura.

Quienes oían o repetían sobre su arte de diseñador no dudaban en atribuirle maravillas sin cuenta. No solo sobredimensionaban eso. Otro de los mitos era el de sus altísimos precios.

Una mañana, saliendo de Industrial Gráfica, me comentaba que más de uno de esos diseños tan elogiados había sido hecho de cortesía para cumplir con algún amigo; pero no quedaba alternativa, además, porque tal o cual entidad cultural conseguía al menos partida para imprimir bien un afiche y estar presente en el mercado es también importante⁹.

Al respecto, uno de los puntos de interés en la siempre proyectada asociación de diseñadores era establecer una tarifa única; la idea fue que uniformáramos precios para que ningún cliente escogiera a un artista por sus precios bajos.

8 En la aparición llamativa del *op* hubo mucho de mediático en atención al público receptor: “Cuando al *pop art* le sucedió como fenómeno periodístico el *op art*, hubo una tendencia natural de los periodistas a buscar la mayor cantidad posible de artistas *op*. De allí que se incluyera en esta categoría a artistas cuyo interés en los efectos ópticos era en realidad muy marginal. Una distorsión más seria consistió en presentar al *op art* como algo que había hecho una súbita aparición en la escena, casi como lo había hecho el *pop*. De hecho, la pintura óptica, como la abstracción ‘hard edge’, tenía profundas raíces en la tradición del Bauhaus y es la consecuencia del tipo de experimentos que el Bauhaus alentaba en sus alumnos” (Smith, 1979).

9 Algunos programas de teatro llevan al final la nota: “Diseño - Cortesía José Bracamonte”.

Síntesis y conclusiones

Capítulo VII

Los instrumentos y sus resultados

SÍNTESIS

Aun reponiéndose del horror y de la violencia de la guerra, y procurando revitalizar las propuestas del Bauhaus, los años cincuenta encuentran al diseño gráfico europeo de posguerra enfilando hacia una meta de altísimo nivel, liderado por profesionales como Max Bill, Anton Stankowski y Hans Erni, entre otros.

Joseph Müller-Brockmann y Armin Hofmann sistematizaron y difundieron los fundamentos, características y metodología de este diseño, que se hizo conocer primero como Escuela Suiza, Swiss Style y luego como International Typographic Style.

En la Lima de fines de los cincuenta y comienzos de los sesenta, los suizos Bovey, Bosshard, Stockli y Barandún hicieron conocer la profesión y cumplieron su cuota de ejemplo y enseñanza. Lo mismo había hecho el español Badía Vilató durante su breve estadía en los cincuenta. Y el diseñador francés Claude Dieterich dio inicio a la enseñanza a nivel universitario hacia los setenta.

Desde fines del siglo XX hasta comienzos del XXI la aparición de diversos centros de enseñanza, juntamente con la instauración de una nueva tecnología, han favorecido la creciente presencia de jóvenes profesionales del diseño, cuyas producciones se ajustan al nivel estándar requerido para los medios informatizados.

En el cruce donde los caminos se separan, el diseño gráfico ha dejado de ser una aspiración hacia un tipo de arte en el mejor nivel. La gran colectividad de profesionales de nuevo cuño y hasta de aficionados, que ven esta actividad como la mera utilización del *software* para la generación de productos gráficos masivos, conforma una mayoría que pareciera no tener siquiera noticias de esta opción; para ellos el diseño a computadora, aun en sus más logradas pirotecnias formales, deja sin tocar el aspecto significativo, incluyendo los conceptos y recursos que permiten acceder a su nivel más profundo.

Este trabajo estuvo orientado a clarificar el devenir de nuestro diseño, tanto en sus aspectos técnico-funcionales como en sus aspectos sensibles, los que le dan razón de ser. En atención al volumen de obras revisadas optamos por agrupar algunas y mencionar los aspectos comunes,

dejando para el análisis más amplio solo ciertas piezas escogidas que ameritaban un tratamiento específico, con lo cual quedaron destacadas las preferencias, temáticas, soluciones y características más representativas de nuestros artistas, permitiéndonos evaluar tanto sus rasgos generales como sus particularidades.

A riesgo de hacer preguntas de Perogrullo hemos interrogado a los diseñadores que conocieron las sutilezas del diseño manual antes de la llegada de la era informática; su reconocida solvencia y participación en el devenir del diseño en nuestro país ameritaba que recogiéramos hasta sus mínimos comentarios adicionales y anécdotas. Todo ello con miras a distinguir los hitos en la historia de este quehacer en el Perú, las características del diseño en sí mismo y su posible artisticidad.

Con los mayores agregamos además un conversatorio público en vivo, intercambiando incluso opiniones acerca de los ausentes, como en el caso de los diseñadores suizos. El intento fue cotejar nuestras memorias con el fin de evaluar lo que va de ayer a hoy. El resultado de estas entrevistas resultó caleidoscópico, cada cual enfatizó algún aspecto; desde aquellos que en las producciones de su vida prefirieron circunscribirse al área de la cultura o la docencia, hasta quienes procuraron aproximarse a los acontecimientos sociales, reflejarlos, comentarlos e incluso responder a los requerimientos de algún gobierno. En otros aspectos, sin embargo, el balance fue consensuado. Todos hemos coincidido en que el diseño en las últimas décadas ha variado cuantitativa y cualitativamente. Veamos en qué consisten estos cambios.

Si bien en los años sesenta mucho dependía del oficio, otro tanto dependía de la solidez conceptual. Ambas cosas eran tan difíciles de adquirir que los profesionales valoraban en mucho su posesión; hasta el más mínimo recurso era privativo del diseñador profesional. Hoy el universo virtual ha difundido la virtud del oficio entre el grueso público hasta la vulgarización. Y estando al alcance de todos se ha logrado la uniformidad cuantitativa. Al menos, a primera vista, todos los trabajos son presentables, coloridos y llamativos. Por lo cual pareciera paradójico que en el Perú, como en muchas otras partes, el diseño haya bajado en calidad desde los años sesenta.

Una de las razones es que cada vez hay más trabajadores de computadora, pero hay menos diseñadores.

La inmensa mayoría de jóvenes que trabaja en diseño no tiene ningún criterio para escoger la tipografía, porque no conoce la estructura de la letra. Nadie sabe dibujar una letra. Y no importa que uno no sepa hacerlo. Sin embargo, eso no parece ser motivo de preocupación, el programa se encarga.

El manejo de la computadora es cada vez más accesible, los programas son más amigables, se aprende a usar la máquina jugando.

La implementación de las computadoras es excelente. Los programas actualizados, las librerías surtidas de imágenes, abarrotadas de fuentes y los sofisticados medios de impresión aseguran resultados vistosos y presentables.

Pero, desde que el punto de partida es / *lo recreativo* como concepto / resulta comprensible que el objetivo sea lograr competencia en el manejo de programas gráficos, utilizándolos como juguetes.

Por lo tanto, la tendencia general se orienta hacia un diseño funcional. Y para un manejo práctico del diseño no se requiere conocer fundamentos visuales, composición, teoría del color, estructura de la letra, historia del arte ni análisis de la forma.

Por lo demás, al margen de todo compromiso ideológico y sin la menor preocupación por la relación texto-contexto, lo que una gran mayoría de jóvenes sin formación académica busca ahora es el facilismo operativo y la mayor rapidez en la ejecución.

Lo que ha cambiado es que lo que antes era muy difícil de hacer ahora es fácil, lo que antes era conocido solo por los muy buenos profesionales hoy lo sabe todo el mundo. Pero, por lo mismo, lo que antes era valioso y costoso hoy ya no tiene valor. A mitad de siglo, a nadie extrañaba que en las bienales de los sesenta se exhibieran afiches junto con pintura y escultura.

Si hoy le preguntáramos a un chico que hace diseño en Wilson cuáles son sus expectativas para exponer en un museo no lo entendería ni como broma.

Y por supuesto que no es solución para un trabajador del diseño computarizado que abra Google y “se baje” toda la parafernalia histórico-metodológica de los fundamentos del diseño; del mismo modo que leer un libro íntegro de recetas de cocina tampoco es solución para una persona desnutrida. Y no lo es porque, para comenzar, no es su problema. El problema que el diseño contemporáneo entraña existe tan solo para aquellos diseñadores cuya meta es alcanzar un nivel de excelencia. Y estos —como siempre ha sido— son una minoría.

Hoy que ciertos oficios y destrezas manuales ya no están vigentes y el concepto de creatividad en el diseño es poco discernible, quienes se inicien en estas lides harán bien en premunirse muy temprano de tales competencias, como quien asegura sus cimientos; así, cuanto luego se edifique a nivel informático tendrá una base sólida y segura. Dicho de otro modo, la situación es crítica y el diseño podría tener una alternativa en medio de la cultura de la recreación. Esto es particularmente necesario para las generaciones jóvenes. El ejemplo de un José Bracamonte produciendo diseño “moderno” a ultranza y orientando con ello el gusto del público; de Jesús Ruiz Durand siempre mirando más allá de su tiempo; la presencia de Claude Dieterich y Carlos González creando a un nivel de representatividad internacional; y los testimonios de los maestros con quienes hemos dialogado —a cual más competente en su oficio— brillan en nuestro horizonte profesional como una dirección por seguir.

La búsqueda de una actitud hacia el diseño que nos permita ser prójimos de las artes mayores —que es lo que algunos diseñadores de los años sesenta considerábamos legítimo— no es hoy la norma. Quisiera creer que aún hay quienes quieran ser la excepción.

En lo personal, mi aspiración es que el ejercicio de las maneras del Arte Gráfico Aplicado logre abrir el resquicio que nos permita conectar con un arte integrado e intencional, justamente allí donde el artista libre podría perder la brújula y tambalearse hacia lo fragmentario, lo vacío o lo banal. “Este ejercicio implica renovación constante”, pensaba en 1982 para la entrevista sobre los límites del arte aplicado (Anexo 20, N° 6). Y lo sigo pensando ahora.

CONCLUSIONES

1

El diseño gráfico en nuestro país se inició a fines de los años cincuenta y comienzos de los sesenta con la presencia en Lima de varios diseñadores europeos, representantes del movimiento de renovación conocido como Estilo Internacional o Diseño Suizo, que ya estaba imponiéndose en el mundo.

Aunque la enseñanza directa fue individual y restringida, su ejemplo tuvo recepción en el medio local de los trabajadores del arte publicitario.

2

El campo de trabajo de los pioneros y de sus discípulos fue inicialmente el de la difusión comercial, como las vitrinas o los avisos de prensa; y de acuerdo a las condiciones sociopolíticas de los sesenta hubo también gran incidencia en la producción cultural, carátulas de libros, diagramación de revistas y diseño de afiches.

3

El aprendizaje del dibujo por correspondencia —que en su versión historietista y publicitaria llegaba promovido a través de las revistas y cómics— despertaba interés masivo; sin embargo, en la práctica, tal enseñanza no se concretaba. Algunas opciones alternativas pudieron dar algunos frutos, como la Academia de Dibujo Comercial que tuvo una vida efímera de escasos meses y la academia de Joe De León que se mantuvo por años.

4

Luego de los años setenta, cuando el cambio de gobierno propugnó una política cultural con creación restringida e institucional de divulgación masiva e ideologizada y con predominio de la producción de afiches e impresos, cada uno de los productores de arte vinculados a los años sesenta continúa su actividad según sus opciones, vocaciones, aspiraciones y modalidades personales.

- Joe De León, que se inició con una elevada aspiración hacia el arte, con el tiempo ha retornado de lleno a la pintura de caballete que siempre amó.
- Eliseo Guzmán encuentra más seriedad en la arquitectura que en el diseño actual y Octavio Santa Cruz viró hacia la docencia en historia del arte.
- Victor Escalante ha ingresado con entusiasmo al mundo de la pintura.
- Ciro Palacios, que siempre fue pintor, incrementa su perspectiva desde sus estudios académicos y comparte su tiempo entre docencia y diseño digital.
- Carlos González prosigue con el diseño manual y cuando es preciso recurre a un técnico digital, como antes se sirvió de un artefinalista *paste-up*.
- Pedro Guimoye utiliza moderadamente varios programas. Prosigue su labor evitando el mal gusto, mediocridad y frivolidad de la mayoría de medios de comunicación, la “TV basura” y —sobre todo— procurando evitar todo dogma, sea político o religioso.
- Carlos Tovar está en su elemento en la ilustración digital especializada y en plena etapa de producción.

- Jesús Ruiz Durand continúa produciendo pintura y diseño digital, pero dentro del rubro editorial. “Actualmente mi propuesta es algo que yo llamo poesía visual”.
- Claude Dieterich usa programas informáticos solo para precisiones al crear sus nuevas tipografías. Su preferencia sigue inclinándose hacia la caligrafía tradicional con un énfasis personalizado. “Siempre hay más que aprender. No es el arte marcial, no es la caligrafía, es la vida”.

5

Acerca de los aportes de nuestros artistas al diseño actual, podemos recoger a grandes rasgos que:

- El mayor aporte de Bracamonte fue hacer que el diseño dejara de ser una profesión nueva.
- Escalante promovió la edición de poesía bajo su propio sello Arte Reda.
- Los pupilos de De León continúan en la vida profesional y entre ellos se cuentan algunos que son profesores.
- Dieterich inició la enseñanza académica de la profesión, pero su ejemplo sigue siendo una enseñanza, como el no dejarse encandilar por la moda: “Mi estilo es el no-estilo”.
- El aporte de Guimoye en la formación profesional ha sido importante en los ochenta.
- Palacios ha sido profesor, sobre todo en la Universidad de Lima, durante 35 años.
- Ruiz Durand enseñó y enseña cursos de estética contemporánea y gestión cultural. Paralelamente imparte cursos de arte digital e investigación en programación de *hardware* y *software* generativo.
- González valoriza las ventajas del diseño digital: “Lo fabuloso es ahora la rapidez. Significa que puedes hacer muchas cosas que antes no se hacían”.
- La caricatura de Tovar es informada, por lo que resulta coherente y esclarecedora.
- Guzmán nos recuerda que “el arte gráfico como todo arte no es apolítico”.
- Santa Cruz se enfoca hacia un recuento histórico del diseño gráfico.

6

En cuanto a nuestra hipótesis de trabajo –“es posible estructurar un corpus de biografías, obras y comentarios que pueda proporcionar una visión histórico-crítica de este período aun no registrado de las artes visuales en nuestro país”– afirmamos que con la participación de los propios diseñadores que dieron vida a esta etapa, acopiando sus datos, obras, comentarios y apuntes biográficos, nos fue posible estructurar el corpus suficiente para articular la visión histórico-crítica que inicialmente nos planteamos. Esto nos permite afirmar que el diseño gráfico realizado durante la década de los sesenta se caracterizó, en efecto, por una apertura hacia el estándar internacional, cuya propuesta más significativa era la aspiración a la creación artística en su más alto nivel.

BIBLIOGRAFÍA

Acha, Juan

1991 "Hacia un pensamiento visual independiente".

En: *Hacia una teoría americana del arte*.

Argentina: Ediciones del Sol.

2012 *El producto artístico y su estructura*. México: Trillas.

Ambrose, Gavin y Paul Harris

2009 *Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona: Parramón.

Arnheim, Rudolf

1995 *Hacia una psicología del arte. Arte y entropía*.

Barcelona: Alianza Editorial.

Bayón, Damián

1975 *Construcción de lo visual*. Caracas: Monte Ávila Editores.

Bonet, Juan Manuel, José Miguel Santiago Castello y Pablo Llorca

2010 *Colección ABC, el efecto iceberg: dibujo e ilustración españoles entre dos fines de siglo*. Catálogo de la exposición en el Museo ABC de Madrid (17/11/10 - 13/3/2011). Madrid: TF Editores & Interactiva S. L. U.

Bonsiepe, Gui

2008 "Prefacio". En: Silvia Fernández y Gui Bonsiepe.

Historia del diseño en América Latina y el Caribe.

São Paulo: Blücher.

Bouveau, Charles

1996 *Tramas: la geometría secreta de los pintores*.

Madrid: Akal.

Carrere, Alberto y José Saborit

2000 *Retórica de la pintura*. Madrid: Cátedra.

Castiñeiras González, Manuel Antonio

2007 *Introducción al método iconográfico*. Barcelona: Ariel.

Chordá, Frederic

2004 *De lo real a lo virtual. Una metodología de análisis artístico*. Prólogo de Mihai Nadin. Barcelona: Anthropos.

Costa, Joan

2007 *Diseñar para los ojos*.

Barcelona: Costa Punto Com Editor.

Dondis, Donis A.

1992 *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*.

Barcelona: Gustavo Gili.

Eco, Humberto

1968 *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.

1992 *Obra abierta*. Madrid: Planeta-De Agostini.

Fernández, Silvia y Gui Bonsiepe

2008 *Historia del diseño en América Latina y El Caribe*.

São Paulo: Blücher.

Francastel, Pierre

1975 *Sociología del arte*.

Madrid: Alianza Editorial.

1984 *Pintura y sociedad*.

Madrid: Cátedra.

Frutiger, Adrian

1985 *Signos, símbolos, marcas, señales*.

Barcelona: Gustavo Gili.

Gombrich, Ernst

1990 *Historia del arte*. Madrid: Alianza Editorial.

Grupo μ

1993 *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*.

Madrid: Cátedra.

Gutiérrez Viñuales, Rodrigo

2014 *Libros argentinos. Ilustración y modernidad (1910-1936)*.

Buenos Aires: Cedodal.

Hofmann, Armin

1965 *Graphic Design Manual*. New York: Van Nostrand

Reinhold Company Regional Offices.

1996 *Manual de diseño gráfico. Formas, síntesis, aplicaciones*.

Barcelona: Gustavo Gili.

- Kimberly, Elam
2014 *La geometría del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Leborg, Christian
2013 *Gramática visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Marchán Fiz, Simón
1981 *El universo del arte*. Madrid: Salvat Editores.
- Marshall, Lindsey y Lester Meachem
2010 *Cómo usar imágenes en diseño gráfico*. Barcelona: Parramón.
- Meggs, Philip B. y Alston W. Purvis
2009 *Historia del diseño gráfico*. España: Editorial RM.
- Morriña Rodríguez, Óscar
1982 *Fundamentos de la forma*.
La Habana: Universidad de La Habana, Facultad de Letras y Artes, Departamento de Arte.
- Müller-Brockmann, Josef
1982 *Sistemas de retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Munari, Bruno
1974 *Diseño y comunicación visual*. España: Gustavo Gili.
- Pächt, Otto
1986 *Historia del arte y metodología*.
Madrid: Alianza Forma.
- Pacioli, Luca
1959 *La divina proporción*. Buenos Aires: Losada.
- Panofsky, Erwin
1979 *El significado de las artes visuales*.
Madrid: Alianza Editorial.
- Plazaola, Juan
2003 *Modelos y teorías de la historia del arte*.
Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ramírez, Juan Antonio
1976 *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Ripa, Cesare
1593 *Iconologia*, parte seconda. Roma: Lepide Faeij.
- Rubio Marco, Salvador
2010 *Como si lo estuviera viendo (El recuerdo en imágenes)*.
Colección La Balsa de la Medusa. Madrid: Machado Grupo de Distribución.
- Santa Cruz, Octavio
1998 "Mi vida con los Santa Cruz".
En: *La Casa de Cartón* N° 14, II Época. Lima. OXY.
2015 "Mi tío Nicomedes". Lima. Ediciones Noche de Sol.
- Satué, Enric
2004 *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*.
Madrid: Alianza Editorial.
- Scott, Robert
1970 *Fundamentos del diseño*.
Buenos Aires: Editorial Víctor Leru.
- Smith, Edward Lucie
1979 *Movimientos en el arte desde 1945*.
Buenos Aires: Emecé Editores.
- Sontag, Susan
2004 *Ante el dolor de los demás*.
Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Wong, Wucius
1972 *Principles of Two Dimensional Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Company Regional Offices.
- Zecchetto, Victorino
2012 *Seis semiólogos en busca del lector*.
Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

ANEXOS

Anexo 1 Evolución del alfabeto

Nombre antiguo	Significado probable	Nombre griego	pictogramas cretenses	fenicio	griego arcaico	griego clásico	latín	inglés moderno
alef	buque	alfa	𐀀	𐤀	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
bet	casa	beta	𐀁	𐤁	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
gámal	camello	gamma	𐀂	𐤂	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
dalef	puerta plegable	delta	𐀃	𐤃	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
he	cebolla	épsilon	𐀄	𐤄	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
waw	gancho, clavo		𐀅	𐤅	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
zayin	arma	delta	𐀆	𐤆	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
jet	vela, barrena	eta	𐀇	𐤇	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
teri	una cuna (?)	zeta o theta	𐀈	𐤈	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
yodh	mano	iota	𐀉	𐤉	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
kaf	mano doblada	kappa, cappa	𐀊	𐤊	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
lamed	aguijate	lamba	𐀋	𐤋	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
mem	agua	mi	𐀌	𐤌	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
nun	pez	ni	𐀍	𐤍	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
samekh	puntal (?)	xi	𐀎	𐤎	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
ayin	ojo	ómicron	𐀏	𐤏	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
pe	laca	pi	𐀐	𐤐	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
tsade	anuelo (?)		𐀑	𐤑	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
qoph	ojo de la aguja (?)	qoppa	𐀒	𐤒	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
resh	cabeza	ro	𐀓	𐤓	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
shin, sin	diente	sigma	𐀔	𐤔	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G
tav	marco	tau	𐀕	𐤕	Α Β Γ Δ Ε	Α Β Γ Δ Ε	A B C D E F G	A B C D E F G

Figura 694: La evolución del alfabeto occidental. Lámina en Meggs y Purvis, 2009: 18.

Anexo 2 Falseti por Alfonso La Torre / Caricatura de “Cano” Romero



Tradiciones Peruanas de don Ricardo Palma por Alfonso La Torre

Figura 695: Alfonso La Torre. Falseti

En: *El Comercio de la tarde*, 30 de marzo de 1959.

Tardé mucho en evaluar que la tira Falseti que veía en mi niñez era también dibujada por el autor de una historieta seria con tema histórico; y más en darme cuenta de que esas tiras eran peruanas.

Por lo general, los dibujos de “Cano” aparecían publicados siempre en *La Crónica*, a toda página y hasta a doble página. Eran caricaturas y chistes sobre futbolistas, cosas ambas por las que no le dediqué mayor atención, pero sí noté que los hinchas del fútbol buscaban esas páginas con avidez. Recientemente, para esta mención, he sabido que “Cano” era un diminutivo, su nombre era Juan Alejandro Romero. Algunas de las caricaturas aparecían en grises, podría ser un original a tinta aguada, pero más probablemente provenían de un original acuarelado a color, o tal vez con lápices Mongol que entonces eran muy usuales.



Figura 696: “Cano” Romero. Caricatura, 1959.

Anexo 3: El logo de Oiga en Modular

En los años ochenta se publicó en Lima, bajo la dirección de Carlos Sotomayor, la primera revista sobre diseño editada en el Perú, *Modular*. Por su carácter esclarecedor y docente, ofreciendo informaciones novedosas y planteando nuevas perspectivas estaba dirigida a las nuevas generaciones de diseñadores. Tuvo dos etapas: de 1985 a 1989 y de 1993 a 1994.

Posteriormente, en enero de 2008, se anunció una nueva época, siempre bajo la dirección de Carlos Sotomayor, ahora en formato digital y a través de un *blog*, del cual se puede descargar la revista en PDF.

Fue precisamente en esta revista que circuló la atribución errada sobre la autoría del logotipo de Oiga.

En la página 2 del número 8 de la revista *Modular*, correspondiente a mayo-junio de 1994, publicaron nuestra nota aclaratoria que reproducimos aquí.



La revista se reserva el derecho de publicar las cartas. Debe incluir su nombre, dirección y especialidad. Dirija su correspondencia a modular, sección Al pie de la letra.

Me dirijo a ustedes en relación a la nota que sobre el logotipo de la revista *Diga* apareció en *modular/6*, en ella, la revista se refiere al diseño de este logo destacando aspectos relevantes como impacto visual, funcionalidad, etc., atribuyéndole la paternidad del mismo al arquitecto y artista-decorador Marcolino Maritre, lo que es un error. En efecto, el propio señor Francisco Igartua, director de Oiga, hizo la rectificación en la edición siguiente, pero



Octavio Santa Cruz aclara.

oiga

Logotipo original de Oiga.

atribuyó el diseño al grafista francés Claude Dietrich. Sin embargo, la aclaración es aún incompleta: El logotipo fue ideado a mediados de 1963 por el diseñador gráfico suizo Werner Stoeckli.

Entiendo que había una relación de amistad y fue un trato de caballeros entre Igartua y Stoeckli, hasta donde yo recuerdo. El logo fue confeccionado en tipografía Helvética, que era el boom en los años '60. Como aún no aparecían los alfabetos transferibles (Letraset) ni otro medio de composición hoy usuales, tuvo que ser dibujado a pulso, a dos tintas sobre cartón maqueta y con máscara de guía de color. Con el boceto aceptado, Stoeckli encargó a un aprendiz de su atelier que elaborara el arte final según sus indicaciones. El aprendiz era yo. Sólo añadiré que hoy esta aclaración por motivos didácticos y referenciales, en atención a una posible Historia del Diseño Gráfico en el Perú. Atentamente, Octavio Santa Cruz, diseñador gráfico

Figura 697: *Modular* 8. Carátula y nota.

Anexo 4: Aprendizaje y enseñanza

Santa Cruz: El concepto de que las cosas se aprenden mejor cuando uno las enseña no es nuevo; afortunadamente para mí, llegó muy temprano a mi vida. En este apartado tratamos sobre los pupilos de Juan Rivera Saavedra, su devenir en la vida profesional hasta nuestros días y, en mi caso personal, de cómo a mí vez pude orientar en sus inicios a otras personas.

La Academia de Dibujo Comercial

Corrían los primeros meses de 1960 y Rivera con otros colegas dibujantes decidieron abrir una academia. Tomaron un local en Camaná, en los bajos del taller que compartían Belisario Soto “Belico” y Bermúdez, que era visitado con frecuencia por varios artistas, entre ellos Víctor Humareda.

La experiencia era casi alucinante, aún estaba en mi memoria la legendaria y discontinuada escuela de historieta seria de Alex Raymond y su consecuente más inmediato la Escuela Panamericana de Arte, también de historietas, y cuya propaganda yo había visto en las revistas argentinas *Rico Tipo*, *Pobre Diablo*; y, por cierto, había mirado y remirado las páginas del cuadernillo que me enviaron justo cuando terminaba secundaria. Esas academias ofrecían cursos de dibujo por correspondencia, pero ahora esta academia similar, en versión nacional, la teníamos acá en Lima; la idea era empezar con enseñanza personal para luego ampliar a clases por correspondencia. Víctor Marcos dictaba “Chica bonita” —estilo impuesto por los dibujantes argentinos en las revistas pícaras—; Alejandro Estradacaldas, quien era el letrista de la revista *Avanzada*, enseñaba cómo dibujar las letras de la historieta y también las letras para publicidad. Entre los colaboradores estaba Javier Flórez del Águila, que hacía muy bien la historieta seria y había seguido el curso de Raymond.

También estaba anunciado Rubén Osorio, creador de *Cadena de oro* y otras historietas que hicieron época entre el público escolar, lo mismo que la revista *Loquibambía* entre adultos. Hernán Bartra, creador de los personajes Coco, Vicuñín y Tacachito —que eran niños representantes de costa, sierra y selva en la revista *Avanzada*, cuyo personaje central era el padre CEM (Cruzada Eucarística Misional)— visitaba la oficina de “Belico” y la Academia, mas no lo vi dictar clase.

Y nada menos que Julio Fairlie dictaba la clase de dibujo humorístico; una vez que fui de visita lo vi dibujar en la pizarra mientras explicaba: “si el personaje es humorístico, todo en él debe reír, su nariz ríe, su sombrero ríe, miren, hasta su zapato está riendo”. No me

pareció de una técnica muy sofisticada, pero enseñaba haciendo ante nuestros ojos y eso era sumamente motivador. Por otro lado, Fairlie en persona era el creador de *Sampietri*, una tira cómica muy conocida, y no sé si para otros, pero para mí era poco discernible la diferencia entre *Rip Kirby*, *El diario de Julieta Jones* o *Mandrake* y las tiras nacionales; para mí todas eran tiras de periódico y por lo tanto sus autores eran mitos.

Unas semanas atrás yo ni soñaba con conocer a esos dibujantes, pero aun cuando mi ilusión de ser un historietista no había sido colmada, mi ingreso al mundo del diseño me había abierto un panorama diferente.

Pero así como las revistas nacionales y las tiras en los diarios no eran un espacio abierto, sino más bien una excepción, igualmente el mercado potencial de estudiantes de dibujo tampoco era tan grande y la Academia no soportó un ritmo constante. No conocí bien los entretelones, pero la plana de profesores tuvo que renovarse; al poco tiempo, Carlos Sánchez asumió el dibujo cómico y yo fui invitado a dictar “Chica bonita”; lo hice por unos meses aunque me las arreglé para derivar hacia técnicas de ilustración.

Con todo, la Academia no duró mucho más y a los pocos meses tuvo que cerrar. Sin embargo, en ese breve lapso, algunas vocaciones se habían definido, algunos talentos se develaron y para algunos jóvenes fue un inicio hacia la vida profesional. Hicimos algunas amistades y cuando las clases cesaron continuamos viéndonos. Enrique Labarrera siguió desarrollando por su cuenta y acabó dedicándose de lleno, estuvo trabajando por varios años en la edición de la Guía Telefónica. Walter Tello, que comenzó con un buen diseño de historieta tipo novela mexicana, pasó a la fotografía; tiempo después ingresó con decisión al mundo de la publicidad. No he vuelto a ver a Walter Novella ni a Raúl Oré.

Mirando este aviso con el que se anunciaron las clases de la Academia de Dibujo Comercial reparé en que algunas cosas de esos años sesenta —que entonces había dado por sentadas— estaban algo imprecisas y podían ajustarse un poco más.

Por lo tanto, a más de medio siglo, le pedí una entrevista a Juan para intercambiar recuerdos. El Juan Rivera que encontré difería de aquel que conocí en el 59 solo en que lo que entonces eran sueños y proyectos hoy son realizaciones y logros. Juan es un prolífico autor teatral con cantidad de estrenos, publicaciones y distinciones.



Figura 698: Aviso de la Academia de Dibujo Comercial en *Última Hora*, abril de 1960.



Figura 699: Detalle, ilustración por Juan Rivera.



Figura 700: Aviso de la Academia de Dibujo Comercial en *Última Hora*, junio de 1960.

Le pregunté por sus inicios, por el dibujo que entonces conoció y por los jóvenes que pudo orientar. Su respuesta fue un relato como de dos horas.

En el año 45 yo solía pasar por la plaza San Martín y siempre veía a un señor en los portales, sentado en un café-bar; pero no estaba sentado en el interior, sino en la puerta. Y todos los días, justamente a las doce en punto, se tomaba su buen trago de pisco, siempre mirando hacia el cine Metro que daba la cara de la plaza San Martín. Hasta que un día pasé con alguien conocido y comenté:

—A esta persona... siempre la veo acá.

—¿Sabes quién es? ¡Es Julio Málaga Grenet!

—¿Málaga Grenet?

—Sí. Para que tú sepas, sus afiches y sus ilustraciones se ven en los diarios, figura en *Leoplan*, una revista antigua. Ha publicado en Buenos Aires, ha estado en España, París, Nueva York...

Entonces me interesé. Porque a mí me interesaba el dibujo, y otro día pasé y le dije:

—¿Usted es Julio Málaga Grenet?

—Sí—me respondió—. Y tú, qué... ¿te gusta el dibujo?

—Sí.

—Siéntate.

Entonces llamé al mozo y al hacer el pedido...

—¡Pero tú no tomas pisco!

Yo tenía 15 años. Entonces me dijo:

—¡Tómame un café!

Y empezamos a hablar y me contaba una cosa y otra, pero siempre mirando hacia el otro lado de la plaza. Vino el café y le pregunté:

—¿Dónde vive usted?

—En los altos del cine Metro.

—Ah, con razón siempre lo veo sentado aquí. ¿En qué piso?

—En el tercero, en esa ventana donde cuelgan las medias, los calzoncillos, ahí. Lo que pasa es que yo desde acá miro si es que ya se están secando o no.

Y mirando se veía, en efecto, desde lejos, una ventana. Él era así, singular. Me dijo:

—Trae tu dibujo para verlo.

Así lo hice.

—Ya, mira, yo te sugiero esto...

Y me empezó a dar una charla... yo feliz. Me habló de los dibujantes argentinos, que por acá y que por allá. Entonces me empezó a ilustrar, al modo de un maestro que te corrige. Me quedé pasmado de la agilidad y la rapidez con que hacía las cosas.



Figura 701: Octavio Santa Cruz y Juan Rivera Saavedra, 2014.

Otro día me habló de Alex Raymond y de la Escuela Norteamericana de Arte, que él había conocido porque había vivido en Estados Unidos. Esa escuela era fascinante, cada lección que te llegaba extraordinaria, bien didáctica. Y en eso, con la guerra se cortó y todo se quedó en el aire. Argentina asumió la distribución de ese curso por correspondencia, pero con Perón que tomó la decisión de que nada fuera norteamericano reapareció convertida en la Escuela Panamericana de Arte.

*

Acá yo ya había estado matriculado en la Escuela de Bellas Artes... y me tuvieron un año pintando floreros. Luego, cuando me presenté a la Escuela de Bellas Artes en Argentina, me dijeron: "Usted tiene la mano dura, tiene que soltar haciendo dibujo cómico". Eso lo he aplicado después en el teatro. Acá, los que recién empezaban lo hacían con drama, con tragedia. Pero cuando llegué a la dirección de la Escuela de Arte Dramático eso lo cambié totalmente. "Primero tienen que empezar por farsa –les dije–. Así comienzan los grandes actores, mira a Al Pacino, a Marlon Brando, comenzaron haciendo comedia".

*

En los talleres de cómics me hacían todo tipo de preguntas como, por ejemplo, ¿por qué las historietas peruanas no son conocidas ni vendidas en el extranjero? Yo respondía que eso se debe a los agregados culturales de nuestras embajadas en el mundo. Según nuestros gobernantes la cultura no es rentable; sin embargo, Marvel que te saca a *Batman*, a *Superman*... ¿tú sabes a cuánto asciende cada tiraje? Acá en el Perú con las justas los tirajes llegan a mil. Cuando yo le pregunté a Pablo Marcos casi me dio un infarto, por él me enteré de que, en la Editorial Marvel, *Batman*, *Superman*, *El Llanero Solitario* se lanzan por número alrededor de 10 millones de ejemplares en todos los idiomas.

En el Perú se subestima a los dibujantes. El que logra destacar es gracias a sí mismo, no gracias al gobierno, ni al ministerio cultural. Para nuestra información en España, no hace mucho, el dibujante Ángel Mingote, autor de *Historia de la gente*, ha sido nombrado miembro de la Real Academia de la Lengua. En Estados Unidos aman y protegen al dibujante de cómics por haber logrado convencer a la gente de que Estados Unidos es un país desarrollado, poderoso, fuerte, potente.

*

He conocido a Málaga Grenet, que les enseñaba por primera vez a los argentinos, en su propio país, a dibujar un afiche y era ilustrador de la Serie Leoplan. A Julio Fairlie, creador de *Sampietri*; a Carlos Rose, creador de *Pachochín*; a Rubén Osorio, creador de *La cadena de oro*; a Hernán Bartra y sus chicas; a Jorge Vera Castillo, a quien le di los guiones de *Yasar del Amazonas* que salía en *Última Hora*; a Carlos Fujita, etc. Y como alumnos he tenido a Pablo Marcos, Carlos Sánchez Luna Victoria, Marino Sagástegui, Félix Nakamura y otros...

Casi al fin de la entrevista pregunté:

OSC: ¿Y Víctor Marcos? ¿Y Grimaldo Romero? ¿Cómo los conociste? ¿También en el "Bartolo" (colegio Bartolomé Herrera)?

JRS: Sí, porque yo enseñaba allí y ellos estaban aún en el colegio. Se sorprendieron cuando les empecé a hablar. Ellos dibujaban y yo empecé a corregir sus dibujos. Entonces ellos me dicen: "¿Usted dibuja?"

OSC: Sé que allí también estaba Marcelo Mier y Terán. Él mismo me comentó cuánto te apreciaba. ¿Recuerdas a alguno más de esos jóvenes estudiantes del colegio que llegaron a hacer carrera profesional ya sea en la historieta, el dibujo cómico o el diseño?

JRS: Sí, a Antonio Otayza.

La entrevista a Rivera sobre los sesenta terminó allí y nos despedimos, pero más tarde, haciendo memoria, recordé cómo por los años setenta era frecuente que llegara a mi estudio un joven que estaba terminando el colegio en el Melgar; parco de conversación pero de comentarios agudos, Felipe Carrión estaba atento a las influencias que contribuyeran a encaminar su vida hacia el arte y apreciaba que yo me encontrara ya de lleno en la vida profesional¹.

Era alumno de Rivera en el curso de arte que dictaba en el colegio y un día me visitó presentándose a un compañero de salón y de vocación que, como él, dibujaba bastante bien. Esta nota termina, pues, citando una reciente conversación con este amigo que se llama Juan Acevedo en la que recordamos a Carrión –quien llegó a conocer a Grimaldo en Bellas Artes, donde se graduaron; tanto uno como otro fallecieron tempranamente– y, por cierto, cotejamos nuestros mutuos recuerdos sobre Juan Rivera.

¹ Así, aparentemente callado y todo, Felipe se las ingeniaba para ser gregario y vincular personas. Tiempo después, cuando ya estaba en Bellas Artes, me visitó una noche y me presentó a su profesor, a quien tenía en alta estimación: "Es Milner Cahahuaringa –me dijo–, y no puede ser, no conoce tu pintura". Otra noche llegó con otro amigo, mucho mayor que él por supuesto, a quien le había comentado mis trabajos y se los quería mostrar: Herman Braun-Vega.

Fue mi profesor en cuarto y quinto de media en la GUE Mariano Melgar, de Breña, a mis 14 y 15 años. Su curso, Educación Artística, trataba sobre tópicos variados de la literatura, el teatro y el arte en general. Era sumamente entretenido y exigente. Pero más que el curso, del que recuerdo clases enteras, por él me enteré quiénes eran Van Gogh, Gauguin, Wilde o Balzac. Algo que le agradezco especialmente es que nos enviara al teatro. Por él conocí Histrión Teatro de Arte y vi *Marat-Sade* y *Collacocha*. Pero además Juan era dramaturgo y entonces vi 1999 y *Los Ruperto*, que eran obras de teatro de vanguardia. También recuerdo su libro *Punto*, de relatos breves y de ciencia ficción. Las clases de Rivera Saavedra no eran un conjunto de datos, sino un desafío para nuestras mentes. Las comentábamos con los otros alumnos. Entre ellos uno era más amigo del profesor Rivera: Felipe Carrión Montenegro, que sería pintor, y quien me invitó a visitar al profesor

en su oficina. Allí hablaban sobre teatro, el movimiento Pánico, la revista *Mad*, la caricatura en el mundo, la historieta argentina...

Hacia 1969 Juan me invitó a participar en una mesa de autores teatrales, en Homero Teatro de Grillos. Conocí entonces a Sara Joffré, que dirigía esa entidad, y recuerdo a otros autores como César Vega Herrera y Jorge Taniyama. Yo no era autor de teatro, pero me interesaron las reuniones porque trataban de la construcción del guion, en lo que Juan y Sara destacaban.

Con los años he visto a Juan solo ocasionalmente, en ferias del libro, siempre risueño y con comentarios inteligentes; siempre productivo, con nuevas obras. Y siempre joven en sus ideas y en su atuendo, aunque se va acercando a los 90 años (J. A.).



Figura 702: Historieta algo reciente de Pablo Marcos con guion de Juan Rivera. Hoy a poco que uno navegue puede encontrar los trabajos de Pablo.

Figura 703: Dos ilustraciones. Recuperado de: <http://www.pablomarcosart.com/> (agosto 2016).





Figura 704: Marino Sagástegui.

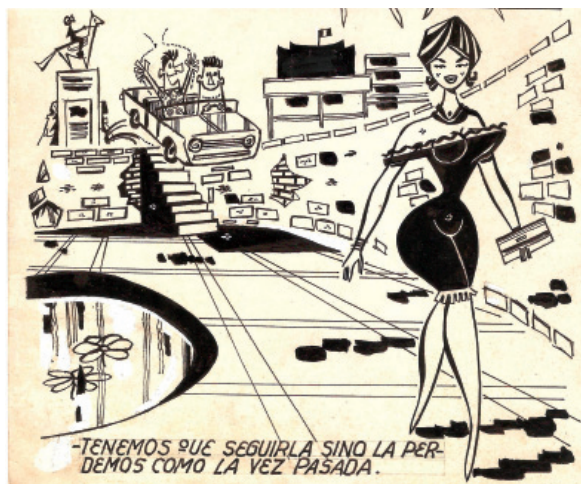


Figura 705: Víctor Marcos. Cultivaba la modalidad "Chica bonita", impuesta por dibujantes argentinos en revistas pícaras. Solo hemos podido ubicar esta ilustración, igual que con Marino Sagástegui que radicó en México. Nos falta algún dibujo de Carlos Sánchez Luna Victoria, lástima.

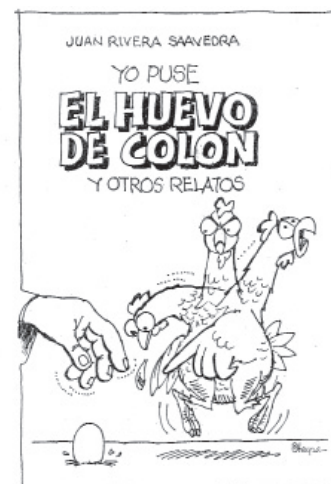


Figura 706: Antonio Otayza. Fue jefe de arte en varias agencias de publicidad.

Figura 707: Ilustración por Félix Nakamura.



Figura 708: Grimaldo Romero 1

Grimaldo comenzó haciendo dibujo humorístico y solía efectuar comentarios agudísimos con su cara bien seria. Al estudiar pintura desarrolló una veta neofigurativa que a falta de otro referente algunos mal-citaban como "al estilo Cuevas".



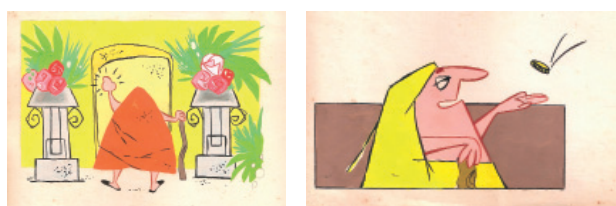
Figura 710: Grimaldo Romero 3.



En 1959, aún en el colegio y durante las vacaciones escolares de medio año yo había dado el salto hacia un dibujo cómico más moderno. Creé el personaje "Doña Matusa", soñado para una animación imposible que no pasó de varios cuadros a témpera en una de las láminas de muestras que paseé por Lima unos diez días buscando trabajo, en diciembre de ese año.

Figura 711: "Niña bonita".

Figura 712: Santa Cruz. Doña Matusa 1, 2, 3 y 4.



En verdad, no bien rocé el diseño gráfico dejé de pensar en el dibujo humorístico.

Jaime

Jaime Yactayo fue uno de los últimos en llegar a la Academia, era algunos meses menor que yo y nos hicimos muy amigos. Apenas alcanzó a recibir unas pocas clases antes de que la Academia desapareciera pero, ya sea que tuviera una gran avidez estética o que su urgencia por realizarse en la plástica fuera muy fuerte, el caso es que pronto y por sus propios medios superó la ausencia de una escuela formal de arte.

Yo le presenté al diseño gráfico y pronto se impuso tareas como escoger por modelo un excelente afiche impreso o un aviso y confeccionar un arte final exacto; es decir, tan perfecto como debió haber sido el original.

Yo tenía suscripción al *Gebrauschgraphik* y él se procuraba los anuarios de *Graphis* y *Publicidad en Italia* en cuanto aparecían.

En cosa de tres años supo recrear los recursos y técnicas más elaborados, desarrollando técnicas impecables de pintado a témpera, *collage*, uso de reglas, compases y de todos los instrumentos que luego orientó hacia variaciones sobre un mismo tema, como si fueran todo el juego de bocetos que hubiera acompañado a tal o cual diseño en la etapa de creación.

Otro ejercicio era crear ilustraciones en el estilo de algún artista de moda.

Lo hacía tan exacto que parecía salido de la misma mano. Por otra parte, cuando realizaba experimentaciones se lanzaba a crear libremente: entintados, grabados y esgrafiados se sucedieron rápidamente.

Para entonces ya yo lo había presentado también ante Stockli, quien tuvo para él gentiles recomendaciones cuando llegamos a mostrarle sus ejercicios.

Después de que Stockli partió de Lima continuamos viéndonos. Entre los artistas que conocí por esos días me parece que es el que logró por sí mismo un desarrollo de gran finura, muy respetable y ejemplar.

Cuando empezó a trabajar estuvo algún tiempo como *freelance* en diferentes sitios: el estudio de Otayza, agencias de publicidad y luego partió a Venezuela para reunirse con Félix Nakamura, quien ya se había establecido allí haciendo animación.

Para ese entonces era como 1970.

Manolo

También de inicios de los setenta no puedo dejar de incluir esta historia que es más bien una anécdota, un caso singular referido a dotes diferentes.

Manolo era muy joven, estaba aún en el colegio, el mismo cercano a mi casa en el cual yo había estudiado. Teníamos algunos amigos en común y de vez en cuando pasaba por mi taller.

Un día, cuando ya empezaba a cursar el quinto año de secundaria, y viendo que se aproximaba el fin de año, me visitó. “Octavio —me dijo—, tengo que hacer unas letras y quisiera que me ayudes. ¿Cómo hago?”. Yo empecé a explicarle los principios para construir letras bien hechas... “No, no. Lo que te pido es si tienes algún tipo de moldes, buenos moldes”.

Entonces le di unas letras suizas originales, Helvéticas y Bodoni, cortadas a troquel que me habían quedado del armado de algunos paneles en la feria, y que podían servir bien de moldes o plantillas.

Al día siguiente me los devolvió y me mostró unos cartelitos que había armado usando cartulina fosforescente autoadhesiva sobre Tecnopor pintado de negro.

Decían: sándwiches, jugos, cebiche... y cosas así. Cogió su bicicleta y se fue al centro de Lima. Tienda por tienda fue ofreciendo sus letreros, que eran coloridos, muy vistosos; en una libretita iba apuntando las calles y las tiendas que visitaba.

Cada dos días, a la salida del colegio, se iba a entregar letreros y a buscar clientes nuevos. A las pocas semanas se compró una moto. Unos meses después terminó el tiempo de colegio y llegó a despedirse de mí, había vendido la moto:

—Mira hermano, me voy. Ya tengo para mi pasaje...

—¿Y a dónde te vas? —pregunté.

—A los estudios Walt Disney, ese es mi sitio.

Dos meses después recibí una postal: “Octavio, estoy en mi sitio”. Me costaba creerlo.

Una noche, como un año más tarde, prendí la televisión. El entrevistador presentaba a Manuel Baltuano como un peruano exitoso que estaba de paso por Lima, pues residía en Hollywood.

La entrevista se desarrolló sobre las técnicas avanzadas del dibujo animado...

Curso y taller de arte gráfico

En mayo de 1976 decidí dictar un curso de diseño y acudí a los medios para difundir la convocatoria. Hubo tanto apoyo que quedé gratamente sorprendido. Desde la etapa de promoción logré una buena respuesta. Tuve tres entrevistas en televisión. Una hora con César Miró, en el programa *Tempus*, que era un importante espacio cultural; también una hora útil en el programa de Alfonso Tealdo, cosa inusual ya que tenía fama de ser excesivamente polémico con sus invitados; además de otra entrevista como de media hora con Mario Razzeto. Y en los medios impresos una entrevista a toda página en *El Dominical de El Comercio*, con Alfonso La Torre².

Figura 713: Entrevista en *Estampa*, revista de *Expreso*, 21 de marzo de 1976.

OCTAVIO SANTA CRUZ:
HACIA UN AFICHE REVOLUCIONARIO

Octavio Santa Cruz ha abierto un Taller de Trabajo, destinado a formar, técnicamente, afichistas. Una amplia trayectoria, como afichista y como diseñador de carátulas de libros (particularmente para la Editora del Instituto Nacional de Cultura), capacita a Santa Cruz para esta tarea trascendental.

Si aún habían dudas en nuestro medio sobre las particulares potencialidades de comunicación del afiche estas fueron disipadas al otorgársele el Premio Nacional de Comunicación Social a José Bracamonte Vera, nuestro más importante afichista. Sin embargo, es obvio que en nuestro país el afiche no ha sido aún explotado en las dimensiones que la Revolución requiere, en el sentido de una orientación masiva, motivación ideológica y toma de conciencia de muchos de nuestros valores y de nuestras realizaciones. Bracamonte, el propio Santa Cruz y Jesús Ruiz Durand, tras un trabajo de cierta intensidad efímera, están prácticamente desocupados. ¿Es esto posible, cuando el conocimiento a nivel nacional exige del afiche una presencia constante para precisar nuestras luchas y nuestros horizontes?

El Taller de Trabajo de Santa Cruz prepara artistas para responder a estas exigencias perentorias. Hablamos con él, con el propósito de esclarecer el panorama de esta importante actividad:

—¿Cómo definirías la trayectoria y la importancia del Arte Gráfico en el Perú?

—Hay dos aspectos —nos dice Santa Cruz—. Uno, como comunicación social en sí, y en eso podemos remitirnos a sus antecedentes: el mensaje del artista plástico y el papel que ha desempeñado en México con los murales. Allí tuvo una función dinámica. Y no debemos olvidar el ejemplo que ha dado Cuba, al incorporar el Diseño Gráfico como imagen de las tareas de la Revolución y del nivel cultural del pueblo. El segundo aspecto, el estrictamente peruano, se remonta a 20 años, cuando un grupo de diseñadores gráficos guineos realizaron aquí una obra decisiva. Allí arranca la trayectoria trascendental de Bracamonte, destinado a cumplir un papel importante en nuestro medio. Bracamonte intuyó la importancia de esta actividad develada por los suizos, y se puso a la vanguardia durante nuestra Revolución. Bracamonte no sólo ha hecho una obra de alto nivel técnico e ideológico, sino que hizo conocer aquí al diseñador gráfico como tal: dio carta de ciudadanía a la profesión. No podemos olvidar a Jesús Ruiz Durand, que apoyó la revaloración postulada por Bracamonte.

—¿Cuál es el papel del afichismo en este momento?

—Estamos dejando de lado las enormes posibilidades del afiche para concientizar al Pueblo, y practicar por medio de él los más importantes conceptos. Pues el afiche es el medio de expresión más directo y estético para llegar masivamente a la sensibilidad y a la inteligencia del público. Un afiche se concibe de la manera más sencilla; debe ser el compendio de muchas ideas en una sola imagen, excluyendo toda terminología.

—¿Hay gente preparada para este cometido?

—Sí y no. En un diseño gráfico intervienen muchos aspectos. Tenemos gente que destaca en uno u otro aspecto, pero un diseñador debe tener una formación integral. Es decir: debe poder cantar la idea, comprenderse con ella, traducirla en una imagen sencilla. En el aspecto gráfico, debe dar esa imagen un gran valor estético. Tiene que ser un técnico para que el afiche no fracase por costos excesivos. Debe producir aún con los medios técnicos más sobrios, mínimos, sobre todo los que no trabajan en Lima, adecuándose a lo que disponen. Un diseñador que puede resolver todos estos aspectos, debe tener una escuela, estar en contacto con

una tradición. Como aquí no tenemos una tradición afichística, debe estar informado de lo que se hace en el resto del mundo. La verdad es que en el Perú nadie se forma integralmente en el afichismo. Esto es fácil percibirlo porque lo que se produce actualmente, son trabajos que cumplen en un aspecto, y fallan en otros.

—¿La formación académica de un afichista es diferente a la de un pintor? Tú eres pintor, ¿verdad?

—Difere totalmente. Yo he incurrido en el campo de la pintura, pero soy diseñador gráfico. El diseñador gráfico sabe, desde el principio, que está al servicio de algo; el pintor, en cambio, aspira a su libertad. Por moverse en un medio restringido de expresión, el diseñador conoce sus límites; un pintor, en cambio, ha sido siempre libre; cuando se circunscribe a los límites de un encargo, cuando debe servir a algo, se siente maniatado. Un diseñador gráfico puede incursionar en la pintura; en cambio, al pintor le resulta más difícil sujetarse al afichismo y sus restricciones.

—¿Hay diferencias de valor estético entre pintura y diseño gráfico?

—Un buen diseñador gráfico puede estar a la altura de un buen pintor. Lo que las diferencia es la intención; hacia qué se dirigen y para qué. Un buen diseñador gráfico es un hombre que produce una obra y mantiene, así, la problemática del arte, igual que el pintor. Si el afichista olvida esto, se convierte en una pieza más de la maquinaria de producción capitalista. Deja de ser artista y es, simplemente, un vehículo de la alienación. Otra cosa: el diseñador gráfico es el hombre que puede solucionar temas y problemas en cualquier medio gráfico: puede traducir ideas en un logotipo, en un afiche, en una carátula de libro. Se pone al servicio de la necesidad. Y por lo tanto, está preparado para servir un ideal.

—¿Qué urgencia ha motivado la creación de tu Taller?

—Un primer motivo: formar a las personas que están dotadas y a quienes les es tan difícil hallar una orientación precisa; también es posible rescatar a quienes ya están ejerciendo y que se dan cuenta que les falta preparación. El segundo motivo: es algo personal: tanto a mí como a los otros diseñadores que ejercemos aquí, nos interesa la competencia. En un medio donde hay más competencia, hay más exigencia. Cuando más buenos diseñadores trabajen, más se esfuerzan uno por confrontar su trabajo con el de los otros.

—¿Vamos a sacar al afiche del campo predominantemente comercial? ¿Se acerca un apogeo vasto y coherente al afichismo en su más alta expresión ideológica y estética, como en el mejor momento de Bracamonte? Ha aquí las interrogantes premiosas que debemos resolver de inmediato, en aras de una comunicación lúcida y motivante de nuestros problemas, necesidades aspiracionales y nuestras realizaciones nacionales. A. L.

En estas entrevistas enfatiqué que “en Lima no se necesitan más dibujantes, hacen falta mejores”. Recuerdo asimismo otras afirmaciones:

El diseño gráfico no es optativo, anda suelto por las calles, irrumpe en nuestras casas y lo consume todo el mundo. Desde el padre de familia que abre un periódico, hasta los niños que se sientan frente a una pantalla; todos podemos beneficiarnos de las ventajas de la comunicación visual o sufrir sus consecuencias.

Todos somos el blanco de tiro de los diseñadores, tendríamos que caminar con los ojos cerrados para ignorar su influjo. Lo que quiero decir es que el artista gráfico no es de ninguna manera inocente de

lo que pasa a su alrededor, porque es parte activa, porque tiene el conocimiento para comunicar y ser comprendido, y porque su objetivo es convencer hasta obtener resultados. El artista gráfico debe ser responsable de lo que sale de sus manos y contraer un compromiso con cada encargo que toma...

¿Cómo reconocer a un buen profesional?

Aquí no basta la inspiración o las habilidades innatas. A un profesional confiable se le conoce desde la primera conversación, cuando sabe preguntar... y cuando al asumir un encargo pone por delante lo funcional, luego lo técnico, y quizás entonces lo estético.

2 De hecho Alfonso tenía una sensibilidad especial para la plástica. Lástima que unos diez años después, cuando pasamos varios días en Chíncha como jurados para un concurso interescolar de poesía, no conversamos nada sobre dibujo ni historieta.

Después de responder a cosa de doscientas llamadas pidiendo informes, el dictado de clases se inició con una asistencia de veinte personas y, según lo previsto, se desarrolló durante un año. El temario ofrecía tres niveles de la profesión: artefinalista, compositor gráfico y diseñador. Y comprendía caligrafía, tipografía, simplificación, ornamentación, procesos de reproducción y aplicaciones a ilustración, marcas, envases y afiches.

En la parte de figura tuvimos algunas prácticas con modelo, y en su momento algunos invitados nos dieron conferencias, demostraciones o ejercicios sobre procesos de imprenta, psicología, cuidado de la salud y aproximaciones al mundo andino. La sala grande de mi taller alcanzó holgadamente sin interferir con mi propio espacio.

Terminado este período regular invité a los asistentes a un trabajo adicional de unos tres meses, esta vez a un nivel de encargos supervisados. A manera de examen final les sugerí desarrollar un plan de exposición de diseño que comprendiera afiches, carátulas, símbolos, caligrafía, papelería, diagramación, de todo. El esquema se veía tan prometedor que cuando propuse que hiciéramos realmente la exposición lo tomaron con muy buen ánimo. Sopesaron los temas, la cantidad de motivos y los materiales por usarse. Cuando llegamos al asunto del espacio, saqué de la manga un recurso sumamente dramático que tenía listo en previsión de su posible entusiasmo: la sala estaba pedida y con fecha fijada, solo faltaba ratificar... claro que aún podíamos cancelarla. Así planteado, el proyecto de exposición tenía el carácter de un reto, pondría a prueba los recursos técnicos y creativos alcanzados y fue aceptado por Amparo Cuadros, Rubén Gutiérrez, Homero Díaz y Mario Murakami. Con miras a un buen desarrollo determinamos las responsabilidades: trabajaríamos

en forma de taller, yo propondría los temas y apoyaría a nivel de consejería, pero ellos lo desarrollarían todo de principio a fin, bajo su responsabilidad.

Dos días después llegaron a casa los varones con sus *sleeping bags*. En los días siguientes yo salí solamente a comprar o a recoger los materiales que según se avanzaba se hacían necesarios. A tal fin hice algunas gestiones y en ciertos casos varias empresas nos donaron gentilmente algunos insumos, productos y servicios imprescindibles. Mi esposa se encargó de tal modo de los refrigerios que parecíamos estar permanentemente de fiesta.

Fueron varias semanas de trabajo intenso, cuando terminamos salimos literalmente para colgar en el museo. Las cosas que pasaron en ese tiempo fueron experiencias de tal riqueza que sin duda ninguno de nosotros podía haber imaginado y que en todo caso yo recuerdo vívidamente... la resolución de un encargo, la presión del tiempo, la confrontación con el otro y, sobre todo, el trabajo en equipo: es imposible imprimir bobinas de serigrafía sin ayuda o recortar uno solo planchas enteras de Tecnopor de varias pulgadas; más de un elemento se concibió por piezas para poder armarlo con rapidez. En un caso extremo alguien encontró una propuesta brillante, pero hubo de delegar su realización a solicitud del equipo; en lo posible procuré sortear situaciones así, ya que pueden ser de muy difícil asimilación. Otros casos quedaron como una anécdota curiosa, sin comentario, como una mañana que luego de desayunar empezamos retomando un título que había quedado pendiente del día anterior. Amparo, que por cierto había ido a dormir a su casa, traía su propuesta tipográfica. Los demás presentaron a su vez la suya. Las composiciones eran idénticas... no hubo nada que aprobar, se hizo nomás.



Figura 714: Inauguración de exposición Taller de Arte Gráfico (TAG) en el Museo de Arte Italiano.

Este taller culminó con la exposición de noviembre de 1977 en el Museo de Arte Italiano. Cuando las puertas se abrieron el primero que entró fue José Bracamonte; creo que *de facto* su asistencia significaba un espaldarazo para los jóvenes expositores. Pepe había sido aprendiz del artista gráfico Badía Vilató y había completado su formación estudiando pintura en Lima y São Paulo, y grabado en Chile. Estar allí antes de que se abriera la muestra fue un gesto muy gentil; él sabía lo que cuesta formarse y aquilataba nuestro esfuerzo.

Estaban expuestos desde los ejercicios de fundamentos visuales desarrollados en clase sobre Wucius Wong, hasta frases caligrafiadas en homenaje a los maestros calígrafos desde el Renacimiento, Tagliente, Yciar, con textos de Da Vinci, los Vedas y Munari.

También algunos ejercicios lúdicos, refranes y proverbios muy conocidos, pero esta vez en versiones icónicas, solo imágenes, sin texto.

Un homenaje a los toros de Altamira en versión *op* muy colorida.

Un prisma de veinte facetas, como de metro y medio, y con ilustraciones individuales hechas por todos era el homenaje a Pacioli.

Homero desarrolló un afiche en homenaje a Toulouse-Lautrec, a colores planos.

El friso de cóndores en una versión angulosa y rectilínea en blanco y negro, impreso en metros de papel de bobina, era una cita directa al modelo Chavín y circundaba al cóndor blanco y volumétrico que se elevaba hasta tres metros de alto sobre un pedestal. También impactante, y destacando poderosamente el juego de luces y sombras, era el conjunto tridimensional dedicado a una afición muy arraigada y propia de lo *pop*, de lo popular, de nuestro pueblo: un conjunto de jugadores de fútbol con aplicación a un calendario.

El logo de El Caballero fue aplicado a todo lo imaginable en un gran restaurante: mantelería, servilletas, vajilla, tazas, platos, copas, cristalería, la pantalla para una lámpara, fósforos. Un boceto en relieve, concebido para ser desarrollado en hierro forjado, era la versión para el cartel y presidía ese sector.

El proyecto había sido estudiado entre todos y elaborado a través de un cuidado proceso de simplificación y resaltamiento de las líneas de fuerza básicas por un

lado, complementado con una profusa ornamentación en las zonas de detalles, Mario reforzó sobriamente algunos trazos. La presentación y aprobación del boceto definitivo requirió de la sensibilidad que ofrecen los rasgos con pluma de ave y el tratamiento usó del ornamento barroco. Homero equilibró bellamente hasta el último adorno del arte final.

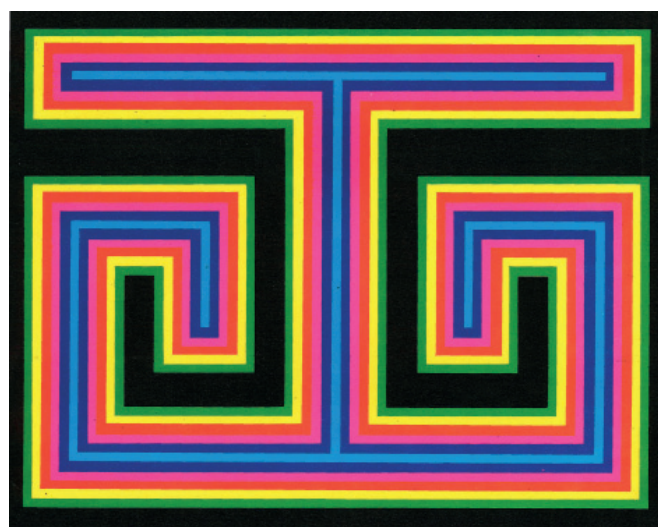


Figura 715:
Logo y afiche para
exposición
Taller de Arte
Gráfico (TAG).

- El diseño realizado a línea de estilógrafo sobre cartulina blanca denota un manejo coherente de la técnica de separación de colores planos.
- En lo formal la composición es una estructura de rectas y espacios planos reflejados al espejo.
- Previsto para usarse como logo o afiche, alude significativamente a las letras T, A y G, y a la estilística inca. El aspecto cromático presenta un abanico de colores que son la secuencia de primarios y secundarios en teoría del color y por lo mismo la gama de la tricomía en imprenta, y desde un punto de vista local es la tradicional bandera del Tahuantinsuyo.

El afiche "Fumar es dañino" apareció de pronto, después de hacer muchos bocetos; pasaban los días y no salía, de pronto Rubén se quedó mirando el cenicero, que estaba repleto y mientras él acomodaba las colillas sobre un vidrio todos entendimos: era muy fuerte, una calavera, solo imagen, sin texto; los dientes se hicieron con fósforos.



Figura 716: Modelo ecuestre.

El espacio destinado a *El mesón de El Caballero* exhibía desde una foto del modelo original: la efigie ecuestre de un caballero medieval, hasta los estudios y bocetos que lo convertían en el distintivo de un restaurante de lujo.

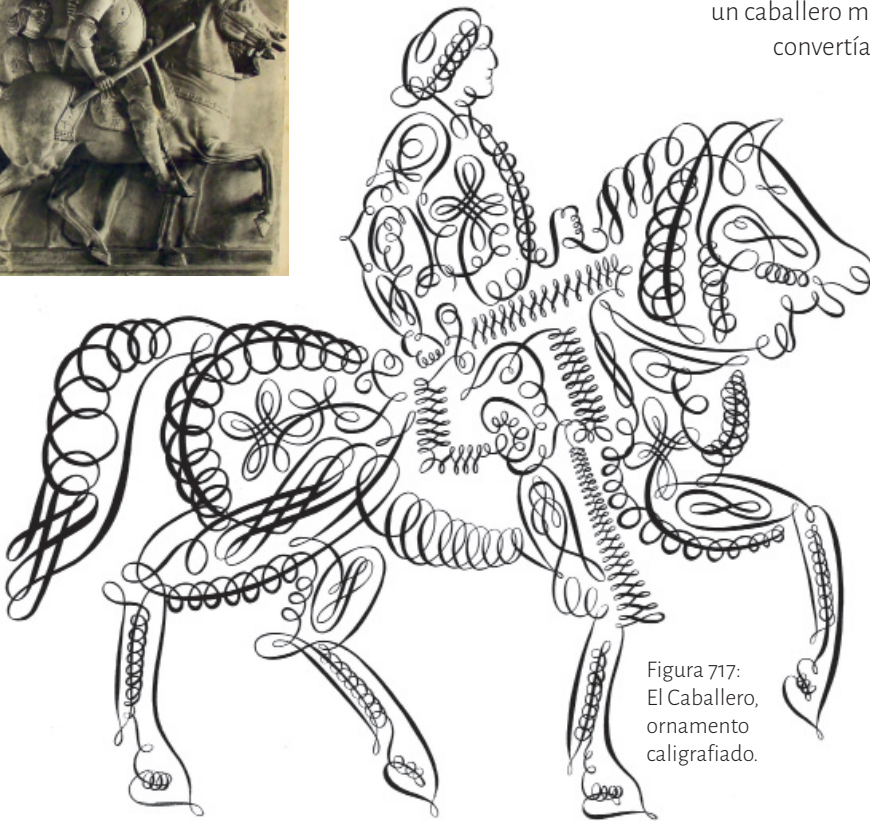


Figura 717: El Caballero, ornamento caligráfico.



Figura 718: El Caballero, cristalería.

Después de esta experiencia singular cada uno de nosotros debió retornar a su vida personal, aunque por un tiempo nos frecuentamos esporádicamente. Mario regresó a Huancayo a atender los negocios de su familia; Homero siguió otros estudios y ahora es arquitecto; Amparo ha trabajado por años en asuntos sociales y de género pero no en la gráfica, espero que haya aprovechado de alguna manera su talento. Rubén siguió en el diseño, he visto muchas veces su crédito diagramando algunas revistas.

Figura 719: Nota de prensa "Taller de Arte Gráfico", en suplemento de *El Comercio*, 11 de diciembre de 1977.



Figura 720: Nota de prensa sobre exposición del Taller de Arte Gráfico.

Anexo 5: La composición por tercios

La organización por tercios señala que las cabezas se ubican en la línea del tercio superior de la composición, el torso de la figura principal en el tercio central y la cintura y las manos en el tercio inferior.

La línea horizontal de la ventana está justo en la línea del tercio superior, que pasa también por los labios de la figura central.

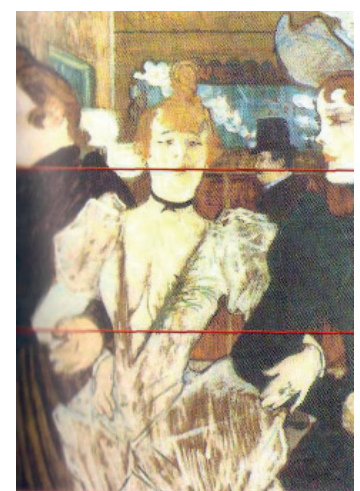


Figura 721: Kimberly, 2014: 67.

Anexo 6: Olimpiadas 1968

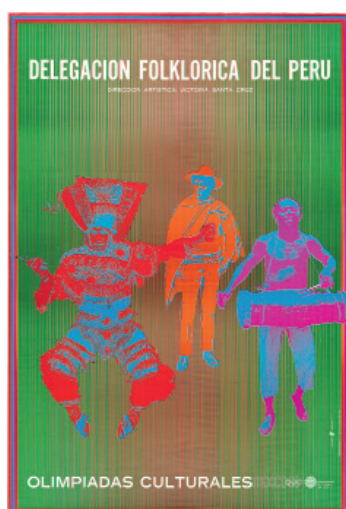


Figura 722:
Afiche
Santa Cruz
para las
Olimpiadas
de 1968.

Anexo 7: Afiche para Sinamos



Figura 723: Afiche para Sinamos.

Santa Cruz: El afiche para Sinamos, *Ica-Tierra sin patrones*, fue uno de los pocos trabajos que hice para esa institución. Procuré no distanciarme demasiado del estilo *outline* semimanual ya prestigiado en cantidad de afiches anteriores para Reforma Agraria y le apliqué un socorrido aunque vistoso efecto de radiación que estaba de moda para quienes conocían el ya por entonces pujante diseño japonés, con Tadanori Yokoo a la cabeza y todo eso.

Anexo 8: Populibros

Fuentes: pages.uoregon.edu/caguirre/Aguirre_Populibros.pdf
blog.derrama.org.pe/ly-quien-fue-manuel-scorza/

Las portadas de las pequeñas ediciones de Populibros Peruanos llegaron a identificar completamente la reunión de títulos con coloridas carátulas que quedaron por mucho tiempo en el imaginario colectivo de distintas generaciones de lectores. Quién no recuerda al oscuro personaje que brota del interior del Doctor Jekyll, en la obra de Robert Luis Stevenson; la figura solitaria del balsero en *La serpiente de oro* de Ciro Alegría; o la casi cinematográfica carátula de *Lima, hora cero*, de Congrains Martin.

El proyecto Festivales del Libro—antecedente de Populibros—se realizó en cinco países: Perú (4 festivales), Colombia (2), Venezuela (4), Ecuador (1) y Cuba (2). En las dos primeras series realizadas en el Perú con el Patronato del Libro Peruano se lanzaron tiradas de diez mil ejemplares por título en la primera (con una reedición posterior de cinco mil), efectuada en diciembre de 1956, y de quince mil en la segunda, en julio de 1957. En la tercera serie, en diciembre de 1957, se alcanzaron los cincuenta mil ejemplares por título y en la cuarta y última serie, en julio de 1958, se publicaron veinticinco mil ejemplares por libro.

Posteriormente, el éxito de Populibros se prolongó durante dos años (1963-1965), a lo largo de doce series de cinco títulos cada una. Para abaratar costos se realizaban grandes tiradas de ejemplares—del orden de los diez mil por título, para empezar—impresos en *offset* y en papel de baja calidad.

La política de abaratamiento permitió que las publicaciones de Populibros estuvieran al alcance del público en general al precio de tres soles (con un valor de cinco soles para venta en provincias).

Anexo 10: Milton Glaser

A mediados de los años setenta la ciudad de Nueva York, que era referida como la capital del crimen y la basura, fue objeto de una poderosa campaña con diversas expresiones culturales para revertir esta imagen.

Milton Glaser hizo su parte diseñando el hoy emblemático "*I love New York*".

Información recuperada el 30 de agosto de 2016 de:

[Adlatina.com](http://adlatina.com) - La campaña I Love NY cumple 25 años

www.adlatina.com/publicidad/la-campaña-i-love-ny-cumple-25-años

En 1967 el joven diseñador Milton Glaser creó un cartel que iría en el interior del disco de *Grandes éxitos* de Bob Dylan. Se vendieron más de seis millones de ejemplares en todo el mundo. Hoy en día—entre coleccionistas—su precio puede superar los cientos de dólares.



Figura 724: "New faces on the type scene".
En *Design* 291. London, March 1973: 50.

Anexo 9: Letraset, concursos tipográficos

El auge de los productos Letraset tuvo resultados variados: por un lado posibilitó el acceso a tipos modernos y su consiguiente divulgación; por otro, rescató algunos modelos antiquísimos e incluso convocó a concurso para la creación de nuevas fuentes. Con premios de £ 1.000, £ 750 y £ 520. Debatiéndose entre la legibilidad y la ornamentación, el resultado fue de 2.590 participaciones, de unos 43 países.



Figura 725: Logo *I love New York*



Figura 726: Bob Dylan por Milton Glaser.
Información recuperada el 30 de agosto de 2016:
Since*: Bob Dylan por Milton Glaser en 1967—
Nice Fucking Graphics!
infgraphics.com/bob-dylan-milton-glaser/

Anexo 13: Concursos, asociaciones y exposiciones

Los concursos

Conforme algunas empresas empezaron a valorar la importancia del diseño se interesaron en modernizar sus logos o en procurarse de afiches para los eventos y cosas así, pero la profesión era tan mal conocida que ocurrían situaciones desconcertantes. Por ejemplo, cierta vez—sería el 62—vi trabajar a Stockli en un bonito tema: un envase para maicena. Llevó dos o tres maquetas, eran cajitas al tamaño y en colores cálidos, muy presentables. Cuando regresó no quiso hablar de eso por un par de días; no las habían aprobado, apenas habían recibido las cajas dejando entrever vagamente que quizás con algunos cambios...

Eso no pasaba usualmente; como insistí en saber más, respondió que yo probara de hacer algo si quería. De modo que debí entender que él se encontraba saturado del tema o que ya no tenía muchas ganas de atender a ese cliente. Boceté algo y solo al hacer unos ajustes a mi propuesta se animó a preparar un boceto más, y después los llevó; en total habrán sido como unos seis bocetos. Días después supimos que los demás gráficos también habían entregado otros tantos proyectos, todos estaban disgustados por encontrarse de manera inconsulta en medio de un concurso. Inferimos que esa empresa se había permitido encargar bocetos a varios artistas, sin comprometerse seriamente con ninguno, con el fin de conseguir gratis una lluvia de ideas. Lo que es peor aún, que yo sepa jamás contestaron ni devolvieron los bocetos a nadie.

Y nunca supe si la bendita Maicena Demsa—u otra parecida—llegó finalmente a salir al mercado.

Pero otras veces, en mejores condiciones, todos participaban de buen grado.

Todo eso ocurría tan rápido que me daba la impresión de haber entrado a la vida del diseño como por un cambiavías de tren.

Hacia el año 63, una tarde, Stockli se aprestaba a salir a la calle y le pregunté casi tan solo para verificar si recordaba que había un concurso abierto, pero ya fuera por desánimo, por falta de tiempo o por presiones de otro tipo, el caso es que no pensaba participar y la fecha se vencía al día siguiente. Era para algo relacionado con el aprendizaje de la escritura porque recuerdo que se sobrepasó, dejó su cartapacio sobre la mesa, leyó el título y en un instante escogió un encuadre de su mano como guiando la mía con firmeza. Mientras “rafeaba” añadió

en voz alta que hasta la elección de los dos colores, con su correspondiente connotación social y política, estaba implícita y graficaba la idea de alfabetización, piel clara, piel oscura, el estereotipo del apoyo, el país desarrollado guiando al subdesarrollado... “Ya está—dijo—. No hace falta más”. Y de inmediato añadió: “Pero no, eso lo hace cualquiera y si es un concurso uno debe exigirse más”. Cogió sus cosas y se fue. Lo había resuelto en unos tres minutos y le parecía poco.

Yo asumí que al decir “cualquiera” se refería—bien entendido— a cualquier artista que conociera la profesión a un nivel de alta competitividad; y de hecho yo conocía ya unas ocho o hasta diez personas en Lima que en esos momentos podían articular esas ideas y confeccionar un acabado presentable. Bien mirado, creo que tenía razón; uno de ellos, cualquiera, podría acertar con esa concepción. Días después los diarios anunciaban el resultado del concurso, el afiche ganador era prácticamente ese diseño exacto, y por cierto lo había logrado uno de los referidos, Antonio Otayza.

Tiempo después, cuando por los años setenta se pusieron de moda los concursos internos, institucionales, dentro de fábricas o ministerios, no faltó quien, para asegurar el mejor éxito de la gestión, invitara como jurados—por cierto *ad honorem*— a los más renombrados pintores o arquitectos, citándolos para escoger y decidir el ganador entre una cantidad de creaciones plásticas ya realizadas y que se habían convocado las más de las veces por invitación exclusiva entre quienes se supone serían los más entendidos en el tema, aquellos que lo conocían desde dentro, es decir... los propios trabajadores y obreros de las fábricas.

En otros casos, más democráticamente, los concursos eran abiertos, invitaban al público en general, logrando por consiguiente una inmensa participación de aficionados y escolares.

En cierto concurso cuya temática era de alto contenido social, los organizadores expusieron todos los trabajos y colocaron un ánfora para que el público fuera depositando sus votos, sorprendente solución que—según ellos—deslindaría toda duda sobre la imparcialidad, pues los jurados no serían los expertos y conocedores de la profesión, cuya elección se reconoció solo hasta el nivel de preselección, sino que la última palabra la tendría “el respetable”; es decir, el público en pleno.

La participación llegaba a ser masiva; en ocasiones, sin embargo, el premio ofrecido estaba por debajo de lo que costaría si se encargaba directamente a un profesional.

Algunas veces las bases incluían ceder los derechos del diseño para ser utilizado en futuros afiches, folletos o lo que fuera, resultara premiado o no. Recuerdo incluso un concurso que ofrecía como único premio la posibilidad de firmar el afiche si se imprimía. Otra vez durante la ceremonia de premiación en un concurso de afiche conversé largo rato con uno de los jurados que resultó ser un conocido, con quien por ese entonces teníamos gran amistad y había sido designado porque era funcionario en la oficina de actividades culturales de su institución de la cual venía en representación. Mi amigo era un renombrado poeta.

A mediados de los setenta ya tuve que abstenerme de concursar, pues como diseñador de la editorial del Instituto Nacional de Cultura, cuando la producción fue mermando, me fui convirtiendo en el jurado oficial obligado en varios concursos, de afiche, de logotipo. Entonces era frecuente la respuesta heterogénea, desde el uso de soportes diversos, no por una búsqueda de textura, sino porque obviamente los participantes habían usado el material que tenían a mano: cartón sin preparar, franela, terciopelo, papel Kraft de los que usaban las modistas para moldes, papel sulfito conocido como papel de despacho, muy usual en las tiendas de abarrotes, hasta dibujos lineales de solo contorno trazados a lápiz o a bolígrafo.

En cuanto a la concepción también se encontraban cosas singulares. Un elemento pictórico casi abstracto destinado a ser afiche venía acompañado de un cuadernillo explicativo como de sesenta páginas escritas con plantillas de ingeniero. Creí que eso era lo más insólito y que ya lo había visto todo, cuando poco después me encontré ante un desborde alegórico: campos arados, cordilleras al fondo, guerreros entre nubes, una mujer de rasgos andinos representaba a la patria en primer plano protegiendo denodadamente a un bebé lactante en medio de nuestras riquezas naturales—ganado, cosechas, choclos, cornucopias, banderas—, todo realizado a plumilla, iluminado a la acuarela, en un inmenso pliego de cartulina de un metro por setenta... para un logotipo.

Quienes conocíamos del diseño en Suiza o en Italia—prestigiado en los años sesenta—, del diseño estadounidense en los setenta, en Japón y por cierto del diseño en Cuba, notábamos la diferencia abismal que había con esta nuestra producción media.

Antonio Otayza, luego de haber sido jefe de arte en agencias, puso una oficina con tipografía, fotografía y servicios para artistas publicitarios; por su parte Joe De León, que también había sido por años jefe de arte, llegó a tener su propia oficina con una academia, donde hicieron sus primeras armas varios ilustradores y creativos publicitarios: Huilo Sotomarin, Pepe Mendoza, y si mal no recuerdo Armando Andrade y Alfredo Salerno.

Todo ello contribuyó a elevar el nivel de los dibujantes y eventualmente esto se empezó a notar en los concursos a fines de los años setenta.

¿Arte o no-arte?

Al margen de la discusión acerca de si el diseño era arte o no, los pintores de los sesenta no apreciaban mucho a los diversos dibujantes—fueran de avisos de periódicos, ilustradores o rotulistas—; los veían metidos en un solo saco, tal vez porque ellos mismos no percibían la distinción.

En cuanto a los ilustradores, caricaturistas y dibujantes de publicidad había quienes notaban que algunos—que nos considerábamos gráficos— hacíamos cosas de mayor exigencia, pero al parecer no tenían la menor idea de que una formación era posible y simplemente nos miraban un poco a la distancia.

Por los setenta, década en la que tanto se habló de arte de elite, de comunicación y de arte para el pueblo, el diseño recibió un espaldarazo: José Bracamonte Vera fue nombrado director de la Escuela de Bellas Artes.

Pero hubo un episodio que provocó que los representantes de las artes tradicionales y académicas pusieran el grito en el cielo y expresaran su reacción violentamente.

Fue cuando se dio el Premio Nacional de Cultura al retablista don Joaquín López Antay.

Algunos artistas pintores propusieron que en lugar de preocuparse de si uno era de la Católica o de Bellas Artes debían unirse contra esto que sí era realmente inaceptable, se referían a premiar como artista a un “artesano”, lo que consideraban un despropósito. Este rechazo ha quedado a grandes titulares en los periódicos de fines de 1976.

Pero a la luz de la política cultural instaurada por el llamado Gobierno Revolucionario, es claro que cosas inéditas como estas tenían que pasar.

Las asociaciones

La Asociación de Diseñadores

Fue un proyecto que mereció un final más feliz. A lo mejor son asuntos de un predio muy pequeño y no logró generar la fuerza suficiente. A lo mejor no estuvo del todo bien planteado de inicio. O a lo mejor las cosas no se hicieron en el momento debido. El caso es que la asociación de diseñadores no funcionó.

Históricamente, el proyecto de una asociación de dibujantes fue uno de los temas que conocí más temprano.

Tenía apenas unos días en el estudio de Stockli cuando supe de una reunión para agremiar a todos los dibujantes publicitarios y asistí por ver de qué se trataba.

Era en La Colmena, por el cine Le París. No recuerdo de quién era el local, pero estaba repleto, conversé un poco con algunas personas, había dibujantes de agencias de publicidad, de avisos de periódicos, de letreros luminosos; mencionaron la presencia de algunas personalidades a quienes yo escuchaba nombrar por primera vez: Bracamonte, Casals, Fiol, Velásquez, el "Cholo" Paz y otros.

No parecía haber objetivos muy claros y quedaron en continuar en una siguiente asamblea. Cuando me retiraba observé que un grupo, al parecer muy amigos, se dirigía al café de la esquina, el Mario, que tenía un poderoso atractivo para la bohemia limeña. No seguí asistiendo pero supe que ese carácter recreativo se fue imponiendo hasta diluir el proyecto al cabo de dos o tres reuniones. Un par de años más tarde supe de un nuevo intento; otro grupo, al parecer, había llegado hasta a inscribir asociados y recaudar algunas cotizaciones cuando el tesorero tuvo que viajar—según dijeron—repentinamente, al extranjero.

Diez años más tarde la Asociación Peruana de Artistas Plásticos y otras instituciones agrupaban a pintores y artistas plásticos. Pero de reunir diseñadores solo supe hasta años más tarde en 1980, cuando fui invitado a integrar ASPED.

En 1978, con René Castro, Pepe Bracamonte, Santiago Barbuy, Claude Dieterich, Carlos Liendo y Pedrín Guimoye, participamos en un ciclo sobre diseño gráfico en el Instituto Cultural Peruano Norteamericano (ICPNA), disertamos sobre varios tópicos y compartimos ideas sobre las ventajas de una asociación.



Diseño Gráfico

LOS días martes 12, miércoles 13 y jueves 14, se llevará a cabo en la galería Juan Pardo Hooren, a partir de las 7.30 p.m. un interesante Conversatorio sobre el Diseño Gráfico: Historia, Definición y Situación Actual en Nuestro Medio.

Intervendrán en estas sesiones: René Castro, Pedro Galmoye, Carlos Liendo, Enrique Bracamonte, Francisco Campodónico, Martín Häsig, José Bracamonte, Claude Dieterich, y Octavio Santa Cruz. Entre los aspectos a desarrollar figuran: Semiología del Diseño Gráfico, Tipografía, El Afiche, Creatividad en el Diseño y al Color, Enseñanza del Diseño Gráfico, entre otros.

Nº 45, Diciembre 1978

CONTACTO

Figura 730: Conversatorio sobre diseño gráfico en el ICPNA.

Asociación Peruana de Diseñadores (ASPED)

Esta institución agrupaba a diseñadores gráficos y diseñadores industriales con carácter de profesionales, ya estaba fundada y la manera de incorporar miembros era por invitación de dos integrantes: a mí me propusieron Pepe y Claude.

En su momento llegué a integrar la directiva, en las reuniones subsiguientes afinamos los reglamentos, los estatutos y empezamos a planificar los contactos al exterior.

La ASPED se proyectaba a muy alto nivel, tanto como aún lo era el lugar previsto para el diseño en esos días. El énfasis en la ya mencionada distinción ponía la tilde en ser selectivos, pues había muchos aficionados, con habilidad, pero sin formación suficiente y nos preocupaba cultivar una ética profesional.

Claude lo definió en dos palabras: si alguien propusiera una asociación de médicos, a nadie se le ocurriría incluir a los enfermeros. La cosa era así de simple.

Muchas cosas eran necesarias, la situación crítica del país en los siguientes años (los ochenta) así lo corroboró. Cada vez era más difícil conseguir materiales, no llegaban revistas del extranjero, los impuestos por importación eran prohibitivos, la librería alemana de Horst Dickudt ya había cerrado y luego cerró la Librería Francesa.

Pero pensábamos que muchas cosas podrían ser posibles con una asociación funcionando: participar de instituciones internacionales, concursos, traer conferencistas para cursos de capacitación, materiales liberados de los altos impuestos... de modo que decidimos apresurar los trámites.

Finalmente los prolegómenos se agotaron y el paso inmediato era abrir la convocatoria e invitar asociados.

Solo faltaba un trámite legal al parecer sencillo, de modo que ingresamos los documentos al INC para su reconocimiento.



Figura 731: *El Comercio* sobre conversatorio en el ICPNA.

Las particularidades de la burocracia limeña merecen un capítulo aparte... yo trabajaba en la editorial del INC y traté hasta el cansancio de activar desde dentro el expediente en la oficina de trámite documentario durante los meses que duró el lento desmembramiento del INC.

En el ínterin falleció Pepe y mucho después vimos viajar a Claude, quien se estableció en los Estados Unidos.

Las exposiciones

A falta de una asociación o algún otro tipo de institución, las exposiciones resultaron ser eventualmente un punto de encuentro.

En 1985, cuando el doctor Guillermo Ugarte Chamorro me encargó organizar en el Teatro Universitario de San Marcos (TUSM) una muestra que se llamó *Primera exposición del afiche peruano de teatro*, fue una buena ocasión para encontrarnos después de un par de lustros con Eliseo Guzmán, con Samanez y de paso conocí recién (omisión imperdonable) a Carlos Tovar, el hoy célebre "Carlín".



Figura 732: Exposición en el TUSM.

También en 1985 hubo otra muestra en el Instituto Italiano de Cultura que llevó el título de *Tras la huella de Ricardo*.

Los diseñadores que estábamos activos en el momento participamos en varias actividades y hubo una convocatoria para el diseño del afiche que fue ganado por Carlos González.

Y luego hubo otra muestra grande en el Centro Español, que supervisó Jesús Ruiz Durand. Tuvo una amplia participación y los varios diseñadores estuvieron tan bien representados, que es una pena que—al igual que en las otras exposiciones mencionadas—no haya quedado material documental, fotos ni videos.

Por mi parte, en 1988 celebré 25 años de vida profesional con una exposición y conferencia en el Instituto Nacional de Cultura.



Figura 733: "El INC realiza exposición 25 años de diseño gráfico de Octavio Santa Cruz". En: *El Peruano*, 4 de diciembre de 1988.

En 2001, en la Universidad Ricardo Palma se presentó *El lápiz bien temperado*, una exposición itinerante del diseño gráfico de la década del sesenta, realizada en homenaje a una de sus figuras más relevantes: José Bracamonte Vera, organizada por Alfonso Castrillón con la colaboración de Manuel Munive. En la inauguración conversé después de décadas con Raúl Salazar y por última vez con Carlos Liendo.



Figura 735: Exposición *El lápiz bien temperado*, 2001.



Figura 734: "Santa Cruz y sus 25 años de artista gráfico". En: *El Comercio*, 18 de diciembre de 1988.

Anexo 14: Formatos DIN

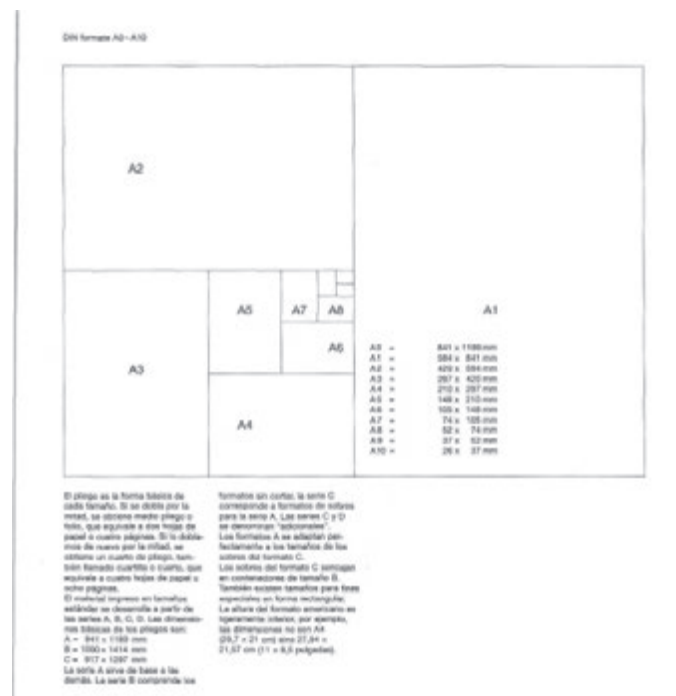


Figura 736: Formatos DIN. En: Müller-Brockmann, 1982.

Anexo 15: Las letras en el Renacimiento

En el aviso para la Casa Oechsle vemos un uso libre del *lettering* cuando Stockli en el título OTOÑO dibuje las altas de un alfabeto con cuerpo de romanas, lo ejecuta a mano alzada con la soltura de quien traza unciales y le adiciona rasgos que sugieren ornamentos vegetales de acuerdo al tema del otoño.

En referencia a la importancia que algunos conocedores daban a las letras en el Renacimiento y a las muchas medidas y cálculos con que habían tratado de reconstruir las romanas clásicas, vaya esta cita:

Por esto, y con tal objeto, he puesto también en esta obra nuestra, titulada *La divina proporción*, el modo de dar forma, con todas sus proporciones, al hermoso alfabeto antiguo mediante el cual podréis hacer inscripciones en vuestros trabajos. Tendréis oportunidad para ello, y todos, sin duda, recomendarán vuestras obras. Os advierto que lo dispuse de tal manera solo para que los inscriptores y miniaturistas, que escasean tanto, entiendan claramente la muestra, sin necesidad de recurrir a la pluma o pincel, y para que puedan trazar lisa y llanamente, a la perfección, las dos líneas matemáticas, curva y recta, del mismo modo que hacen las demás cosas, pues sin ellas no es posible hacer bien nada. Esto podéis verlo plenamente en las disposiciones de todos los cuerpos regulares y dependientes, que hemos visto antes, en esta obra, los que ha hecho ese dignísimo pintor, perspectivo, arquitecto, y músico, dotado de todas las virtudes, que es Leonardo Da Vinci (Pacioli, 1959: 165).

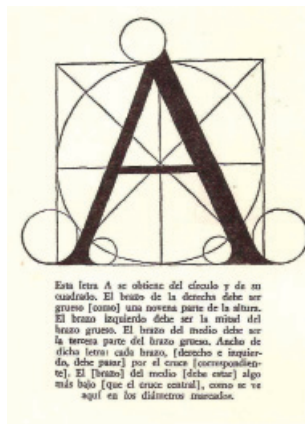


Figura 737: Letra A del alfabeto de Luca Pacioli, muy similar al de Da Vinci. Como el alfabeto de Durero se basa en el cuadrado de 10 partes, igual que el alfabeto de Johann Neudörffer (ca. 1660).



Figura 738: Alfabeto de Johann Neudörffer. En: Müller-Brockmann, 1982: 161.

Anexo 16: Radiación

La sistematización de las formas y la enseñanza del diseño contemporáneo han evolucionado vertiginosamente proveyendo al artista de un vocabulario inmenso, cuyo efecto multiplicador alcanza ilimitadas posibilidades de combinatoria.

En nuestro caso, los mismos parámetros pueden permitirnos una discriminación precisa para explicar nuestro análisis.

Así, podemos referirnos a los óvalos de Pestana en la carátula N° 58 de *Fanal* como el resultado de combinar varios recorridos superpuestos con predominio del modelo centrípeto que vemos en la página del medio como variable centro-superior, según la serialización de Wucius Wong.

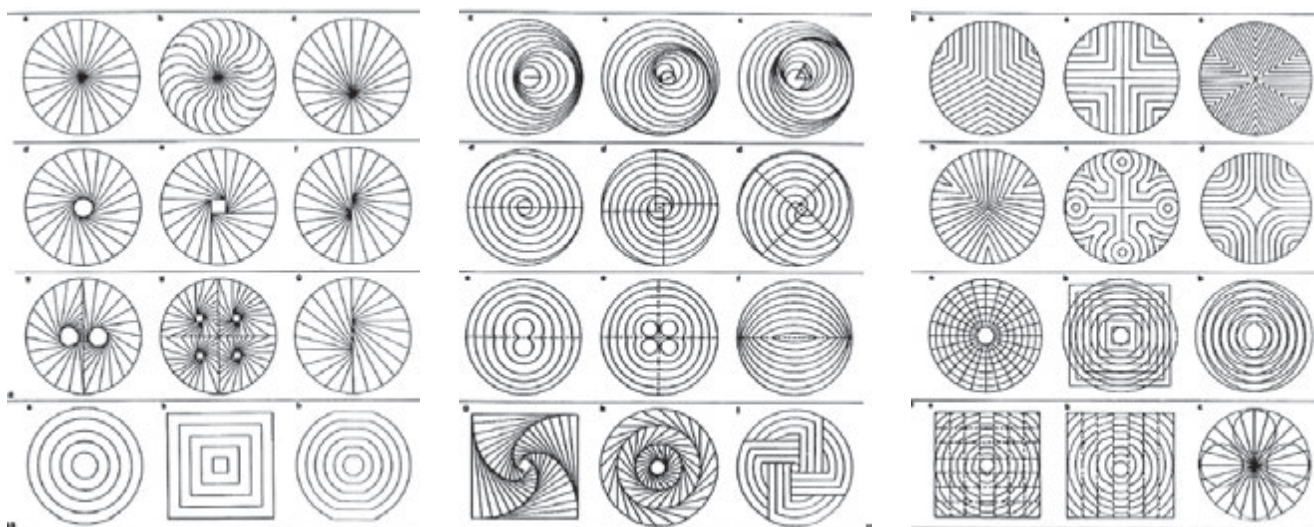


Figura 739: Serialización de Wong (1972: 87-93).

Anexo 17: Gradación

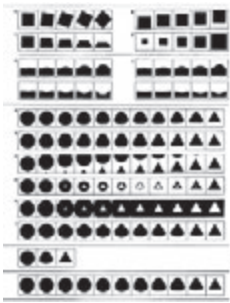


Figura 740: Wong (Ibíd., 1972: 76).

En cuanto al desplazamiento de las figuras en la mencionada carátula N° 58 de *Fanal*, transcurre según una gradación de menor a mayor y viniendo desde el fondo hacia el primer plano, según muestra el modelo d (segundo comenzando desde arriba a la derecha) en esta página de Wong.

Anexo 18: Avisos de periódico de CAPECO



Figura 741: *Expreso*, 8 de marzo de 1972 y *El Comercio*, 19 de marzo de 1972.



Figura 742: Avisos en *El Peruano*, *La Prensa* y *Expreso*, 1973.

Anexo 20: La Medalla de la Paz y la exposición en el Museo de Arte Italiano (MAI), 1982

Figura 743: Nueve notas periodísticas sobre premio Medalla de la Paz.



4. "Santa Cruz y los límites del arte aplicado". En: *El Diario*, 24 de abril de 1982.



1. "Premio internacional para Octavio Santa Cruz". En: *Correo*, 15 de abril de 1982.



2. Luis Enrique Tord, director del INC, entrega Medalla de la Paz de las Naciones Unidas a Octavio Santa Cruz. En: *La Prensa*, 21 de abril de 1982.

3. "Diálogo con Santa Cruz". En: *El Comercio*, 25 de abril de 1982.



5. "Medalla de la Paz de la ONU". En: *Expreso*, 26 de abril de 1982.





6. "El Perú en un concurso mundial". En: *El Comercio*, 24 de julio de 1981.



7. "Peruano a concurso mundial del cartel". En: *Expreso*, 24 de julio de 1981.



8. "INC presenta desde el 14 arte gráfico de Octavio Santa Cruz". En: *Expreso*, 26 de abril de 1982.



9. Mayo de 1982, por Zizi Ghenea.

Anexo 21: Retícula de Bruno Munari

Acerca de la modulación del espacio, la explicación de Bruno Munari nos invita a un universo de múltiples posibilidades:

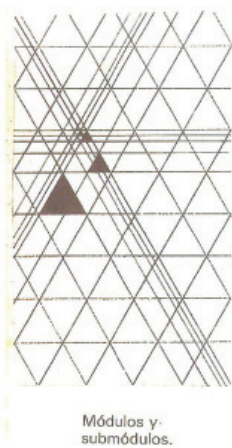


Figura 744: Retícula de Munari (1974: 30 y 31).

Todo, en el mundo en que vivimos está, o parece estar, regulado por las estructuras. En realidad son siempre cuadrimensionales, ya que las formas de las cosas se transforman continuamente, como podemos comprender fácilmente si pensamos en la simiente de una planta y en su transformación en árbol, en flor, en fruto, y una vez más en simiente, en su ciclo completo (...)

(...) En efecto, las estructuras no son otra cosa (...) que un equilibrio de fuerzas, y dado que en la naturaleza todo es equilibrio de fuerzas, como dice un antiguo sabio chino, todo está estructurado; incluso esta nieve que parece un amasijo informe si la observamos con el microscopio, nos muestra unos bellísimos cristales hexagonales (...)

Anexo 22: "La Inconstancia"



Figura 745: "La Inconstancia". En: Ripa, 1593: 313.

Anexo 23: Elam Kimberly. La geometría del diseño



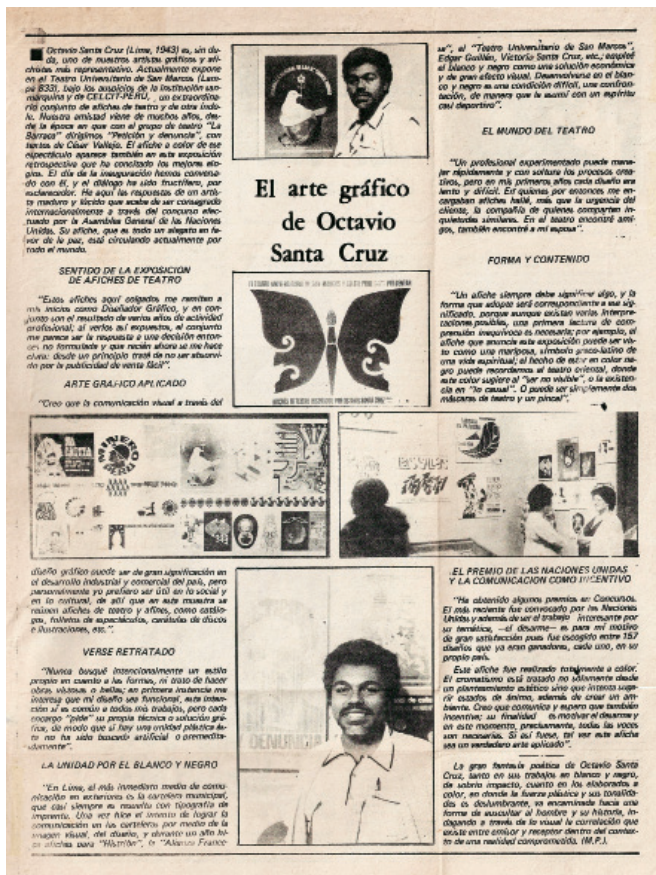
Figura 746: Retícula de Otl Aicher. En: Kimberly, 2014: 122 y 123.

Un ejemplo de la retícula en acción lo vemos en los pictogramas de los juegos olímpicos de Munich, 1972.

Aicher creó un sistema de formas geométricas estilizadas. Colocó las formas básicas de la cabeza, el torso, los brazos y las piernas sobre una retícula de líneas verticales, horizontales, y diagonales de 45°. La retícula diagonal confería a las figuras de los pictogramas poses dinámicas que sugerían acción.

Anexo 24: Afiches de teatro

Figura 747: Cuatro notas periodísticas sobre exposición en el TUSM.



“El afiche al servicio del teatro”. En: *Estampa*, revista de *Expreso*, 20 de febrero de 1972.



“TUSM realiza la primera exposición individual de afiches de teatro”. En *Estampa*, revista de *Expreso*, 20 de febrero de 1972

“Afiches teatrales en el TUSM”. En: *El Comercio*, 26 de febrero de 1972.



“El arte gráfico de Octavio Santa Cruz”. En: *La Crónica cultural*, mayo de 1982.

Anexo 25: Carlos González. Entrevistas

En los noventa González acostumbraba preparar una exposición cada dos años. En las notas periodísticas de su portafolio en Internet comenta que su temperamento no se orienta a la pintura gestual, sino más bien a la exactitud de lo geométrico. Trabaja la pintura en planos y relieves de madera, dípticos, trípticos y hasta en las construcciones que llama polípticos. Una variedad innovadora es la de trabajar obra no figurativa sobre mates, utilizando técnicas mixtas.

(Ver: <https://www.scribd.com/doc/110355831/Portafolio-Carlos-Gonzalez-Ramirez>).

Anexo 26: Exposición de cuadros “clásicos”

Figura 748: Tres notas periodísticas sobre exposición.

En rigor, estos cuadros que fueron mencionados como *op* no estaban trabajados con formas y efectos ópticos, sino con los colores de época, donde reunidos por complementarios, producen un efecto contrastante, desconcertante a la vista y a veces poco discernible.



1. “Octavio Santa Cruz, entre el arte y la vida”. 2. “Op art diferente”. W. O. en *Oiga*, En: *La Crónica*, 22 de octubre de 1970. 16 de octubre de 1970, p. 32.

3. “Octavio y sus imágenes - protesta”. En: *Vistazo* N° 1, 1970, pp. 32, 33, 34.

MODELO DE CUESTIONARIO

Con el cuestionario escrito iniciamos este trabajo. En algunos casos, enviado y respondido por *e-mail*, en otros utilizado como una guía para entrevistas y reuniones. Fue elaborado como una amplia batería de preguntas para que, según el caso, cada entrevistado respondiera lo que le fuera pertinente. En la mayoría de los casos la respuesta ha sido amplia, posibilitando la elaboración de un perfil bastante documentado.

Inicios, maestros, influencias

- ¿Cómo te inicias en el arte?
- ¿Qué artistas te influenciaron?
- ¿Qué maestros encauzaron tu obra?
- ¿Cuál ha sido tu formación?
- ¿En qué momento optaste por el diseño gráfico?

Metas iniciales, proyectos juveniles, trayectoria

- ¿Qué esperabas del diseño en tus inicios?
- ¿A quién preferías dirigir tu obra?
- ¿A quién quieres llegar ahora?
- ¿Qué has querido transmitir?
- ¿Qué mensajes prefieres comunicar?
- ¿Cómo describirías tu arte, tu técnica, tu escuela o tu preferencia?
- ¿Cuál ha sido tu trayectoria?
- ¿A qué aspiraban como artistas los gráficos de los 50-60?

Logros, evaluación actual, continuidad

- ¿Qué ha sido el arte para tu vida?
- ¿Has trabajado donde has querido?
- ¿Sientes que has logrado tus objetivos?
- Tu mayor satisfacción profesional o artística.
- ¿Qué proyecto estás trabajando ahora o qué tienes en mente?

Predilecciones, aficiones, complementos

- ¿Qué es lo que más te agrada diseñar?
- ¿Tienes alguna segunda especialidad, intereses, ideales, hobbies, pasatiempos?
- ¿Algún fundamento ideológico o filosófico determinante?
- Elementos indispensables en tu entorno.
- ¿Coleccionas algo?
- Describe un día típico en tu vida como artista.

Acerca de la profesión

- ¿Qué es un diseñador gráfico?
- ¿Qué hace?
- ¿En qué consiste esta carrera?
- ¿Qué habilidades y aptitudes debe tener un diseñador gráfico?
- ¿Qué se debe tener en cuenta al hacer un diseño?
- ¿Son aplicables las preguntas qué, dónde, cómo, por qué, para quién?
- ¿Hay condiciones de trabajo deseables, ideales?
- ¿Cómo pasa el diseño desde los sesenta hacia los medios masivos y la digitalización?

El Perú como contexto

- ¿Consideras que el Perú influyó en tu desarrollo?
- ¿Escogiste estar en el Perú?
- ¿Piensas continuar en el Perú?
- ¿El Perú representa un reto especial para un diseñador gráfico?
- ¿Qué habilidades y aptitudes se requieren más hoy en el Perú?
- ¿Ofrece el Perú condiciones de trabajo especiales, ideales?
- ¿Qué opinas del arte actual en nuestro país?

Opiniones

- ¿Cómo ves el arte contemporáneo, el diseño, los artistas, la cultura en general?
- ¿Dónde encuentras las ideas para tu trabajo en estos días?
- ¿Ves televisión, comerciales, noticias?
- ¿Usas Internet, blogs, redes?
- ¿Qué es la creatividad?
- ¿Hay un proceso creativo?
- ¿Cómo es?
- ¿Computadora o lápiz y papel?
- ¿Cómo deben formarse los nuevos artistas?
- ¿Qué se requiere más ahora: pensar, sentir, hacer?
- ¿Lugar de la fotografía?
- Si no fueras artista ¿qué hubieras preferido ser?
- ¿El artista nace o se hace?



El cuestionario, este instrumento

diseñado para la introducción inicial de la información, estuvo previsto para ser respondido por escrito y aunque en la práctica eso no siempre se siguió con rigor, tener una batería de preguntas fue útil como guía para la conversación en vivo. El cotejo de respuestas arrojó coincidencias, por ejemplo en puntos como los siguientes.

A qué aspiraban como artistas los gráficos de los 50-60

Las respuestas se conectan con aspectos biográficos. Por ejemplo, los diseñadores suizos al igual que Dieterich venían con una formación regular, lo que por principio remite a un nivel académico de facto; pero debemos agregar que sus dos exposiciones colectivas de diseño indican su búsqueda por lograr un alto nivel y reconocimiento. Bracamonte viajó a Chile y Brasil para tomar algunos cursos básicos, lo mismo que De León, que se fue a Estados Unidos.

Cómo pasa el diseño desde los sesenta hacia los medios masivos y la digitalización

Los mayores han concordado en que el incremento en el manejo de los recursos informáticos ha venido aparejado con un descenso en la exigencia conceptual.

Sobre el Perú como medio laboral

Unos volvieron, otros no se han ido, pero en cuanto a las habilidades, conocimientos y retos actuales hay consenso en que debe revisarse la actitud ante la computadora con el fin de aprovechar correctamente las fortalezas que nos ofrece. En esto todos han sido especialmente críticos. También han sido críticos frente a la televisión, los medios, la Internet y las redes sociales, que hasta ahora no condicionan mejoría alguna para el diseño.

Acerca de la formación de los nuevos artistas, tanto por experiencia personal como por comparación con la enseñanza estándar internacional, coinciden en recomendar la importancia de una base de práctica manual. Dieterich puntualiza que en la escuela donde enseñaba, en San Francisco, el jefe de curso determinó en el plan de estudios dos años para afinar el concepto de diseño antes de tocar una computadora.

Los diseñadores de este grupo que han continuado en actividad a fines de los setenta y en los ochenta también aspiraron a continuar al más óptimo nivel de producción. Ruiz Durand, Palacios y Tovar viajaron al extranjero por cursos de especialización. Incluso Dieterich ha estudiado cursos de especialidad. Palacios, Ruiz Durand y Santa Cruz han seguido cursos de posgrado. Guimoye volvió luego de formarse íntegramente en el extranjero.

La sistematización de las respuestas al cuestionario ha permitido distribuir algunos datos como singularidades y otros como coincidencias e incluso como referenciales para las conclusiones.

GLOSARIO

Achurado: Creación de efectos de tonos o sombreados con líneas paralelas estrechamente separadas.

Altura x: Medida referencial, aparte de los ascendentes o descendentes, en la que el alto de la letra x determina el tamaño de un alfabeto.

Astralón: Plancha de plástico o acetato transparente e indeformable sobre la que se montaban los fotolitos de las páginas.

Bauhaus: Escuela de arte, diseño y arquitectura fundada en Alemania (1919-1933).

Caja tipográfica: Caja de madera conteniendo letras metálicas.

Capitular: Letra inicial de un bloque de texto con un tamaño mayor que el resto de las letras de ese texto. Letra mayúscula inicial ampliada, que encabeza un capítulo, una columna o página de texto.

Cartabón: Instrumento de dibujo lineal que tiene forma de triángulo rectángulo escaleno con ángulos de 30 y 60 grados.

Chivalete: Armazón de madera, mueble donde se colocan las cajas con letras metálicas para componer.

Chupada: Letra delgada, esbelta.

Colapen: Pluma artesanal hecha con hojalata, de moda reciente en caligrafía experimental.

Color especial: Tinta de imprenta de cualquier color que no sea uno de los cuatro colores de la selección (amarillo, cian, magenta o negro).

Collage: Proceso de pegar objetos o fragmentos de objetos encontrados (papel, cuerda, tela, letras, fotografías, etc.) para formar composiciones con efectos simbólicos y visuales.

Copperplate: Estilo de caligrafía, llamado también letra inglesa.

Cuatricomía: Proceso de reproducción a todo color por separación de imagen en tres colores primarios (cian, magenta y amarillo), más el negro que refuerza la definición, para realizar impresiones litográficas, serigrafías o grabados.

Cursiva cancelleresca: Letra corrida, manuscrita, de escribiente, estilo renacimiento.

CYMK: Denominación moderna del proceso de separación de colores e impresión por cuatricomía. Utiliza las siglas **C**yan, **M**agenta, **Y**ellow y **B**lack.

Ductus: En la escritura realizada por la mano, es el gesto o el movimiento enérgico que impulsa, modula y organiza el trazado de las letras. Para el principiante, son las flechitas que indican el número, orden y dirección de los trazos de una letra.

Duotono: Reproducción a dos tintas o colores a partir de una fotografía en blanco y negro.

Echadura: Pequeña forma de papel doblado y numerado en folios, que servía para guiar el montaje, calcular y distribuir los pliegos para una revista o libro.

Esfumado en el tintero: Mezcla de colores en el depósito de tinta al momento de imprimir.

Estarcido: Técnica decorativa que consiste en aplicar pintura con un pincel, un trapo empapado o salpicando con un cepillo, a través del hueco de una plantilla perforada.

Formato: Sentido del tamaño dado al área de un diseño. Puede ser cuadrado, horizontal o apaisado, vertical, circular, etc.

Foto quemada: Fotografía procesada en alto contraste, eliminando tonos suaves y grises mediante el uso de película dura Kodalit.

Fotolito: Película fotográfica que permite transferir una imagen a la plancha de imprenta litográfica u *offset*.

Fotomecánica: Proceso fotográfico con películas y químicos especiales para imprenta.

Freelance: Modalidad de trabajo eventual, rápido, pagado por cada encargo.

Gracias: Se llaman así a los lazos y rasgos ornamentales con los que se rematan algunos trazos en caligrafía.

Identidad corporativa: Es la manifestación física de la imagen corporativa. Comprende todos los aspectos visuales de la identidad de una organización: papelería, vehículos, señalética, etc.

Imagen corporativa: Se refiere a los aspectos de la empresa que perciben los usuarios.

Imagotipo: Es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

Isologo: Cuando el texto y el ícono se encuentran fundidos en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y solo funcionan juntas.

Isotipo: Etimológicamente *iso* significa *igual*. Se refiere a una marca que, en cuanto ícono, se equipara a algún aspecto de la realidad. Es solo un símbolo o forma visual (aunque sea la forma de una letra) que sea entendible por sí mismo. No precisa texto.

Litografía: Sistema de reproducción inventado por Aloys Senefelder de Munich en 1796. Los dibujos se hacen con productos químicos sobre una superficie de piedra calcárea pulida y se reproducen por contacto. La versión industrial o imprenta *offset* conserva el principio, aplicado a máquinas modernas que imprimen a altas velocidades.

Logotipo: De *logo*: palabra. Un logotipo o logo es un elemento verbo-visual y sirve para representar gráficamente a una persona, empresa, institución o producto. Solo son logotipos aquellos que se limiten a la mera tipografía.

Moiré: Efecto óptico obtenido al superponer tramas.

Montaje: Armado de los artes finales convertidos en películas para quemar plancha e imprimir en *offset*.

Montajista: Operario de imprenta que arma montajes en la mesa de luz.

Offset: Técnica de impresión por medio de una plancha de zinc o aluminio que transmite la imagen a un cilindro de caucho y este al papel. Ideal para tirajes largos, de buena calidad y con la cantidad de tintas deseadas.

Outline: Línea de borde grueso en una figura dibujada, generalmente se usa en propagandas para resaltar un dibujo sobre los demás de un grupo.

Oyoyoyo: Renglón hecho a mano con dos letras “I” y “O”, con lápiz, pincel o lapicero, que en un boceto simula un bloque de texto, entendiéndose que allí se pondrá un bloque de letras de imprenta. Ejemplo: OIOIO I IOIOIII O OIOI OOOIOIII IOIIIIIIOI OI.

Ozalid: Esta prueba era la última opción para corregir un trabajo antes de ser impreso. A partir de una imagen sobre original transparente que se exponía a la luz sobre un papel preparado, el proceso químico utilizaba el amoníaco como revelador. Las copias de planos de los años cuarenta y cincuenta eran también en ozalid. Desapareció con las impresiones digitales que permiten corregir en pantalla.

Palo seco: Letra sin adornos, nombre usado en la jerga publicitaria norteamericana de principios del siglo XX.

Paste-up: Método manual para armar anuncios y páginas de publicación, cortando y pegando papeles impresos y dibujos. Dibujante armador.

Resma: Pila de 500 pliegos de papel, de tamaño grande.

Sans Serif: Se llama así a una familia o tipo en la que cada letra carece de las pequeñas terminaciones llamadas gracias, remates o serifas.

Selección de color: Proceso de fotomecánica fina para convertir una imagen a *full color* en cuatro fotolitos o películas para imprimir.

Serif: Se llaman también serifas, remates o terminales a pequeños adornos ubicados generalmente en los extremos de las letras o caracteres tipográficos.

Serigrafía: Sistema de impresión directo, en el cual se emplea como portaimagen un tejido montado a un marco y parcialmente obstruido por medios manuales o fotográficos. Se le conoce también como estampado o *silk screen*.

Tipografía: Sistema de impresión de textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en alto relieve, entintados, sobre el papel. Modelo de letras.

Tipómetro: Instrumentos graduados para medir las líneas y los cuerpos tipográficos; vale decir, el tamaño y el espacio que ocupan las letras.

Tipos: Moldes metálicos o de madera para imprimir.

Tiraje: Número total de ejemplares impresos en una edición.

Tiralíneas: Instrumento para trazar líneas a tinta que consiste en dos piezas metálicas a modo de pinzas que varían el flujo mediante un tornillo que gradúa la abertura.

Trama mecánica: Superficie de papel, mica o adhesiva, con puntos uniformes de apariencia agrisada.

Trama fotomecánica: Película fotográfica especial mediante la cual una foto "normal" de tono continuo se convierte en una superficie con puntos.

Tramar: Convertir una foto de tono continuo en una superficie con puntos.

Tricomía: Proceso de reproducción a todo color por separación de imagen, solo con los tres colores primarios (cian, magenta y amarillo), para realizar impresiones litográficas, serigrafías o grabados.

Ulano: Película flexible de color opaco usada para bloquear el paso de la luz en serigrafía.

Uncial: Letra de escribiente en mayúsculas, estilo siglos V-VII.



Se terminó de imprimir en
los talleres gráficos de
Litho & Arte S.A.C.
Jr. Iquique 026 - Breña
Teléfonos: 332-1989 / 332-8397 / 332-9077
E-mail: ventas@lithoarte.com
Marzo de 2018

El
Diseño Gráfico
en
Lima.
1960

Este trabajo de investigación, principalmente descriptivo, es pionero pues esta etapa –precisamente por su cercanía temporal y porque muchos de sus protagonistas continúan en actividad– no había sido estudiada. Tal omisión causó por inercia un vacío de conocimientos que este libro corrige ahora, para las nuevas generaciones de diseñadores gráficos

Dr. Marco Martos Carrera

Recordar el período de inicio y profesionalización del diseño gráfico en el Perú es de suma importancia para los diseñadores que actualmente se forman. Esta tesis constituye un punto de partida para la reflexión sobre el proceso del diseñador gráfico, desde el conocimiento del oficio hacia la era digital.

Dr. Fernando Villegas Torres

Este tema no ha sido tratado anteriormente y es lejana la posibilidad de que pueda analizarse desde el interior de la experiencia artística del diseño gráfico en el Perú con alto valor testimonial, con la competencia que lo ha sido en este caso, tanto en lo formal como en lo teórico-metodológico.

Dra. Martha Barriga Tello

Publicación ganadora de la Convocatoria 2017

+INFOARTES.pe
del Ministerio de Cultura del Perú

ISBN: 978-612-46156-3-4



9 78 612 46156 34