

LA PUBLICIDAD DEL NITRATO DE CHILE EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX. EJEMPLOS DE ART DECO EN EL VALLE DEL HENARES. AZULEJERÍA, CERÁMICA Y PUBLICIDAD.

Ricardo L. Barbas Nieto-Laina

1.- La industria salitrera de Chile (1880-1930)

1.1.- Introducción histórica.

En la década de 1880, Chile salió vencedor en la Guerra del Pacífico (1879-1884) frente a Perú y Bolivia, incorporando a su territorio las provincias de Tarapacá y Antofagasta. En ellas se encuentra el desierto de Atacama, una de cuyas riquezas mineras, el salitre, haría del país andino el principal productor mundial de ese abono natural. En la pampa, se encontraban yacimientos de enorme extensión, una elevada riqueza del mineral y de relativa accesibilidad, que le dieron al país un monopolio mundial por cuatro décadas.



Imagen 1: Imagen escenario de la Guerra del Pacífico. Chile, Perú y Bolivia. Con trama, las provincias de Tarapacá y Antofagasta y sus principales ciudades Arica, Iquique y Antofagasta de norte a sur, donde se localiza el desierto de Atacama y el salitre. Será a través de estos puertos desde donde se distribuirá a nivel mundial el fertilizante.

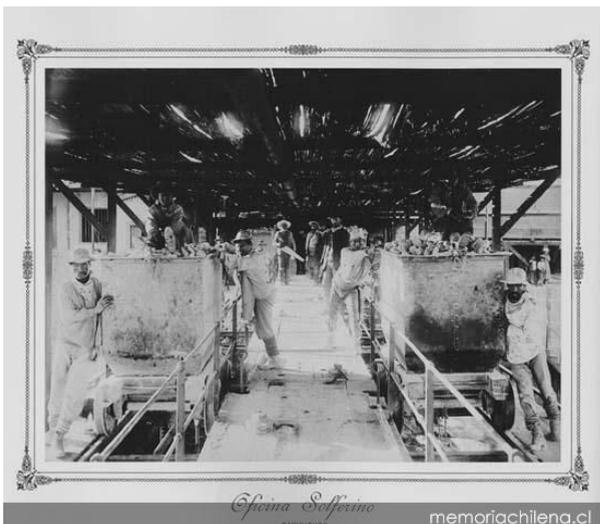
Los primeros antecedentes de la explotación del salitre se remontan al mundo colonial, en el que los españoles lo emplearon para fabricar pólvora. Al iniciarse el siglo XIX, el salitre tarapaqueño comenzó a ser conocido en Europa por sus bondades agrícolas (fertilizantes) e industriales (pólvora). Al mismo tiempo, exploradores y empresarios chilenos descubrían y echaban andar la explotación del salitre en el salar del Carmen, a 20 kilómetros de la futura Antofagasta, a través de la Compañía de Salitre y Ferrocarril de Antofagasta S.A.



Oficina Salitrera Primitiva, ca. 1880	
Identificador	MC0004261
Título	Oficina Salitrera Primitiva, ca. 1880
En	Album de las Salitreras de Tarapacá / L. Boudat y Ca. Iquique : [s.n.], 1889. [101] h.
Colección	Biblioteca Nacional de Chile



Oficina Salitrera Primitiva, ca. 1880	
Identificador	MC0004260
Título	Oficina Salitrera Primitiva, ca. 1880
En	Album de las Salitreras de Tarapacá / L. Boudat y Ca. Iquique : [s.n.], 1889. [101] h.
Colección	Biblioteca Nacional



Oficina salitrera, ca. 1880	
Identificador	MC0004263
Título	Cachuchos de la Oficina Solferino
En	Album de las Salitreras de Tarapacá / L. Boudat y Ca. Iquique : [s.n.], 1889. [101] h.
Colección	Biblioteca Nacional

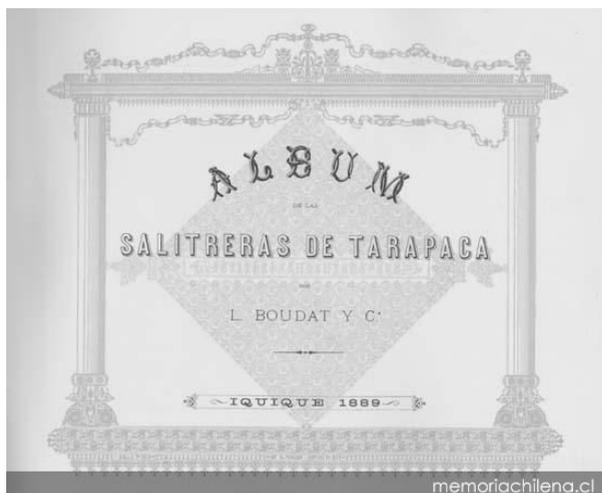


Vista general de la Oficina Sacramento, ca. 1880	
Identificador	MC0004262
Título	Vista general de la Oficina Sacramento, ca. 1880
En	Album de las Salitreras de Tarapacá / L. Boudat y Ca. Iquique : [s.n.], 1889. [101] h.
Colección	Biblioteca Nacional

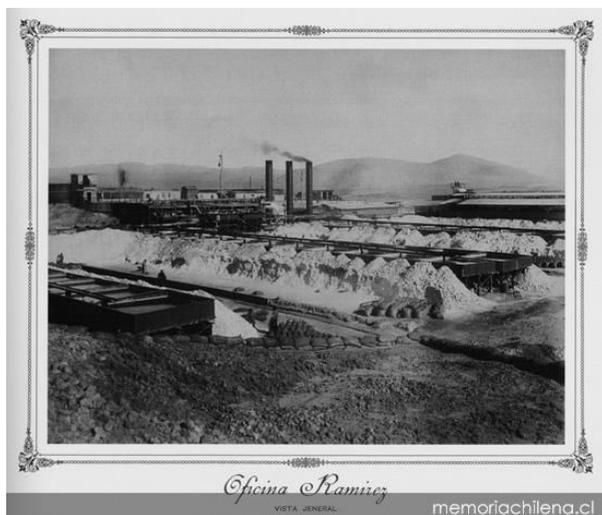
En posesión de los territorios, el gobierno de Chile dejó en manos privadas la explotación del salitre, aplicando un impuesto de exportación que le aportaba una enorme cantidad de dinero. Los capitales empresariales y financieros más importantes de la “reprivatización” de las concesiones salitreras, llamadas “Oficinas”, fueron generalmente ingleses, alternando en el siglo XX, con capitales estadounidenses. Entre los empresarios, destacó John Thomas North, llamado en la época el “Rey del Salitre”, como demostración del dominio británico sobre el salitre en Chile.

La explotación del salitre se caracterizó por la poca modernización de las instalaciones, con unidades productivas dispersas, baja tecnología, y la explotación de la mano de obra barata del país.

La técnica de elaboración del salitre, fue variando hasta que se consolidó un sistema llamado Shanks. Sólo a fines de los años veinte surgió una modernización de la industria con el sistema Guggenheim en las oficinas de las salitreras María Elena y Pedro de Valdivia.



Salitreras de Tarapacá	
Identificador	MC0000316
Título	Salitreras de Tarapacá
En	2 v. [Santiago] : Biblioteca Nacional, 2000 ([Santiago] : Ograma S.A.) Tomo 1
Colección	Biblioteca Nacional de Chile



Vista general de la Oficina Ramirez, ca. 1880	
Identificador	MC0002104
Título	Vista general de la Oficina Ramirez, ca. 1880
En	Album de las Salitreras de Tarapaca / L. Boudat y Ca. Iquique : [s.n.]1889. [101] h. [101] h. de lams.
Colección	Biblioteca Nacional de Chile

Una de las consecuencias de este particular sistema productivo fue la gran demanda de mano de obra, lo que produjo una fuerte migración hacia estos lugares, la formación de numerosos centros poblados en la pampa salitrera y en la costa, así como la creación de toda una serie de infraestructuras para la exportación masiva del salitre, que vieron su reflejo en las instalaciones portuarias y la instalación de una red de ferrocarriles.

El crecimiento demográfico fue drástico en esta zona, la fuerte necesidad de mano de obra, en una zona semidespoblada de desierto, generó una gran demanda que actuó como un foco receptor de hombres y mujeres. La oportunidad de un salario, fue un reclamo que generó el nacimiento y crecimiento de localidades y oficinas del interior, puertos y caletas en la costa, aún en unas condiciones de trabajo muy duras.

Las fuertes y malas condiciones de trabajo, en una zona de desierto, sueldos muy bajos, sin amparo social de ningún tipo, características de mundo industrial de las últimas décadas del siglo XIX, y primeras del siglo XX, generó la creación de los primeros movimientos obreros y lucha social, en el continente sudamericano, donde había predominado desde siempre una economía de carácter eminentemente agrícola.



Viendo cuantitativamente las cifras de exportación del salitre, se observa un proceso de expansión progresiva de la producción hasta fines de la Primera Guerra Mundial: de 500 mil toneladas, en la década de 1880, se llega durante los años del conflicto bélico a bordear los 3 millones de toneladas de producción anual. Concluida la guerra, comenzó la crisis de la industria salitrera producto de la competencia del salitre sintético, que obligó a una fuerte campaña publicitaria del salitre natural, origen de este estudio, y que desarrollaremos en siguientes apartados. Sin embargo, no impidió que disminuyera la producción salitrera en torno a un millón y medio de toneladas anuales entre los años 1920-1927, para volver a alcanzar elevadas cifras en los años 1928-1929, y caer violenta y definitivamente en la crisis de los años treinta.

Lo que es evidente, es que el auge del salitre y el desarrollo económico y social del país estuvieron asociados desde fines del siglo XIX y comienzos del XX, manifestándose en la expansión del comercio, la industria, la agricultura y el aparato estatal de Chile. Asimismo, contribuyó al surgimiento de un proletariado industrial y una incipiente clase media. En definitiva, fue la base para un conjunto de transformaciones sociales y políticas que cambiarían y transformarían Chile en el siglo XX.

1.2.- El Nitrato de Chile. Importancia internacional del salitre.

1.2.1.- Usos, mercado y demanda.

Fertilizantes

Los materiales compuestos de nitrógeno, como el estiércol, han venido siendo usados durante siglos como fertilizantes en la agricultura, desde mucho antes de que se conociera la razón de sus beneficiosos efectos. Durante la primera parte del siglo XIX algunos científicos demostraron que el crecimiento de las plantas dependía del nitrógeno. Cuando se supo esto se produjo una mayor demanda, de compuestos de nitrógeno para suplementar la provisión natural del suelo y obtener mejores resultados en la agricultura. Se encontró que fertilizantes nitrogenados como el nitrato de potasio ('nitro', de la India), el guano (deposiciones de aves), o el residuo sólido del gas de hulla, coque (licor amoniacal-sulfato amoniaco), podían duplicar e inclusive triplicar la producción de las cosechas de cereales.

Por su cantidad, calidad y bajos costes de producción de los grandes depósitos de nitrato de sodio encontrados en Chile- Nitrato de Chile, "afiche" o "caliche", fueron rápidamente ganando puestos en los mercados internacionales, iniciando la exportación de dicho material a Europa a mediados del siglo XIX, llegando a ser monopolio mundial a comienzos del siglo XX.

Colorantes

De forma similar, hasta mediados del siglo XIX, virtualmente los únicos colorantes que había eran aquellos derivados de las plantas, como añil y rubia. Pero en 1856 se descubrieron los colorantes sintéticos cuya base eran los compuestos nitrogenados, que llevó al crecimiento de una amplia industria química dominada por Alemania.

Municiones-Pólvora

Además, las guerras coloniales del último tercio del siglo XIX, y la tensa situación política que se desarrolló en Europa a principios del siglo XX, sobre todo con la Primera Guerra Mundial, provocó una mayor demanda de los productos nitrogenados, de forma que la nación que se quedara sin suministro de nitrato de Chile, no podría mantener una provisión suficiente de munición.

1.2.2.- Auge y Decadencia. Del monopolio mundial a la supervivencia.

La importancia y crecimiento de los usos anteriores en la economía mundial, y la disponibilidad en los mercados, a través del desarrollo de los sistemas de intercambio

asociados a la industrialización (barco de vapor, ferrocarril, etc...), generó una gran demanda de nitrógeno en la última mitad del siglo XIX, y primer tercio del XX, a nivel internacional, cubierta en gran parte por el nitrato de Chile, de manera casi monopólica.

En varios momentos, la demanda de nitrato fue muy superior que la que se podía satisfacer con el nitrato de Chile y el licor amoniacal, por ejemplo para pólvora durante la Gran Guerra (1914-1918). Debido a ello en varios países se planteó que, debido a las limitaciones en el suministro de nitrógeno y al crecimiento de la población, a partir de 1931 no habría pan suficiente para hacer frente a las necesidades mundiales.

La solución era fabricar los compuestos de nitrógeno a partir del nitrógeno presente en el aire - un suministro prácticamente ilimitado y a nuestra disposición-. A pesar de las dificultades iniciales, se desarrollaron varios procesos exitosos durante el período 1904-1908. El más ventajoso, el proceso Haber-Bosch, se desarrolló en Alemania. Permitía fabricar amoniaco a partir del nitrógeno del aire y a partir del amoniaco se pueden sintetizar los demás compuestos de nitrógeno.

Una planta piloto con el proceso Haber funcionó por primera vez en 1910, y una planta completa con capacidad de 30.000 toneladas de sulfato amónico anuales empezó su producción en 1913. Igual que con otros avances científicos y tecnológicos la guerra, en este caso la de 1914, fue un estímulo para su extensión. Gran Bretaña y sus aliados controlaban las rutas marítimas, y las explotaciones salitreras del Nitrato de Chile y el guano peruano, pues los capitales empresariales que explotaban estos depósitos eran de capital inglés en su mayoría, como antes se ha citado. Debido a ello las potencias centrales y Alemania, quedaron aisladas de las fuentes de nitrógeno para la agricultura y los explosivos, y se vieron obligados a fomentar toda una serie de alternativas y procesos de generación de nitrógeno, como el descrito antes.

Alemania construyó importantes plantas industriales y amplió la capacidad de producción a 120.000 toneladas de amoniaco sintético anuales. Hay pocas dudas acerca de que el proceso Haber fue de importancia decisiva en la primera guerra mundial. Proporcionó a Alemania y sus aliados el nitrógeno que necesitaban para la producción de municiones y alimentos. Algunos autores piensan que una de las principales razones por las cuales Alemania perdió la guerra no fue la escasez de explosivos sino que el ejército usó tal cantidad de compuestos nitrogenados que no quedaron suficientes para los agricultores, sufriendo cosechas desastrosas en los años 1917 y 1918.

Consecuencias de la producción industrial de Nitrato. La Decadencia.

Una de las consecuencias directas de que durante la Primera Guerra Mundial, Alemania produjera nitrógeno sintético, fue la decadencia del Nitrato de Chile natural. Chile, gran exportador, se vio obligado a disminuir su producción y en las siguientes décadas al cierre paulatino de las oficinas salitreras. El cierre de las salitreras provocó una grave crisis de trabajo, con gran población en paro, un deterioro de los recursos económicos de los grupos más pudientes, y sobre todo del Estado, que debió paliar con ayuda alimenticia y habitacional a la masa de mineros que emigraron hasta el centro del país.

El comienzo de la crisis de la industria salitrera, coincide con el ascenso de los primeros grupos sociales medios y proletariado industrial, generado por el auge de esta industria, ahora en recesión, y que afectará gravemente a su economía.

Los datos hablan por si mismos, de ahí que mientras en 1914 Chile controlaba el 55% del mercado del salitre, hacia fines de la guerra controlaba sólo 32% de ese mercado y un 16% en 1926. Para frenar ese proceso el Estado se asocia a los empresarios extranjeros a cargo de la explotación, creándose la COSACH (1931), para luego controlar la industria salitrera con la creación de COVENSA (1933), iniciativa que permitió mantener por un tiempo la producción y atenuar el paro, pero no impidió la crisis definitiva de la explotación del nitrato.

Otro factor negativo que influyo en la crisis de la industria salitrera, fue el fuerte vínculo de Chile con los mercados mundiales, y la Gran Depresión, que afectó a Chile y su industria internacional. Las exportaciones de salitre bajaron de 3.000.000 de toneladas métricas en 1928, a 275.000 en 1932, y el precio por tonelada de nitrato bajó de 40 dólares en 1929 a 24 en 1932.

1.2.3.- Campaña publicitaria del salitre natural

Hemos descrito el contexto en el cual se desarrollo la industria salitrera en los mercados internacionales. En su evolución hacia los mercados, se genera una necesidad de dar a conocer el producto, sobre todo para la agricultura, el gran mercado natural del nitrato. Son los comienzos de la publicidad. Ya desde principios del siglo vemos como el Nitrato de Chile se muestra en diferentes países y mercados de todo el mundo. Pero será principalmente en la década de 1920, ante la crisis salitrera producto de la competencia con el salitre sintético, cuando el Gobierno de Chile, junto con los empresarios salitreros, reunidos bajo la denominación Asociación de Productores Salitreros, utilizó los diversos medios publicitarios para promover el salitre natural.

La campaña publicitaria se plasmo en diferentes formatos. En la mayoría de los casos sobre papel impreso: calendarios anuales, u octavillas, elementos básicos de la vida cotidiana, de forma que el mensaje llegara a la mayor cantidad de gente, se pueden ver los ejemplos de Australia, 1927, (fig.9), Polonia, 1927 (fig.10), o España, 1933 (fig.11).

En otros casos se generaban litografías en papel cartón de secciones horizontales, para colocar en paredes de tiendas, como por ejemplo Alemania, 1904 (fig.7), y la de Lituania (fig. 8).

En cualquiera de los casos, se hacía una mención especial a las propiedades naturales del salitre, y sus efectos beneficiosos en la agricultura, ya fuera con mensaje escrito, o una imagen, de forma que fuera entendido de manera tácita, a cualquier receptor.

En todas ellas se refleja la abundancia de frutos, y cosecha, y se focaliza el mensaje sobre los productos típicos de cada país, relevante es el caso de Dinamarca, 1926 (fig. 8), en la que se representa una remolacha de gran tamaño, Brasil (fig.12), con productos tropicales, o Bélgica (fig. 20), pastos con vacas y Egipto (fig. 21), paisaje del Nilo con algodón.

Una de las figuras más repetida, es la del campesino, abonando a mano sus campos, en diferentes posiciones, y caracterizado a imagen de las gentes del lugar. Este modelo se repite en Gran Bretaña (fig.3), Turquía (fig. 14), Francia (fig. 16), Palestina (fig. 17), siendo excepcional el caso griego (fig. 25), en el que un campesino con un saco a sus espaldas, abona literalmente todos los continentes.

Como antes hemos mencionado la publicidad se sirvió de diferentes soportes, carteles, almacenes y calendarios, litografías en cartón piedra, etc., uno de los más utilizados sería el cartel publicitario en papel, tan famosos en las primeras décadas del siglo XX no los citaremos pero prácticamente la totalidad de los carteles descritos a continuación fueron impresos en este formato, para colgar o pegar en paredes y expositores.

En alguno de los casos saltaron el mero papel, a otros materiales, como por ejemplo el mosaico (casos de España y Portugal, o Gran Bretaña), tema que será desarrollado en los capítulos posteriores en el caso especial de la Península Ibérica. La publicidad llegó a todos los ámbitos y soportes, y un ejemplo de ello los tenemos en España, donde la publicidad del Nitrato de Chile, quedó marcada también en los propios elementos contenedores del Nitrato de Chile, (fig.26).

A continuación se recogen algunos de los ejemplos del esfuerzo publicitario de “Nitrato de Chile a nivel mundial. Algunos de ellos de singular belleza.

1.2.4.- Carteles publicitarios del Nitrato de Chile en el mundo.

Sirva esta colección al menos de poder ver la variedad de estilos formas y ámbitos en los cuales se desarrollo esta nueva cultura. Décadas de estilos artísticos que quedaron plasmados en los carteles, etc...

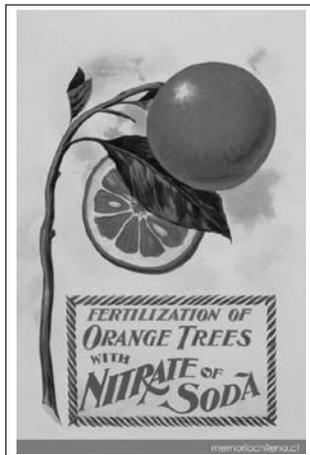


Fig. 2

Afiche de Estados Unidos, 1899-1900	
Identificador	MC 0012303
Título	Afiche de Estados Unidos, 1899-1900
En	Una experiencia feliz la propaganda salitrea chilena en el extranjero - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] Archivo Nacional, 12001 [Santiago] - Oficina Impresora S.A. S.p.A.
Colección	Archivo Nacional de Chile

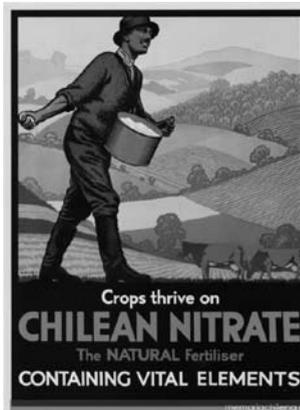


Fig. 3

Afiche de Gran Bretaña e Irlanda	
Identificador	MC 0012314
Título	Afiche de Gran Bretaña e Irlanda
En	Una experiencia feliz la propaganda salitrea chilena en el extranjero - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] Archivo Nacional, 12001 [Santiago] - Oficina Impresora S.A. S.p.A.
Colección	Archivo Nacional de Chile

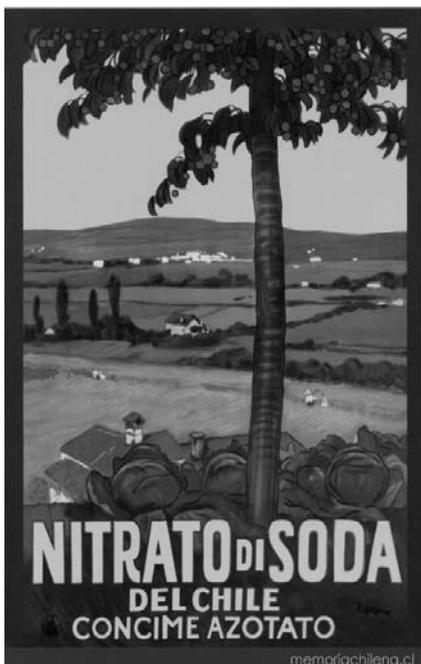


Fig. 4

Afiche de Italia, 1906	
Identificador	MC 0012208
Título	Afiche de Italia, 1906
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile

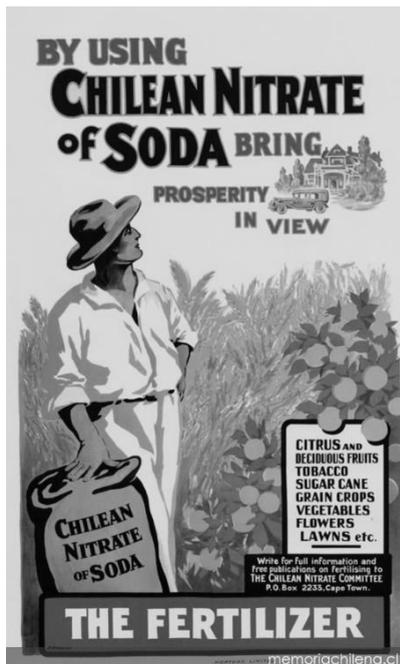


Fig. 5

Afiche de Sud Africa, 1912	
Identificador	MC 0012302
Título	Afiche de Sud Africa, 1912
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p., [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile

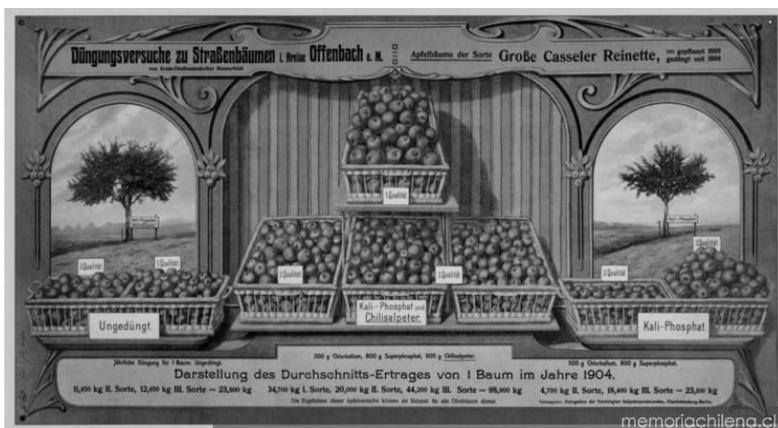


Fig. 6

Afiche de Alemania, 1905	
Identificador	MC 0012309
Título	Afiche de Alemania, 1905
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p., [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Afiche de Lituania	
Identificador	MC0012310
Título	Afiche de Lituania
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 8



memoriachilena.cl

Fig. 9

Afiche de Dinamarca, 1926	
Identificador	MC0012307
Título	Afiche de Dinamarca, 1926
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p. [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile

Afiche de Australia, 1927	
Identificador	MC0004266
Título	Calendario alusivo al Salitre Chileno
En	Una Experiencia fértil : la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience : Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] ([Santiago] : Ograma Impresora S.A.) 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 10

Afiche de Polonia, 1927	
Identificador	MC 0012304
Título	Afiche de Polonia, 1927
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience. Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] [Santiago] : Ograma Impresora S.A. 14 p., [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 11

Afiche de España, 1933	
Identificador	MC 0012306
Título	Afiche de España, 1933
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience. Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] [Santiago] : Ograma Impresora S.A. 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 12

Afiche de Brasil	
Identificador	MC 0012312
Título	Afiche de Brasil
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience. Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] : Archivo Nacional, [2001] [Santiago] : Ograma Impresora S.A. 14 p., [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 13

Afiche de India, 1930	
Identificador	MC 0004265
Título	Afiche de India, 1930
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience. Chilean nitrate propaganda abroad. Chile[Santiago] : Archivo Nacional, [2001] [Santiago] : Ograma Impresora S.A. 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Afiche de Suecia	
Identificador	MC0012311
Título	Afiche de Suecia
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] - Archivo Nacional, [2001] (Santiago) - Ozenara Impresora S.A.) 14 p. (23) h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Afiche de Holanda	
Identificador	MC0012316
Título	Afiche de Holanda
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] - Archivo Nacional, [2001] (Santiago) - Ozenara Impresora S.A.) 14 p.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 20

Afiche de Belgique	
Identificador	MC0012317
Título	Afiche de Belgique
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] - Archivo Nacional, [2001] (Santiago) - Ozenara Impresora S.A.) 14 p. (23) h.
Colección	Archivo Nacional de Chile

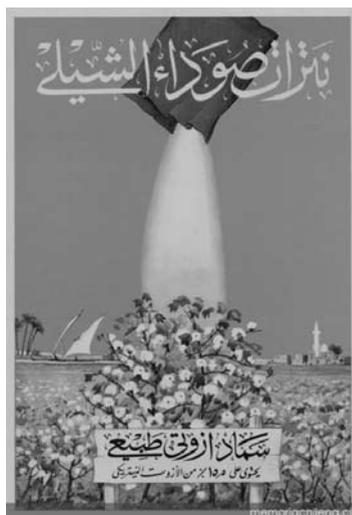


Fig. 21

Afiche de Egipto	
Identificador	MC0012315
Título	Afiche de Egipto
En	Una Experiencia fértil - la propaganda salitrera chilena en el exterior - A fertile experience - Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago] - Archivo Nacional, [2001] (Santiago) - Ozenara Impresora S.A.) 14 p. (23) h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 22

Afiche de Japón	
Identificador	MC0012318
Título	Afiche de Japón
En	Una Experiencia fértil: la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience: Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago]: Archivo Nacional, [2001] ([Santiago]: Ograma Impresora S.A.) 14 p. [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile

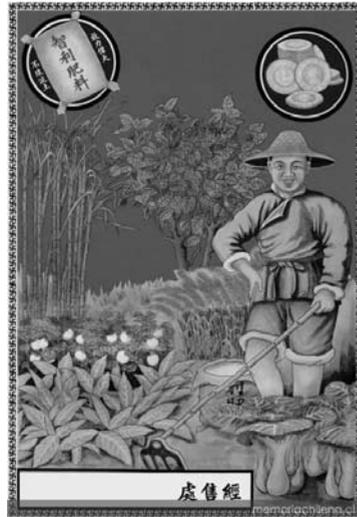


Fig. 23

Afiche de China	
Identificador	MC0012305
Título	Afiche de China
En	Una Experiencia fértil: la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience: Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago]: Archivo Nacional, [2001] ([Santiago]: Ograma Impresora S.A.) 14 p. [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 24

Afiche de Checoslovaquia	
Identificador	MC0012319
Título	Afiche de Checoslovaquia
En	Una Experiencia fértil: la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience: Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago]: Archivo Nacional, [2001] ([Santiago]: Ograma Impresora S.A.) 14 p. [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile

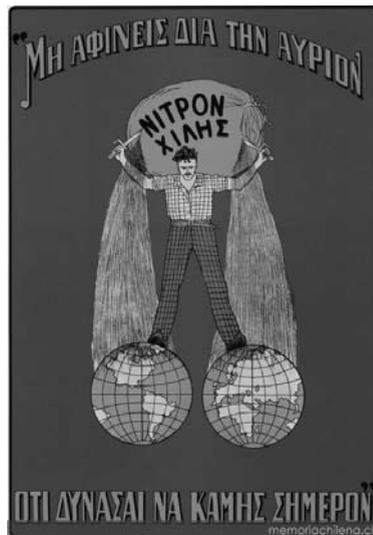


Fig. 25

Afiche de Grecia	
Identificador	MC0012320
Título	Afiche de Grecia
En	Una Experiencia fértil: la propaganda salitrera chilena en el exterior = A fertile experience: Chilean nitrate propaganda abroad. [Santiago]: Archivo Nacional, [2001] ([Santiago]: Ograma Impresora S.A.) 14 p. [23] h.
Colección	Archivo Nacional de Chile



Fig. 26

Saco de Abonos- NITRATO DE CHILE	
Título	NITRATO DE CHILE
Colección	Particular

2.0.- La publicidad del Nitrato de Chile en España y Portugal.

2.1.- Introducción

Como antes se ha mencionado, concluida la Gran Guerra (1918), comenzó la crisis de la industria salitrera debido a la generación de nitrato sintético industrial a escala mundial. Será a partir de esta fecha y en este periodo de competencia fuerte, cuando el Nitrato de Chile se lanza a realizar campañas publicitarias del salitre natural a escala mundial. En este contexto encontramos para España y Portugal conjuntamente, uno de los elementos característicos de nuestros pueblos y ciudades.

En el calendario de 1933 para España (documentado anteriormente. fig. 11), vemos en el centro e inscrito en un círculo la sombra del jinete de nitrato de Chile. Imagen ya consolidada como reclamo publicitario de esta empresa.

Creado en la década anterior, por Adolfo López-Duran Lozano siendo estudiante de arquitectura, en tiempos en que la publicidad estaba en mantillas, se hizo una campaña con gran intuición al colocarlo, no sólo en las primeras casas de muchos pueblos, cercanos a estaciones de tren, casillas de peones camineros, casas de labor, bodegas y almacenes, los cuales se contaban por centenares y estaban repartidas por los parajes más pintorescos y estratégicos.

Por su composición y contraste -la silueta en negro de un labrador-gaucha a caballo recortada sobre fondo amarillo y letras blancas, con un cierto aire entre el modernismo y el racionalismo alemán- atraía sobriamente la atención y llegó a hacerse tan familiar que a menudo era un punto de referencia para viajeros. Todavía hoy quedan ejemplares originales

de las manchas tiradas que se fabricaron, todas en azulejo, con ligeras variaciones como alguna con marco azul. Este gran ejemplo de Art Deco de los años 20 del siglo XX, con fines publicitarios, invita a un estudio más pormenorizado del mismo.

2.2. Adolfo López-Durán Lozano. El Autor.

Adolfo López-Durán Lozano, Nació en Madrid el 27 de Octubre de 1902. Hijo de Adolfo y Pilar era el cuarto en una familia de tres hermanos y tres hermanas.

Estudió de acuerdo con el ideario de la Institución Libre de Enseñanza, de la que ya habían sido alumnos sus hermanos mayores Lola y Enrique, en tiempo todavía del fundador D. Francisco Giner de los Ríos y su sucesor D. Manuel Bartolomé Cossío.

En esta formación les introdujo su padre -un hombre progresista, cirujano e investigador, director del pabellón de traumatología del Instituto Rubio en Madrid y miembro de la plantilla de médicos del Palacio Real-.



Cursó la carrera de arquitectura en Madrid obteniendo el título en 1929. Durante unos años fue auxiliar de D. Antonio Flórez, su maestro, en la asignatura de Dibujo de Formas de la Escuela Superior de Arquitectura de Madrid. En 1941, fue el primer catedrático por oposición de dicha asignatura, más tarde Análisis de Formas, hasta 1972. Es obligado decir que durante muchos años, el ingreso en la Escuela estuvo marcado por el alto nivel que imponía esta disciplina y que formó muchas promociones de excelentes arquitectos dibujantes.

Trabajó como arquitecto encargado de grupos escolares, conservando todo el carácter del edificio sede de la Institución en la calle de Martínez Campos de Madrid, donde se ubicaron las escuelas del Grupo Sorolla. Durante un tiempo fue arquitecto del departamento de Regiones Devastadas. Trabajó en la profesión libre y en la rehabilitación de diversos edificios civiles y religiosos.

Fue designado por la ETSA de Madrid para fundar la ETS de Arquitectura de Las Palmas, de la que fue el primer director durante los dos años necesarios para su puesta en marcha, volviendo después a su cátedra. Alcanzó la jubilación en 1972 y murió a los ochenta y seis años en Madrid el 27 de julio de 1988.

El cartel del Nitrato de Chile lo pintó siendo estudiante de la carrera, por lo tanto no después de 1929 y según recuerda su hermana Pilar, fue encargado de uno de los prohombres de la Institución (¿Quizá Navarro-Palencia?), quién debía tener relación con aquella Compañía en nuestro país. Lo que empezó como atención de amigo para aliviar la “economía” de un estudiante, acabó siendo uno de los reclamos más populares en los paisajes españoles, junto a otros pocos como el de Jerez Sandeman, (el hombre de la capa). En los tiempos en que la publicidad estaba en mantillas, se hizo una campaña con gran

intuición al colocarlo, no sólo en las primeras casas de muchos pueblos, sino también en casillas de peones camineros, casas de labor, bodegas y almacenes, los cuales se contaban por centenares y estaban repartidas por los parajes más pintorescos y estratégicos. (Enrique López-Durán Rossignol. Dr. Arquitecto, Prof. T.U. U.P.V.)

2.3.- Estilo artístico.

Nos encontramos dentro de los movimientos modernistas del comienzo de siglo XX.

2.3.1.- Art Nouveau

Las artes gráficas y sus diferentes manifestaciones estéticas constituyeron una época de la decoración que inundó todos los ámbitos de la vida cotidiana, desde una lámpara hasta un edificio completo y que alternó con los movimientos de vanguardia. Mientras que el Art Nouveau se investía con sus sinuosas y serpentinadas líneas, los primeros catorce años del siglo XX europeo transitaron del Art Nouveau hacia nuevas formas de concebir los diseños, lo cual se vio interrumpido por la I Guerra Mundial, una vez terminada la beligerancia entre las naciones, algunas vanguardias y movimientos artísticos, los talleres artesanales y casas de diseño, las industrias y los productos emanados de ellas, buscarán invadir todos los ámbitos de la vida cotidiana, desde un cubierto de mesa, hasta la edificación de un inmueble.

La utilización de materiales y técnicas nuevos, plástico, técnicas industriales, aluminio, etc., provocan un abaratamiento de los costes en muchos casos que causan que exista una gran producción y demanda de productos, cuya decoración y formas se destinaban exclusivamente a las excentricidades de la clase acomodada, que a través de objetos lujosos de decoración mostraban su estatus social. Esta época de consumo provoca que los grandes almacenes comerciales sean decorados atractivamente para atraer la atención de los consumidores, así como los objetos de uso cotidiano entren a formar parte del todo decorativo. Todo esto se esparce y se da a conocer a través de la publicidad, en donde el cartel toma gran importancia.

2.3.2. Art Déco

Frente a la sinuosidad y recargo de las formas dentro del Art Nouveau, surge una pasión por lo geométrico, y las estilizadas líneas de los procesos mecánicos industriales sobre todo en la década de los años 20. Las referencias de las culturas pasadas se ponen de moda por descubrimientos arqueológicos, Egipto, Mesopotamia, Mesoamérica, la cultura Inca, o que se rescataron del olvido y del desinterés occidental, tal como sucedió con las piezas africanas y algunas mismas culturas europeas antiguas, o bien las extrañas y lejanas sociedades orientales. Resalta en su decoración los triángulos encadenados y superpuestos y líneas y composiciones geométricas en movimiento.

Son utilizados los geométricos de piezas africanas, por Braque o Picasso en el Cubismo, o también de lo egipcio, pues en 1922 Howard Carter exhuma la tumba de Tutankamen y cobran fuerza los motivos decorativos del antiguo Egipto; además, las ruinas teotihuacanas, mayas y objetos de la cultura mexicana se vuelven a revalorar sobre todo después del extravío del coronel Fawcett en 1925 en las tierras peruanas de Machu-Pichu y posteriormente la expedición al mando de Peter Fleming en su búsqueda: las culturas prehispánicas sudamericanas y mesoamericanas cobran importancia, así como también los indios Pueblo de los Estados Unidos, inundando los ambientes de la decoración e inclusive de la moda: zigzags, soles radiantes, cactus hiératicos, figuras de perfil, mujeres cleopatrizadas, templos escalonados, atuendos indígenas mesoamericanos e incas, se ritualizan junto con los zigurats mesopotámicos y bailarinas indúes o balinesas que se rescatan del olvido occidental en un intento de voltear hacia culturas exóticas y encantadamente fantásticas.

La era de la máquina y de un mundo industrial provoca la producción a gran escala que da por consecuencia los intercambios comerciales mundiales y los negocios internacionales que se desplazan a la velocidad del ferrocarril o en la comodidad y lujo de los monumentales trasatlánticos. Surge la visión “poética” de la máquina, del mundo moderno, mecanizado donde el mito del robot algún día tomará el mando de la civilización. Son los “años Locos” y la “Belle Epoque” europeos, hermanados con los años del Fox-Trot, del Charleston, de la música negra del Jazz, de la crisis del 29, del “New Deal” de los Estados Unidos. Y mientras Fritz Lang (1890-1976) exhibe un mundo mecanizado y robotizado en *Metropolis*, 1926, un año más tarde Alan Crossland en *The Jazz Singer* hace cantar al cine cuando Al Jolson, quien se maquilla como un negro, entona una pieza de jazz. Todo esto se incorporará con las emisiones del diseño, el arte, la artesanía y la industria europea de la época de entreguerras y es lo que se conocerá como Art Déco, término acuñado casi 40 años después en 1966.

2.3.3. Apogeo del Art Déco

A modo de resumen de los párrafos anteriores, este movimiento es una amalgama de muchos diversos estilos y movimientos del temprano siglo XX. Las influencias provienen del Constructivismo, Cubismo, Futurismo, y del propio Art Nouveau del que evoluciona, y también del estilo racionalista de Bauhaus. Los descubrimientos arqueológicos, Egipto, Mesopotámica, India, Mesoamérica, etc, marcaron asimismo su impronta en ciertas líneas duras y la solidez de las formas, afín, a la monumentalidad y elementos de fuerte presencia en sus composiciones.

Como estilo de la edad de la máquina utilizó las innovaciones de los tiempos para sus formas: las líneas aerodinámicas producto de la aviación moderna, iluminación eléctrica, la radio, el revestimiento marino y los rascacielos. Estas influencias del diseño fueron expresadas en formas fraccionadas, cristalinas, con presencia de bloques cubistas o rectángulos. El color se nutre de las experiencias del Fauvismo. Trapezoides, facetamientos, zigzags; y una importante geometrización de las formas son comunes al Déco.

El Decó alcanzó su apogeo en los años 20. Aunque muchos movimientos del diseño tienen raíces o intenciones políticas o filosóficas, el Art Déco era casi puramente decorativo, por lo que se lo considera un estilo burgués. A pesar del eclecticismo de sus influencias formales y estilísticas, el Decó es sólido y posee una clara identidad propia. No se trata de un historicismo ni de un anacronismo; es fiel a su época y deja entrever la noción futurista de la Revolución Industrial. Su significación gira en torno al progreso, el ordenamiento, la ciudad y lo urbano, la maquinaria. Elegante, funcional, y modernista, el Art Decó fue un avance frente al Art Noveau, generando un nuevo repertorio de formas acordes a la problemática e imaginaria de su tiempo.

El arte Deco era un estilo opulento, y su exageración se atribuye a una reacción contra la austeridad forzada del periodo de entreguerras, y a la depresión económica, que generaron un deseo por el escapismo. Afectó a multitud de artes decorativas tales como arquitectura, diseño interior, y diseño gráfico e industrial, también a las artes visuales tales como la moda, pintura, grabado, escultura, y cinematografía.

2.3.4.- Decadencia del Art Decó

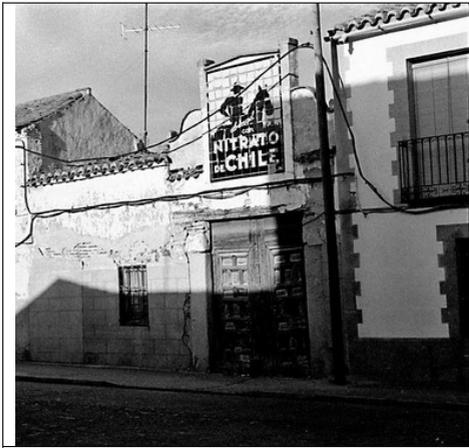
El movimiento pierde patrocinio en las metrópolis europeas y americanas, a finales de los 30, y definitivamente tras las austeridades tras la Segunda Guerra Mundial. En países coloniales o periféricos tales como India, Nueva Zelanda, Colombia, Argentina o las Filipinas, se convirtió en una puerta de entrada al Modernismo y continuó siendo utilizado hasta los años 50. En América Latina se pueden encontrar durante este periodo varios exponentes del art decó como José Fioravanti en Argentina.

2.3.5.- Personalidades del Art Deco.

Pintores destacados fueron: Beltrán Massés, Alexandra Ekster, Vadim Meller, Jean Dunan, Tamara de Lempicka, Pierre Legrain, Francois Jourdan, Maurice Ascalon, Eileen Gray, Lewis Sue, Paul Jirbe, Robert Mallet-Stevens, Santiago Martinez Delgado, Rene Prou, Andre Mane, José Fioravanti , Armand Albert Rateau, Jacques Emile Ruhlmann , Jean Puiforcat, Jean Marie Mouron (Cassandre)

Arquitectos, Frank Lloyd Wright, Raymond Hood, William Van Alen, Henry Hohaus, L. Murray Dixon , T. L. Pflueger

2.4.- Algunos ejemplos en la Península Ibérica:



Nitrato de Chile en una calle del pueblo de Orgaz, provincia de Toledo, 2004. España. © Luis Miguel Castañeda Navas.



Nitrato de Chile muy bien conservada en la localidad de Nules, provincia de Castellón. España.



Casa dedicada al turismo rural en la localidad de Armiñón, provincia de Álava. País Vasco. España.



Nitrato de Chile de la localidad de Alvito, provincia de Alentejo. Portugal. IV.1998; pict. A. Guët.

2.5.- En el valle del Henares.

Se sitúan cercanos a estaciones de tren o cercanas a complejos agro-industriales. La cercanía a estaciones de ferrocarril, supone estar situada en una zona de constante paso y tránsito ininterrumpido de pasajeros y mercancías, por lo que se eligieron estos lugares por su idoneidad. En la actualidad todavía se conservan 4 en buen estado y ubicación original. Guadalajara, Yunquera de Henares y dos en Jadraque.



Cartel en la calle Francisco Arriño. Junto a la Estación de ferrocarril. Guadalajara capital. España. 2009. .



Cartel en la Avenida de la Estación. Camino de la Estación. Yunquera de HERNANDEZ, Provincia de Guadalajara. España.



Cartel en la calle del Peaje, junto a la plaza del mercado. Jadraque. Provincia de Guadalajara. España.



Carretera de la Estación frente a la ermita del Santo Cristo. Jadraque. Provincia de Guadalajara. España.

2.6.- Descripción del cartel publicitario “Nitrato de Chile”.

En este contexto artístico internacional, surge el cartel publicitario del “Nitrato de Chile”, de sencillez exquisita, una forma en sombra, limitada por una sencilla línea blanca, que separa lo terrenal de lo divino que es el sol, en amarillo (al anochecer o al amanecer). El impacto es sobrecogedor negro sobre amarillo, una combinación de dos colores simples que se dan en la naturaleza frecuentemente, y que poseen un fuerte significado en el subconsciente

de la mente humana, sirviendo para avisar de alguna circunstancia excepcional, incluso peligrosa. Esto produce uno de los primeros retos del cartel publicitario, que llamar la atención sobre el.

La línea blanca de los contornos separa drásticamente dos espacios, negro y amarillo, la tierra y el cielo. En negro la base (tierra), el caballo, el jinete y la vegetación. La silueta del hombre pertenece al hombre fuerte pero delgado de campo, con sombrero para protegerse de las inclemencias del tiempo, su posee es de relativa tranquilidad y dominio sobre la montura, con las mangas de la camisa recogidas, en señal de trabajo constante y que en cualquier momento dispuesto a la faena. El caballo o mula representa el dominio de la bestia por el campesino-ganadero, así como uno de los elementos básicos de la fuerza de trabajo en el campo. La posición del mismo nos transmite señal de fuerza con las orejas y cabeza erguidas, con paso firme para la faena diaria. Los elementos vegetales de pequeñas dimensiones, nos dan la sensación de lejanía de los horizontes, y dan a la imagen sensación de movimiento, al estar los mismos inclinados por la acción del viento. Todas las figuras descritas tienden hacia el esquematismo más sencillo, pero con una máxima carga de mensajes, el dominio de la naturaleza y del campo por el hombre, así como la sensación de libertad y horizontes abiertos.

En la parte baja se sitúa en letras grandes blancas NITRATO DE CHILE, en la zona que representa el suelo o la tierra de cultivo. Con ello se indica que adquiriendo el salitre, y echándolo en la tierra que pisas es decir en la propiedad, tendrás la seguridad de la cosecha, y el dominio de la misma, con lo que verificas todos y cada uno de las sensaciones del jinete (libertad, seguridad, trabajo, buena alimentación, etc.).

Abonad con, se sitúa en amarillo-anaranjado, sobre el tronco y piernas (en sombra), del jinete, es un mensaje directo al campesino, “abonad ya” y “con esta marca”. El color es amarillo anaranjado para resaltar la urgencia del mismo, por que si no lo hace así las consecuencias son imprevisibles y peligrosas.

El fondo lo ocupa el color amarillo, representa al sol y su fuerza. La luz que todo lo inunda, que da la vida y la quita, por encima de lo terrenal, un poco recordando las grandes representaciones egipcios de la divinidad solar. Representa el cielo, las tempestades, las sequías, el calor, la fuente de toda vida y de las cosechas, en una palabra lo que no se puede controlar ni dominar.

Por otra parte, la situación del jinete, nos lleva a la situación idílica del gaucho de las grandes planicies de la Pampa, con lo que recoge ese aire exótico, del que es característico este estilo artístico. El objetivo es trasladarnos y recordarnos, incluso un poco con añoranza al Nuevo Mundo, identificado con la libertad y la oportunidad de riquezas, a través del trabajo y el sacrificio.

El cartel es una alegoría a los opuestos, el ying frente al yang de la realidad que nos rodea. La luz del sol (color amarillo), frente a la oscuridad (color negro), lo luminoso incontrolable e indómito de la naturaleza, frente a lo oscuro, lo dominado por el hombre, la tierra, la vegetación y los animales, incluso la templanza del propio ser humano. Es una representación de los contrapuestos que se unen día a día, formando un todo, representado de nuevo por la moldura y línea que rodean toda la imagen en color negro y blanco respectivamente.

3.0.- Conclusión.

El propio eclecticismo del Art Déco, cuya fuente de inspiración era tan variada como hemos visto, la aplicación de este a objetos, y formas de tan variada naturaleza y composición, así como la existencia de diferentes caminos y búsquedas artísticas a la par que algunas de ellas influenciaron o tomaron parte del Déco, ha provocado que la propia definición de Art Déco, no sea una solución sencilla para los tratadistas del arte.

Tampoco existió un grupo de personas que reunidos bajo un ideal o propuesta estética crearan este estilo, sino que fueron una serie de movimientos, corrientes, talleres y que desembocaron en una cierta época, conllevando elementos compositivos que los distinguen dentro de un tratamiento estilístico.

Este conjunto de diversas manifestaciones artísticas, que convergieron entre las décadas de los años 20 y 30 en Europa y Estados Unidos principalmente, y que llegaron al resto del mundo, tenían por objetivo la decoración a través de los diseños, en muchas ocasiones exóticos, a la utilidad del mismo, transmitiendo un mensaje, todo ello conjugado con una tendencia hacia lo geométrico, y lo esquemático, en contraposición al semibarroquismo curvilíneo y serpenteante del Art Nouveau y sus diferentes acepciones.

Adolfo López-Duran Lozano, imbuido en estas corrientes contemporáneas suyas, a través de la arquitectura, creó y diseñó el cartel de Nitrato de Chile, consiguiendo en una imagen, que la decoración y la utilidad de la creación se unieran a través de un cartel publicitario, un ejemplo vivo del Art Déco en la Península Ibérica (España y Portugal), en definitiva una obra de arte de su tiempo, que tiende a desaparecer.

BIBLIOGRAFÍA

BERMUDEZ MIRAL, Oscar. Historia del Salitre, Tomo I: Desde sus Orígenes hasta la Guerra del Pacífico. Ediciones de la Universidad de Chile, Santiago de Chile, 1963.

- Historia del Salitre, Tomo II: Desde la Guerra del Pacífico hasta la Revolución de 1891. Ediciones Pampa Desnuda, Santiago de Chile, 1984.

DE FEO, Vittorio. La arquitectura en la U.R.S.S., 1917-1936. Madrid, Alianza Editorial, 1979.

CASTAÑEDA NAVAS, L.M. Imagen en http://www.imaginarymagnitude.net/blog/img/fall04/files/IMG_5.html

DIBAM (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos). La Industria Salitrera. Memoria Chilena. Portal de Cultura de Chile. <http://www.memoriachilena.cl/>; **Biblioteca Nacional de Chile** y otras instituciones de la **Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM)**. 2002-2007.

DUNCAN, Alastair (ed.) Encyclopedia of Art Deco. Londres, Quantum Books, 1988.

MUEBLES ART DECO. Barcelona, Stylos, 1986.

ESQUEDA, Xavier. El Art Déco. Retrato de una época. México, U.N.A.M., Centro de Investigación y Servicios Museológicos, 1986.

- Una puerta al Art Deco. México, U.N.A.M., Centro de Investigación y Servicios Museológicos, 1980.

GUËT. A.IV.1998; picture. En <http://www.elve.net/padv/en/agri.htm#biona>.

HILLIER, Bevis; **Stephen** Escritt. Art Deco Style. Londres, Phaidon Press Ltd, 1977.

- The World of Art Deco New York:1971--E.P. Dutton & Co., Inc.

KESSLER, L. Frank. Nitrato de Chile. 2005. En <http://www.authorsden.com/visit/viewArticle.asp?id=17744>

LÓPEZ-DURÁN ROSSIGNOL, Enrique. Adolfo López-Durán Lozano. Fondo de Patrimonio Artístico. Arte Contemporáneo. En <http://www.fondoarte.upv.es/Autores/>. Universidad Politécnica de Valencia 2002-2007.

MAENZ, Paul. Art Déco: 1920-1940. Barcelona, Gustavo Gili, 1974, colecc. Comunicación Visual.

MORGAN, Sarah. Art Deco the european style. Greenwich, CT, Dorset Press, 1990.

ORTEGA-COCA, Teresa. Eduardo García Benito y el Art-Déco. Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid, Fundación Municipal de Cultura y Diputación de Valladolid, 1999.

STERNAU, Susan A. Art Deco. Flights of artistic fancy. Nueva York, Smithmark, 1997.

VVAA. Historia del Salitre. En Albúm del Desierto. Atacama y Pampa del Tamarugal. <http://www.albumdesierto.cl/historia.htm> © 2001 - 2007 **Imatura Producciones**.

WEBER, Eva. Art Déco. Madrid, Lisboa, 1993.

